



UNIVERSITAS INDONESIA

**HUBUNGAN SPASIAL POLA PERGERAKAN PENGUNJUNG DAN
HIRARKI PUSAT PERBELANJAAN DI KOTA BOGOR DAN SEKITARNYA
TAHUN 2011**

FITRIA WIJAYANTI

0706265440

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM

DEPARTEMEN GEOGRAFI

DEPOK

JUNI 2011



UNIVERSITAS INDONESIA

**HUBUNGAN SPASIAL POLA PERGERAKAN PENGUNJUNG DAN
HIRARKI PUSAT PERBELANJAAN DI KOTA BOGOR DAN
SEKITARNYA TAHUN 2011**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Science

FITRIA WIJAYANTI

0706265440

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM

DEPARTEMEN GEOGRAFI

DEPOK

JUNI 2011

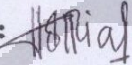
ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Fitria Wijayanti

NPM : 0706265440

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Juni 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Fitria Wijayanti

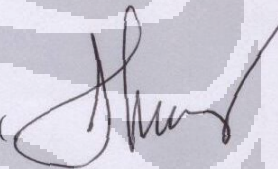
NPM : 0706265440

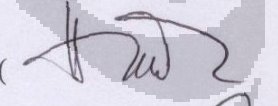
Program Studi : Departemen Geografi

Judul Skripsi : Hubungan Spasial Pola Pergerakan Pengunjung dan Hirarki Pusat Perbelanjaan di Kota Bogor dan sekitarnya Tahun 2011

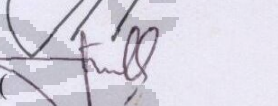
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Science pada Program Studi Departemen Geografi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indonesia.

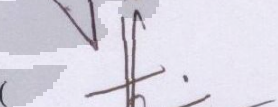
DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dra. M.H. Dewi Susilowati M.S. ()

Pembimbing : Dra. Widyawati M.SP ()

Pembimbing : Hafid Setiadi S.Si., MT ()

Penguji : Drs Triarko Nurlambang MA ()

Penguji : Drs. Hari Kartono M.S ()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 30 Juni 2011

KATA PENGANTAR

Assallammualaikum wr. wb

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan. Penulis juga menyadari hakekat diri sebagai makhluk sosial yang tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan dukungan, bantuan, dan dorongan maka penulis tidak akan dapat mencapai apa yang telah dicapai saat ini. Sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Widyawati, M.SP dan Bapak Hafid Setiadi S.si., MT selaku pembimbing I dan pembimbing II dalam penelitian tugas akhir penulis yang telah sabar dan penuh dedikasi membantu dan mengarahkan penulis. Tanpa bimbingan mereka penulis tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik sehingga tidak ada ucapan terimakasih yang cukup untuk menggambarkan perasaan penulis.
2. Bapak Drs Triarko Nurlambang MA dan Bapak Drs. Hari Kartono M.S selaku penguji I dan penguji II yang telah dengan penuh dedikasi memberikan saran, kritik serta masukan yang sangat membangun dimulai ketika penulis seminar hingga sidang sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan lebih baik.
3. Ibu Dra. M.H. Dewi Susilowati M.S. selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun sehingga tugas akhir dapat diselesaikan dengan lebih baik.
4. Bapak Dr. Rokhmatuloh S.Si., M.Eng selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama 4 tahun di bangku kuliah ini dari mulai awal perkuliahan hingga saat ini.

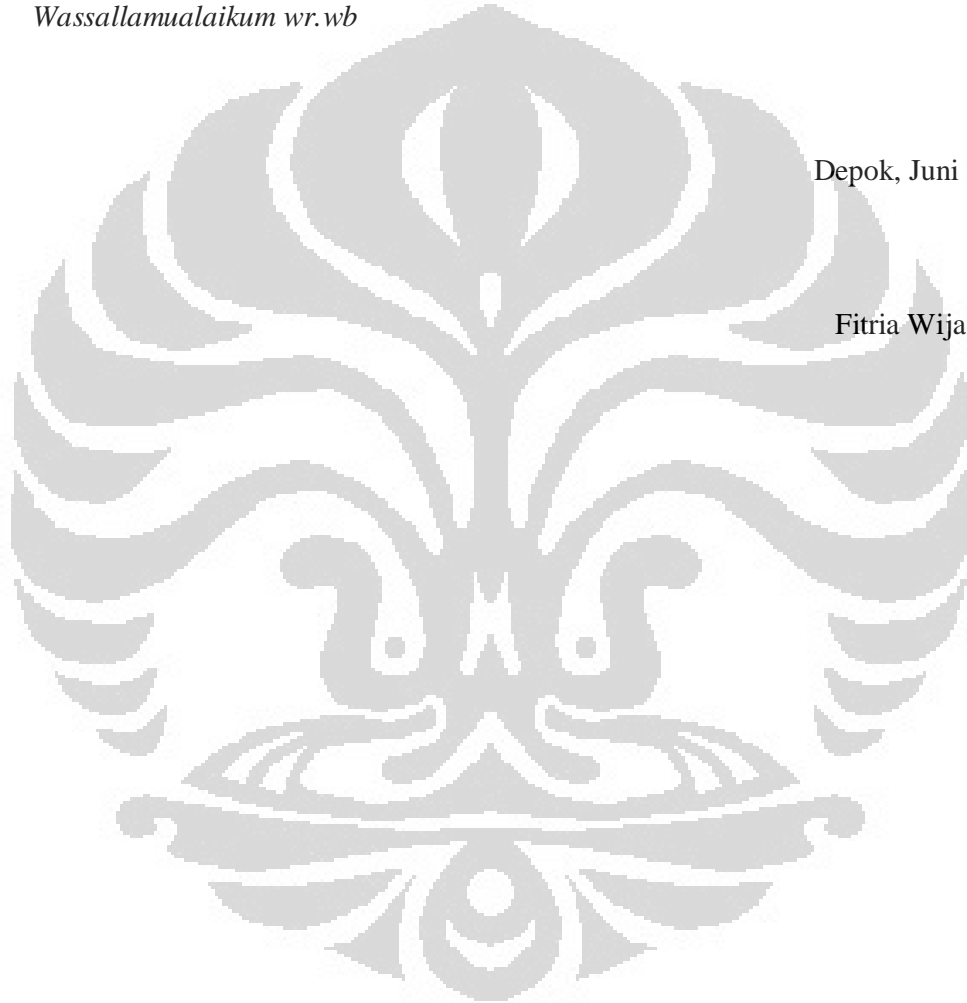
5. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, dorongan, semangat dan bantuan baik moril maupun material serta doa yang selalu mengiringi penulis mulai dari awal perkuliahan hingga akhir penyusunan tugas akhir ini. Penulis sungguh bersyukur kepada Tuhan telah memberikan keluarga yang selalu ada disaat penulis susah maupun senang.
6. Seluruh dosen pengajar di Departemen Geografi Universitas Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dikemudian hari. Tanpa adanya ilmu yang telah diberikan mereka, penulis tidak akan menjadi orang yang seperti sekarang ini. Terimakasih atas didikan Bapak/Ibu Dosen, Jasa-jasanya tak akan dapat dinilai dengan materi.
7. Seluruh teman-teman SMA dan SMP penulis khususnya kepada Astryani, Merlindayanthi, Inne Hertanti, Yani Octaviani dan Wardah Nazripah yang telah memberikan semangat dan bantuan terutama dalam pengumpulan data. Tanpa adanya campur tangan mereka, penulis pesimis pengumpulan data dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Terimakasih Tuhan telah mempertemukan penulis dengan mereka dalam persahabatan.
8. Seluruh teman-teman di Departemen Geografi Universitas Indonesia khususnya kepada Dwityas Isnaeni, Karina Ajeng, Mentari Dewi, Jefri Ferliande, Shella Novasari, Eva Astri, Ryan Saputra, Hilman Q, Hari, dan Alfanza yang memberikan dorongan dan semangat yang tak henti-hentinya menyertai disaat penulis jatuh dalam keputusasaan serta berbagi tawa dan cerita pada saat sedih dan senang. Terimakasih Tuhan atas nikmat persahabatan yang telah Kau berikan, semoga persahabatan kita kekal walau jarak memisahkan kita kelak.
9. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu karena keterbatasan yang ada. Terimakasih telah membantu penulis baik dalam kelancaran pengumpulan dan penyusunan tugas akhir ini. Semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah kalian berikan,

Seperti ungkapan “Tak Ada Gading yang Tak Retak”, penulis akui bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak terdapat keterbatasan dan kekurangan. Sehubungan dengan hal itu, saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi kemajuan dan perkembangan penulis, pembaca, dan instansi di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Wassallamualaikum wr.wb

Depok, Juni 2011

Fitria Wijayanti



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitria Wijayanti

NPM : 0706265440

Departemen : Geografi

Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**HUBUNGAN SPASIAL POLA PERGERAKAN PENGUNJUNG DAN
HIRARKI PUSAT PERBELANJAAN DI KOTA BOGOR DAN SEKITARNYA
TAHUN 2011**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal : 30 Juni 2011

Yang menyatakan



(Fitria Wijayanti)

viii

ABSTRAK

Nama : Fitria Wijayanti

Program Studi : Geografi

Judul : Hubungan Spasial Pola Pergerakan Pengunjung dan Hirarki Pusat Perbelanjaan di Kota Bogor dan sekitarnya Tahun 2011

Desentralisasi penduduk ke kota-kota pinggiran membentuk pusat perbelanjaan suburban. Kajian mengenai Desentralisasi dan Pusat Perbelanjaan merupakan salah satu fenomena di perkotaan yang menimbulkan *multiplier effect*, salah satunya adalah pergerakan pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan serta mengetahui pola pergerakan pengunjung dan fungsi pelayanan hirarki pusat perbelanjaan. Variabel yang digunakan adalah hirarki pusat perbelanjaan, dan pola pergerakan pengunjung, dengan teknik kuota sampling serta analisis penyebaran dan interelasinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persebaran hirarki pusat perbelanjaan berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Pola pergerakan pengunjung menunjukkan bahwa hirarki pusat perbelanjaan tidak memiliki hubungan dengan besaran pergerakan. Namun semakin tinggi hirarki ukuran pusat perbelanjaan maka motif pergerakan semakin beragam sehingga faktor jarak tidak menjadi penghambat pergerakan. Berdasarkan pola pergerakan pengunjung terlihat bahwa sebagian besar hirarki pusat perbelanjaan berperan sebagai pusat pelayanan dan setiap pusat perbelanjaan memiliki karakteristik pelayanan yang berbeda..

Kata Kunci: *desentralisasi, hirarki pusat perbelanjaan, pola pergerakan pengunjung, pusat pelayanan*

xix + 92 halaman; 10 gambar, 19 tabel, 16 peta, 24 lampiran

Daftar Pustaka: 47 (1981 – 2010)

ABSTRACT

Name : Fitria Wijayanti

Study Program : Geography

Title : Spatial relation Pattern of Visitors Movement and Shopping Center Hierarchy in City of Bogor and It's Surrounding Area, 2011

Decentralization to suburban area develops suburban shopping center. Study of decentralization and shopping centre is one of the phenomena in urban areas that cause a multiplier effect, one of them is movement of visitors. The purpose of this research was to determine the dispersion of the shopping center hierarchy then determine the pattern of visitor's movement and service functions of the shopping center hierarchy. The variables are Pattern of Visitor's Movement and Shopping Center Hierarchy, with a quota sampling and analysis of distribution and interrelations. The result of this research show that the dispersion of shopping center hierarchy has a positive connection with a number of population. Pattern of Visitor's Movement indicates that shopping center hierarchy doesn't have connection with the amount of movement. However, the higher of hierarchy of shopping centers also affected to various motive, so that the distance's factor does not obstacle of movement. Based on pattern of visitor's movement show that many of shopping center hierarchy is a service center and every shopping centers have a different characteristic.

Key words: decentralization, Pattern of Visitor's Movement, Shopping Center Hierarchy, service center

xix + 92 pages; 10 pictures, 19 tables, 16 maps, 24 appendixs

Bibliography: 47 (1981 – 2010)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR PETA	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.6 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kota dan Perkembangan Kota.....	9
2.1.1 Klasifikasi Kota	9
2.1.2 Perkembangan Wilayah Perkotaan	10
2.2 Pergerakan Penduduk	11

2.2.1 Pola Pergerakan Penduduk	11
2.2.2 Desentralisasi Penduduk	12
2.3 Pusat-pusat Pertumbuhan	14
2.4 Pusat Perbelanjaan	15
2.5 Hirarki Pusat Perbelanjaan	18
2.5.1 Jenis Pusat Perbelanjaan	19
2.5.2 Sarana Hiburan	21
2.6 Aksesibilitas	22
BAB III METODOLOGI	24
3.1 Kerangka Penelitian	24
3.2 Metode Pengumpulan Data	26
3.3 Metode Pengolahan Data	29
3.4 Metode Analisis Data	31
BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH	33
4.1 Letak dan Administrasi Wilayah	33
4.2 Kondisi Kenampakan Sosial	35
4.2.1 Penggunaan Tanah	35
4.2.2 Jaringan Jalan dan Rel Kereta	36
4.3 Kondisi Sosial Kependudukan	38
4.3.1 Kondisi Kependudukan	38
4.3.2 Kondisi Perekonomian	40
4.3.3 Kondisi Transportasi	42
4.4 Persebaran Pusat Perbelanjaan	44
4.5 Aksesibilitas	50
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Analisis Jenis Pusat Perbelanjaan	51

5.2 Hirarki Pusat Perbelanjaan	54
5.2.1 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan	54
5.2.2 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan	56
5.4 Hubungan Spasial Pola Pergerakan Pengunjung Terhadap Hirarki Pusat Perbelanjaan.....	59
5.4.1 Pola Besar Pergerakan Pengunjung	59
5.4.2 Pola Motif Pergerakan Pengunjung	65
5.4.3 Pola Arah Pergerakan Pengunjung	73
5.6 Analisis Fungsi Pelayanan Pusat Perbelanjaan	78
BAB VI KESIMPULAN	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hirarki Ritel	21
Gambar 3.1 Diagram Alur Pikir Penelitian	25
Gambar 4.1 Diagram Proporsi Penggunaan Tanah di Kota Bogor dan sekitarnya	35
Gambar 5.1 Grafik Total dan Rata-rata Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	60
Gambar 5.2 Grafik Jumlah Pengunjung berdasarkan Pusat Perbelanjaan.....	60
Gambar 5.3 Grafik Frekuensi Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	63
Gambar 5.4 Grafik Tujuan Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	67
Gambar 5.5 Grafik Tujuan Berbelanja Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	69
Gambar 5.6 Grafik Alasan Utama Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	72
Gambar 5.7 Grafik Jumlah Pengunjung Berdasarkan Jarak	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria Jenis Pusat Perbelanjaan	19
Tabel 2.2 Kriteria Jenis Pusat Perbelanjaan Lokal, Distrik, dan Regional	20
Tabel 3.1 Data Sekunder, Sumber Data dan Asal Data yang dikumpulkan.....	28
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk, Luas, Penyebaran Penduduk, dan Kepadatan Penduduk di kota Bogor dan sekitarnya Tahun 2010	39
Tabel 4.2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota dan Kabupaten Bogor Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2006-2009	41
Tabel 4.3 Laju Pertumbuhan PDRB Kota dan Kabupaten Bogor Menurut Kelompok Sektor, Tahun 2006-2008	42
Tabel 5.1 Analisis Jenis Pusat Perbelanjaan	53
Tabel 5.2 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan	55
Tabel 5.3 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Jumlah Penduduk	57
Tabel 5.4 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Aksesibilitas ..	57
Tabel 5.5 Prosentase Frekuensi Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	61
Tabel 5.6 Pola Tujuan Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Ukuran Pusat Perbelanjaan	65
Tabel 5.7 Karakteristik Berbelanja Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan	68
Tabel 5.8 Pola Alasan Utama Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki	

Pusat Perbelanjaan	71
Tabel 5.9 Jumlah Pergerakan Pengunjung Berdasarkan Jarak dan Hirarki	
Pusat Perbelanjaan	73
Tabel 5.10 Proporsi Pengunjung dan Prosentase Pengunjung yang	
Berbelanja pada Pusat Perbelanjaan	79
Tabel 5.11 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 1	80
Tabel 5.12 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 2	81
Tabel 5.13 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 3	83
Tabel 5.14 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 4	84
Tabel 5.15 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 5	85



DAFTAR PETA

Peta 1 Administrasi

Peta 2 Persebaran Responden

Peta 3 Penggunaan Tanah

Peta 4 Jumlah Penduduk

Peta 5 Aksesibilitas

Peta 6 Persebaran Pusat Perbelanjaan

Peta 7 Persebaran Jenis Pusat Perbelanjaan

Peta 8 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan

Peta 9 Peta Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Hirarki 1

Peta 10 Peta Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Hirarki 2

Peta 11 Peta Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Hirarki 3

Peta 12 Peta Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Hirarki 4

Peta 13 Peta Pergerakan Pengunjung Pusat Perbelanjaan Hirarki 5

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Foto Departemen Store Lengkap (Full-line)
- Lampiran 2 Foto Departemen Store Terbatas (Soft-line)
- Lampiran 3 Foto Taman Topi Square
- Lampiran 4 Foto Ritel Taman Topi Square
- Lampiran 5 Foto Bellanova
- Lampiran 6 Foto Kondisi Ritel Bellanova
- Lampiran 7 Foto Botani Square
- Lampiran 8 Foto Bogor Trade Mall
- Lampiran 9 Foto Ekalokasari
- Lampiran 10 Foto Plaza Jambu Dua
- Lampiran 11 Tabel Rute Angkutan Perkotaan di Kota Bogor
- Lampiran 12 Tabel Rute Angkutan Perkotaan di Kabupaten Bogor
- Lampiran 13 Tabel Rute Angkutan Angkutan Kota Dalam Provinsi Kota dan
Kabupaten Bogor
- Lampiran 14 Tabel Jenis Ritel, Jumlah Ritel, dan Jumlah Jenis Fasilitas
- Lampiran 15 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan berdasarkan Metode Crosstab
- Lampiran 16 Perbandingan Jumlah Penduduk DKI Jakarta dan Bogor
- Lampiran 17 Kuisisioner
- Lampiran 18 Tabel Identitas Responden
- Lampiran 19 Tabel Jumlah dan Frekuensi Pergerakan Responden di Pusat
Perbelanjaan

Lampiran 20 Tabel Total dan Rata-rata Pengunjung Berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Lampiran 21 Tabel Tujuan Pergerakan Responden di Pusat Perbelanjaan

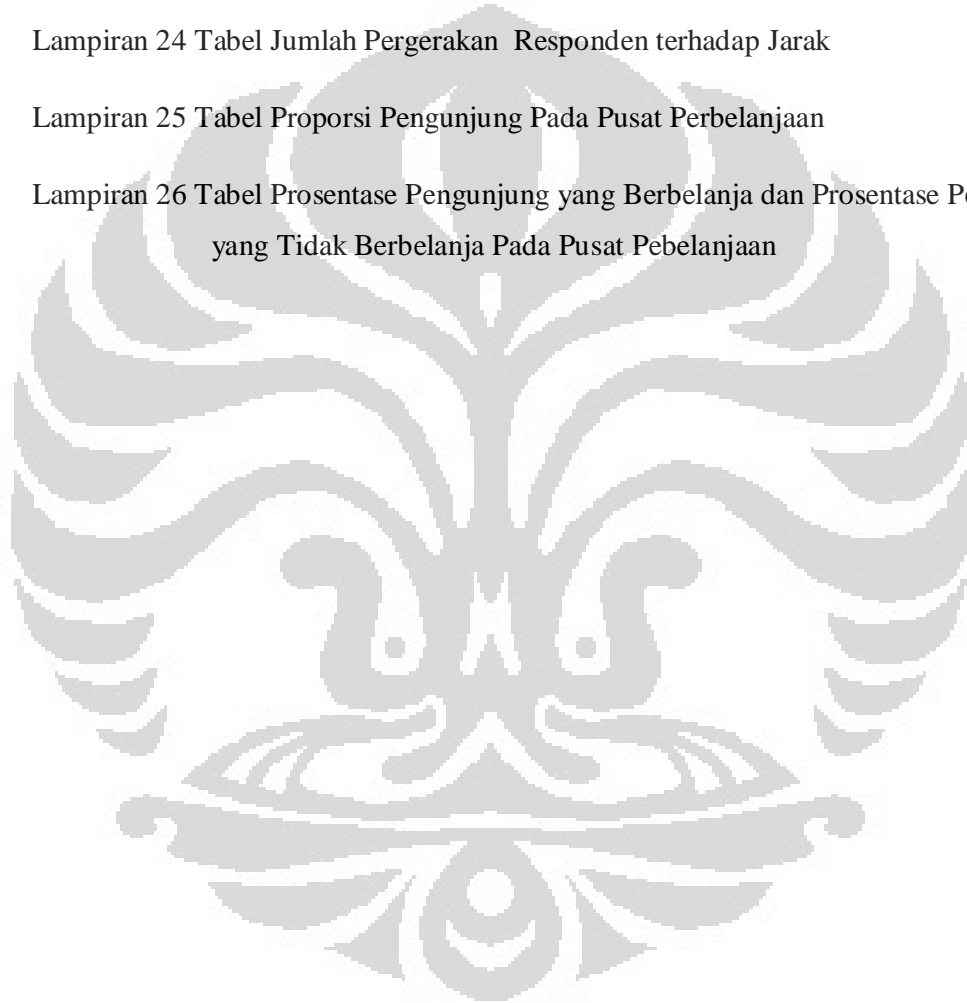
Lampiran 22 Tabel Karakteristik Berbelanja Responden di Pusat Perbelanjaan

Lampiran 23 Tabel Alasan Utama Pergerakan Responden di Pusat Perbelanjaan

Lampiran 24 Tabel Jumlah Pergerakan Responden terhadap Jarak

Lampiran 25 Tabel Proporsi Pengunjung Pada Pusat Perbelanjaan

Lampiran 26 Tabel Prosentase Pengunjung yang Berbelanja dan Prosentase Pengunjung yang Tidak Berbelanja Pada Pusat Perbelanjaan



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang baik dari segi pembangunan wilayah maupun pertumbuhan perekonomian. Indonesia sebagai Negara berkembang memiliki masalah kependudukan yang kompleks dan salah satunya adalah tidak meratanya kepadatan penduduk. Survey Penduduk 2005 menunjukkan bahwa hampir setengah jumlah penduduk Indonesia tinggal di wilayah perkotaan dengan prosentase penduduk perkotaan sebesar 43,12% (BPS SUPAS 2005).

Perkembangan pembangunan di kota-kota menjadi daya tarik penduduk untuk berurbanisasi ke kota akibatnya penduduk di kota semakin padat terutama di kota-kota besar. Permasalahan umum yang muncul sebagai akibat langsung padatnya penduduk di perkotaan adalah masalah penataan struktur ruang yang terkait antara kebutuhan penduduk dan keterbatasan ruang kota. Kondisi kota-kota besar yang semakin padat telah menyebabkan berbagai permasalahan sosial sehingga terjadinya pergerakan penduduk (desentralisasi) ke kota-kota kecil disekitarnya dan disertai pertumbuhan pemukiman baru serta fasilitas yang mengikutinya. Masyarakat yang memanfaatkan fasilitas sangat terkait dengan jumlah penduduk atau adanya lokasi perumahan baru. (Tarigan, 2005).

Desentralisasi penduduk merupakan perkembangan wilayah pinggiran dimulai dengan pergerakan penduduk (migrasi) dan industri ke wilayah pinggiran sehingga wilayah pinggiran berkembang dan pertumbuhan tidak terpusat (Soja, 1989). Adanya desentralisasi penduduk diikuti pula oleh berbagai kegiatan ekonomi yang mencari konsumen di daerah baru serta menyebabkan terdapat banyak pusat yang tersebar dengan ukuran lebih kecil (Subcenter) dari pusat utama di daerah tersebut sebagai bagian dari polisentris.

Universitas Indonesia

Suatu wilayah dapat dikarakteristikan sebagai monosentrik atau polisentrik yang merupakan bentuk pusat dominan yang terdiri dari dua, tiga, atau empat subcenter (Cervero, 1998). Pusat perbelanjaan merupakan salah satu fasilitas ekonomi yang dipengaruhi oleh perkembangan penduduk. Pada awalnya pusat perbelanjaan tumbuh di kota induk metropolitan yang memiliki karakteristik Pusat Perbelanjaan Regional dan Super-Regional, namun setelah di kota induk mulai jenuh maka terjadi desentralisasi ke wilayah sekitarnya sehingga pusat perbelanjaan keluar dari CBD (Kang, Kim, dan Tuan, 1996). Pergeseran penduduk ke wilayah pinggiran menyebabkan tumbuh pusat perbelanjaan yang baru sehingga terbentuk pusat perbelanjaan suburban. Keberadaan pusat perbelanjaan suburban dimaksudkan untuk memudahkan penduduk dalam berbelanja sehingga penduduk tidak terkonsentrasi pada pusat perbelanjaan utama yang dapat menyebabkan berbagai permasalahan sosial.

Giuliano and Small (1991) mengidentifikasi subcenter sebagai zona aktivitas penduduk yang mengindikasikan aglomerasi ekonomi yang kuat. Pusat kota tersebut merupakan pusat aktivitas dengan berbagai kegiatan ekonomi sekunder dan tersier yang menimbulkan daya tarik sehingga banyak penduduk yang datang untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Pusat perbelanjaan merupakan suatu bentuk perekonomian perdagangan yang terdiri dari pengelompokan retail-retail dan dapat menjadi magnet penduduk. Pusat perbelanjaan suburban merupakan tempat aktivitas untuk komunitas local yang biasanya terletak jauh dari pusat perbelanjaan primer di CBD pusat kota induk (Ooi dan Sim, 2006). Pusat perbelanjaan dapat dilihat hirarkinya berdasarkan jenis tingkatannya, dimana keberadaan pusat perbelanjaan tersebut berhubungan dengan jumlah penduduk sebagai konsumen atau pengunjunnya.

Megapolitan Jabodetabek merupakan pusat pertumbuhan dengan Jakarta sebagai kota induk *Jabodetabek*. Jakarta meskipun memiliki jumlah penduduk yang besar namun laju pertumbuhan penduduk sepanjang kurun waktu 1961-2000 terus mengalami penurunan, dengan laju pertumbuhan penduduk pada tahun 1960-1970, 1970-1980, 1980-1990, 1990-2000, 2000-

2010 sebesar berturut-turut 5.8%, 3.39%, 2.38%, 0.17%, 1.4% dan berbeda dengan wilayah sekitarnya khususnya Bogor (lihat lampiran 16). Bogor yang merupakan salah satu kota dalam *Megapolitan Jabotabek* memiliki laju pertumbuhan penduduk yang terus meningkat dengan laju pertumbuhan penduduk tahun 2010 sebesar 2.39% di kota Bogor dan 3.13% di kabupaten Bogor.

Bogor merupakan wilayah yang tumbuh dari mekanisme pasar sebagai akibat pertumbuhan penduduk dan kebutuhan penduduk tersebut terhadap pelayanan kota. Pertumbuhan ekonomi di Bogor (baik kota maupun kabupaten) bertumpu pada konsumsi publik sebesar 75.19% (Yofri - Bogor Economic Summit 2010) sehingga dipengaruhi oleh jumlah dan daya beli penduduk. Jumlah penduduk yang besar di kota dan kabupaten Bogor merupakan salah satu peluang bagi pelaku bisnis berupa jasa pelayanan. Perkembangan perekonomian di Bogor yang pesat dalam sektor jasa dan perdagangan sehingga Bogor direncanakan menjadi kota jasa dan perdagangan sebagaimana tertera dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Kota Bogor 2010 – 2014 dan dalam RTRW Jabodetabek-Punjur dianggap sebagai kota satelit yang diarahkan untuk perumahan hunian dan pusat perdagangan dan jasa dengan skala nasional.

Kajian mengenai Desentralisasi dan Pusat Perbelanjaan merupakan bagian dalam pembahasan geografi perkotaan dan menjadi salah satu fenomena di perkotaan yang menimbulkan *multiplier effect* pada kehidupan penduduk, salah satunya adalah pergerakan penduduk sebagai pengunjung pusat perbelanjaan. Oleh karena itu dilakukan penelitian mengenai “Hubungan Pola Pergerakan Pengunjung dan Hirarki Pusat Perbelanjaan.”

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan kota Jakarta telah menimbulkan perluasan pembangunan ke kota-kota yang berfungsi sebagai pintu gerbang ke arah Jakarta. Kota Bogor merupakan salah satu kota yang ikut berkembang sebagai

Universitas Indonesia

akibat pembangunan di Jakarta. Bogor diikutsertakan dalam perencanaan JABODETABEK (Jakarta Bogor Depok Tangerang Bekasi) sebagai kawasan metropolitan terpadu dan berperan sebagai penyangga ibukota dalam hal pemukiman serta kota jasa dan perdagangan.

Desentralisasi penduduk dan pemukiman selalu diikuti oleh fasilitas-fasilitasnya. Keberadaan fasilitas-fasilitas tersebut sebagai pusat pelayanan merupakan tempat central aktivitas penduduk. Pusat perbelanjaan merupakan salah satu bentuk aglomerasi fasilitas ekonomi yang menjadi konsentrasi aktivitas penduduk sehingga dapat dilihat peranannya sebagai pusat pelayanan dan merupakan zona ekonomi yang kuat sehingga dapat menjadi pusat pertumbuhan. Sebagaimana pusat pertumbuhan, maka pusat perbelanjaan memiliki karakteristik yang hampir sama dilihat dari jumlah penduduk dan aksesibilitasnya. Biasanya suatu pusat pertumbuhan akan mengikuti/diikuti oleh jumlah penduduk yang terbanyak dan aksesibilitas terbaik.

Perkembangan pusat perbelanjaan yang ada di kotakota besar (khususnya kota satelit *Megapolitan Jabodetabek*) mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi. Data Colliers International Indonesia menyebut, mulai akhir tahun ini sampai 2013 nanti, akan ada 18 mal baru di Jabodetabek (Lamgiat S. dan Hans H.B, 2009). Namun seiring pertambahan pusat perbelanjaan maka terjadi persaingan dalam menarik penduduk sehingga banyak pusat perbelanjaan yang turut mati karena ketidakmampuan bersaing dalam menjadi magnet pengunjung seperti yang terjadi pada Plaza Pangrango, Hypermart, Plaza Dua Raja di Bogor. Berdasarkan teori gravitasi ritel mengungkapkan bahwa ukuran pusat perbelanjaan mempengaruhi jumlah pengunjung. Pola pergerakan pengunjung dalam penelitian ini dilihat dari besaran, motif, dan arah pergerakan dapat memperlihatkan karakteristik suatu pusat perbelanjaan.

Berdasarkan pola pergerakan pengunjung maka dapat terlihat karakteristik fungsi pelayanan pusat perbelanjaan. Christaller mengungkapkan bahwa kota merupakan pusat pelayanan dengan berbagai fasilitasnya. Pusat perbelanjaan merupakan salah satu fasilitas perkotaan yang menjadi pusat

Universitas Indonesia

keramaian. Suatu pusat dapat berfungsi dengan baik jika pusat tersebut mampu melayani dan menjadi daya tarik penduduk yang menimbulkan keramaian. Pusat perbelanjaan yang tidak mampu menarik pengunjung dapat dikatakan tidak dapat berfungsi dengan baik sehingga dapat mengancam keberlangsungan keberadaan pusat perbelanjaan tersebut.

Berdasarkan uraian singkat di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan?
- 2) Bagaimana hubungan spasial pola pergerakan pengunjung terhadap hirarki pusat perbelanjaan?
- 3) Bagaimana fungsi pelayanan Pusat Perbelanjaan di kota Bogor dan sekitarnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan, mengetahui hubungan spasial pola pergerakan pengunjung terhadap hirarki pusat perbelanjaan serta mengetahui fungsi pelayanan pusat perbelanjaan di Kota Bogor dan sekitarnya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian ini adalah (1) pertama adalah bagi akademis dapat mengetahui dan mengidentifikasi pusat perbelanjaan berdasarkan jenis tingkatannya yang dapat mempengaruhi ukuran pusat perbelanjaan dan (2) kedua adalah dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi Pemerintah Daerah dalam memantau perkembangan dan pertumbuhan pusat perbelanjaan sehingga dapat dijadikan salah satu rujukan

untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan menentukan kebijakan yang diambil terkait pertumbuhan pusat perbelanjaan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

- 1) Wilayah penelitian adalah kota Bogor dan Kabupaten Bogor yang memiliki jarak sekitar 15 Km dari pusat kota Bogor yang meliputi Kecamatan Tajurhalang, Bojonggede, Cibinong, Citeureup, Babakan Madang, Sukaraja, Kemang, Ciampea, Dramaga, Carigin, Ciawi, Cijeruk, Ciomas, Megamendung, Ranca Bungur, Tamansari, dan Tenjolaya. Kecamatan-kecamatan tersebut terletak dekat dengan batas administrasi kota dan kabupaten Bogor sehingga diasumsikan masih dipengaruhi oleh pelayanan di pusat Bogor.
- 2) Jenis pusat perbelanjaan terdiri dari pusat perbelanjaan regional, distrik, dan lokal yang didasarkan pada jumlah dan jenis ritel (anchor tenant dan toko-toko yang lebih kecil) serta jangkauan wilayahnya.
- 3) Anchor tenant terdiri dari departemen store lengkap (full-line), departemen store terbatas (soft-line) dan supermarket
- 4) Hirarki pusat perbelanjaan berdasarkan jenis pusat perbelanjaan dan keberadaan sarana hiburan (bioskop)
- 5) Pola pergerakan pengunjung dilihat berdasarkan besaran, motif, dan arah pergerakan pengunjung.

1.6 Batasan Penelitian

- 1) Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan pusat perdagangan yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai, dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operation unit*).

- 2) Hirarki Pusat Perbelanjaan merupakan tingkatan pusat perbelanjaan yang didasarkan pada fungsi dari ukuran pusat perbelanjaan yang dilihat dari jenis pusat perbelanjaan dan keberadaan sarana hiburan (bioskop).
- 3) Retail merupakan toko eceran yang menawarkan barang/jasa dalam partai kecil atau harga satuan.
- 4) Anchor tenant merupakan toko yang memiliki ukuran yang besar dan mendominasi diantara toko-toko lainnya dan menjadi kekuatan utama untuk menarik penduduk. (Ooi dan Sim, 2006).
- 5) Desentralisasi merupakan perkembangan wilayah pinggiran dimulai dengan pergerakan penduduk (migrasi) ke wilayah pinggiran sehingga wilayah pinggiran berkembang dan pertumbuhan tidak terpusat (Soja, 1989).
- 6) Pergerakan pengunjung dalam penelitian ini merupakan perpindahan pengunjung dari tempat tinggal sebagai asal ke pusat perbelanjaan sebagai tujuan.
- 7) Pola pergerakan pengunjung merupakan variasi spasial dari besaran, motif, dan arah pergerakan pengunjung ke pusat perbelanjaan.
- 8) Motif Pergerakan Pengunjung merupakan pola pergerakan penduduk yang dilihat dari tujuan dan alasan utama pergerakan ke pusat perbelanjaan guna memenuhi kebutuhan rutin atau tidak rutin.
- 9) Arah Pergerakan Pengunjung merupakan pola pergerakan penduduk yang menunjukkan asal dan tujuan (tempat) pergerakan dengan *home based* (asal pergerakan adalah tempat tinggal/rumah sedangkan tujuannya adalah pusat perbelanjaan yang didasari oleh jarak).
- 10) Besaran Pergerakan Pengunjung merupakan pola pergerakan penduduk yang menyatakan jumlah dan frekuensi pergerakan yang menuju satu pusat perbelanjaan.

- 11) Aksesibilitas merupakan tingkat keterjangkauan suatu wilayah yang dilihat berdasarkan ketersediaan sarana penghubung angkutan umum (rute trayek angkutan kota).
- 12) Hubungan Spasial dalam peneletian ini merupakan hubungan yang mengkaitkan pola pergerakan pengunjung dan hirarki pusat perbelanjaan dan digambarkan bentuk peta sehingga dapat diinterpretasikan secara spasial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kota dan Perkembangan Kota

Kota menurut Sinulingga (2005) adalah tempat bermukim penduduk serta sekaligus menjadi tempat penyedia pelayanan umum. Menurut Friedman (1974) dalam Warlina (2001), kota memiliki empat ciri meliputi penyedia fasilitas untuk seluruh warga, penyedia jasa (tenaga), penyedia jasa profesional serta memiliki pabrik (industri). Hal tersebut mengindikasikan bahwa penduduk di perkotaan tidak bergantung sepenuhnya kepada pengolahan tanah namun telah mampu memproses sumber daya alam lainnya dalam bentuk industri dan sumber perekonomian utama berasal dari sektor jasa dan perdagangan.

2.1.1 Klasifikasi Kota

Sebuah kota memiliki besaran berbeda. Besaran kota yang sering digunakan adalah jumlah penduduk karena faktor jumlah penduduk berkaitan langsung dengan faktor lainnya. Menurut Pedoman Penyusunan Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan, klasifikasi kawasan perkotaan berdasarkan jumlah penduduk di Indonesia terdiri dari empat klasifikasi, antara lain:

- a) Kawasan perkotaan kecil, yaitu kawasan perkotaan dengan jumlah penduduk yang dilayani sebesar 10.000 hingga 100.000 jiwa
- b) Kawasan perkotaan sedang, yaitu kawasan perkotaan dengan jumlah penduduk yang dilayani sebesar 100.001 hingga 500.000 jiwa
- c) Kawasan perkotaan besar, yaitu kawasan perkotaan dengan jumlah penduduk yang dilayani lebih besar dari 500.000 jiwa.

- d) Kawasan perkotaan metropolitan, yaitu kawasan perkotaan dengan jumlah penduduk yang dilayani lebih besar dari 1.000.000 jiwa.

Struktur kota merupakan pola lokasi kota-kota yang ditunjukkan berdasarkan ukuran dan bentuk dan setiap pola merupakan hasil dari fungsi-fungsi yang berbeda dan dasar dukungan kota yang ditetapkan pada lokasi tertentu. Harris dan Ullman mengemukakan teori inti berganda (*Multiple Nuclei*) bahwa perkembangan wilayah kota tidak mengelilingi satu CBD akan tetapi oleh integrasi yang gradual dari beberapa *nucleus* (inti) yang terpisah-pisah ke dalam struktur kota. Keberadaan pusat kegiatan (pusat pertumbuhan) identik dengan CBD yang terletak di pusat kota yang fungsinya sebagai pusat perdagangan dan perekonomian dengan kegiatan dominan pertokoan, perkantoran dan jasa serta fasilitas sosial lainnya.

2.1.2 Perkembangan Wilayah Perkotaan

Perkembangan kota sangat ditentukan oleh 2 faktor utama, yaitu penambahan penduduk yang menyebabkan pertumbuhan pemukiman baru dan peningkatan sosial ekonomi masyarakat. Menurut Friedman (1974) dalam Yunus (1996), perkembangan pemukiman perkotaan disebabkan oleh dua proses yang terkait, yaitu proses sosial-ekonomi dan proses spasial. Perkembangan pemukiman perkotaan pada umumnya didahului oleh proses sosial-ekonomi dari pada proses spasialnya. Sebagai contoh peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan peningkatan kebutuhan sarana ekonomi dan sosial sehingga mengakibatkan meluasnya kota. Sebagai contoh Perkembangan pemukiman perkotaan yang didahului oleh proses spasial adalah dibangunnya sarana transportasi pada wilayah terisolasi sehingga mendorong terciptanya kegiatan ekonomi.

Herbert dan Thomas (1994) dalam Yunus (1996) mengemukakan tiga tahapan perkembangan kota yang dikaitkan dengan munculnya industri. Tahapan perkembangan kota memiliki karakteristik

dalam hal jumlah penduduk (*population size*), ekspresi keruangan (*spatial expressions*), dan intensitas hubungan dengan pusat-pusat kegiatan lainnya (*the intensity of the inter-connect-edness*). Awalnya hanya terdapat satu pusat inti kota (*primate city*), yaitu yaitu suatu kota yang kegiatan ekonomi, sosial, dan politiknya mendominasi kegiatan yang ada pada suatu wilayah termasuk kota-kota yang lebih kecil lainnya sehingga menjadi daya tarik penduduk dan fungsi yang berdatangan dan berkembang. Perkembangan teknologi transportasi menyebabkan interaksi pusat-pusat kegiatan lain mulai dirintis. Kemajuan teknologi transportasi dan komunikasi menyebabkan hubungan dengan pusat-pusat kegiatan atau kota-kota lain lebih intensif sehingga penduduk dan fungsi-fungsi kekotaan mengalir ke daerah pinggiran kota. Pusat-pusat kegiatan baru disekitar kota-kota besar akan bermunculan membentuk sub-urban atau kota-kota satelit.

2.2 Pergerakan Penduduk

Pergerakan penduduk melibatkan dimensi waktu dan ruang. Pergerakan penduduk dilihat dari dimensi ruang merupakan perpindahan penduduk dari suatu tempat ke tempat lain. Pergerakan penduduk dilihat dari dimensi waktu merupakan periode perpindahan penduduk dari beberapa jam sampai puluhan tahun. Pergerakan penduduk berdasarkan sifatnya terdiri dari pergerakan penduduk permanen dan sementara.

2.2.1 Pola Pergerakan Penduduk

Pergerakan penduduk menurut Tamin (1997) dalam Setiyohadi (2008) dapat berbasis rumah dan bukan rumah, dimana pergerakan dibangkitkan oleh aktivitas pada akhir zona (*non-pemukiman*) seperti pusat perbelanjaan, pendidikan, industri, dan sebagainya.

Pola pergerakan penduduk dapat dilihat dari:

- (a) Motif merupakan pola pergerakan penduduk berdasarkan tujuan meliputi tujuan bekerja, sekolah, belanja, sosial dan rekreasi

- (b) Arah merupakan pola pergerakan dengan melihat asal dan akhir pergerakan yang terdiri dari *home based* dan *non-home based*
- (c) Besaran merupakan pola pergerakan penduduk yang dinyatakan dengan jumlah dan frekuensi orang yang melakukan pergerakan/perjalanan

Pergerakan dalam penelitian ini adalah pergerakan yang bersifat sementara dari rumah/ tempat tinggal (sebagai asal pergerakan) ke pusat perbelanjaan (sebagai tujuan pergerakan). Menurut Everett S. Lee ada 4 faktor yang menyebabkan orang mengambil keputusan untuk melakukan pergerakan/perjalanan, yaitu:

- (a) Faktor-faktor yang terdapat di daerah asal
- (b) Faktor-faktor yang terdapat di daerah tujuan
- (c) Rintang-rintang yang menghambat
- (d) Faktor-faktor pribadi (Munir, 1981)

Pola pergerakan motif penduduk merupakan awal dari pergerakan yang berasal dari diri individu sehingga pola ini merupakan pola yang berasal dari daerah asal. Orang yang melakukan pergerakan karena memiliki motif sehingga motif merupakan simpul pertama pergerakan. Orang akan melakukan pergerakan ke tempat tertentu yang sesuai dengan motif. Pola pergerakan besaran penduduk dalam penelitian merupakan pola yang dilihat berdasarkan daerah tujuan. Pola besaran menunjuk pada jumlah umum dan frekuensi pada pusat perbelanjaan tertentu sehingga akan terlihat seberapa besar daya tarik pusat perbelanjaan. Pola pergerakan asal merupakan pola yang menghubungkan daerah asal dan tujuan.

2.2.2 Desentralisasi Penduduk

Desentralisasi penduduk merupakan pergerakan penduduk salah satu pergerakan penduduk yang bersifat tetap. Desentralisasi merupakan pergerakan penduduk (migrasi) dari pusat kota ke wilayah pinggiran. Perkembangan kota menyebabkan terjadinya desentralisasi sebagai kecenderungan gerakan penduduk dan fungsi-fungsi yang mengikutinya. Soja (1989) mengungkapkan proses desentralisasi merupakan

perkembangan wilayah pinggiran (suburban) dimulai dengan pergerakan penduduk (migrasi) dan industri ke wilayah tersebut. Soja (1989) dalam evolusi perkotaan menyatakan pertumbuhan industri di wilayah pinggiran menyebabkan desentralisasi penduduk dan fungsi-fungsinya (retail).

Suburbanisasi atau desentralisasi yang terjadi cenderung menjadikan kawasan perkotaan secara fisik meluas secara acak/terpencar (*urban sprawl*) (Kustiawan, 2010). *Sprawl* dianggap sebagai penyebab meluasnya perdagangan ke arah luar kota dengan jangkauan konsumen yang lebih banyak, mall-mall regional dan restaurant. Pada umumnya, *sprawl* terdiri dari lima komponen (Duany *et al.*, 2000 dalam Ardityo, 2009) yaitu permukiman, pusat perbelanjaan, kawasan perkantoran, kawasan publik, dan jaringan jalan,

Fenomena desentralisasi terkait *postfordism* dan *synekism*. *Postfordism* didasarkan pada faktor politik dan ekonomi, di mana perubahan politik ekonomi berakibat pada suatu wilayah (Soja, 1989). *Postfordism* mendeskripsikan munculnya bentuk dan karakteristik baru ekonomi perkotaan (Soja, 1996). Desentralisasi ekonomi dilakukan untuk menyebarkan pusat ekonomi ke wilayah pinggiran sehingga pertumbuhan penduduk tidak terpusat. Desentralisasi menyebabkan terdapat banyak pusat pertumbuhan ekonomi yang tersebar dengan ukuran lebih kecil dari pusat utama pertumbuhan di daerah tersebut.

Synekism merupakan suatu stimulasi agglomerasi penduduk yang terdiri dari gabungan pemukiman kota-kota kecil menjadi suatu kota yang lebih besar (biasanya megapolitan). *Synekism* secara modern merupakan suatu proses urbanisasi dan bentuk perkotaan yang dikaitkan dengan pertumbuhan permukiman baru. menyebabkan adanya sistem kota (pembagian fungsi kota pada suatu gabungan kota). Contoh system kota adalah Megapolitan JABODETABEK (Jakarta Bogor Depok Tangerang Bekasi) dengan kota Jakarta sebagai kota induk, kota Bogor yang ditujukan sebagai daerah hunian dan jasa perdagangan, Depok yang

ditujukan sebagai daerah hunian, serta Tangerang dan Bekasi yang tujukan sebagai daerah industri.

2.3 Pusat-pusat Pertumbuhan

Suatu wilayah dapat dikarakteristikan sebagai monosentrik atau polisentrik yang merupakan bentuk pusat dominan yang terdiri dari dua, tiga, atau empat subcenter (Cervero, 1998). Harris dan Ullman mengatakan bahwa kota berawal dari CBD sebagai pusat kota, namun dalam perkembangannya timbul beberapa subpusat atau inti-inti baru.

Giuliano and Small (1991) dalam mengidentifikasi subcenter sebagai zona aktivitas penduduk yang mengindikasikan aglomerasi ekonomi yang kuat. Desentralisasi menyebabkan aglomerasi fungsi-fungsi fasilitas sebagai simpul jasa titik-titik subcenter.

Dalam pengembangan daerah melalui pusat-pusat pertumbuhan, kegiatan akan disebar ke beberapa pusat-pusat pertumbuhan sesuai dengan hirarki dan fungsinya. Pada skala regional dikenal tiga orde, yaitu:

1. Pusat pertumbuhan primer (utama)

Pusat pertumbuhan primer atau pusat utama orde satu ialah pusat utama dari keseluruhan daerah, pusat ini dapat merangsang pusat pertumbuhan lain yang lebih bawah tingkatannya. Biasanya pusat pertumbuhan orde satu ini dihubungkan dengan tempat pemusatan penduduk terbesar, kelengkapan fasilitas dan potensi aksesibilitas terbaik.

2. Pusat pertumbuhan sekunder (kedua)

Pusat pertumbuhan sekunder ini adalah pusat dari sub-daerah, seringkali pusat ini diciptakan untuk mengembangkan sub-daerah yang jauh dari pusat utamanya. Perambatan perkembangan yang tidak terjangkau oleh pusat utamanya dapat dikembangkan oleh pusat pertumbuhan sekunder ini. Fasilitas pada pusat pertumbuhan ini yang lingkup pelayanannya mencakup wilayah kota bersangkutan

3. Pusat pertumbuhan tersier (ketiga)

Pusat pertumbuhan tersier ini merupakan titik pertumbuhan bagi daerah pengaruhnya. Fasilitas pada pusat pertumbuhan ini lingkup pelayanannya mencakup bagian wilayah kota

Robinson (1995) dalam Hakim (2010) mengungkapkan keuntungan pola polisentris yaitu pengurangan beban lalu-lintas di pusat kota, dukungan bagi pertumbuhan kota dan ekonomi secara lebih efisien di seputar pusat kota, dukungan bagi pusat-pusat kegiatan dengan kepadatan dan keragaman pekerjaan yang tinggi sehingga meningkatkan kelayakan pengembangan transportasi massal, dukungan bagi pelestarian sumber daya alam dan wilayah hijau melalui konsentrasi pembangunan di dalam subsenter, penghematan pengeluaran publik dengan menghindari pembangunan infrastruktur yang berlebihan sebagai akibat pola *sprawl*, dan dukungan perencanaan partisipatif yang memberi kesempatan bagi komunitas lokal untuk terlibat dalam pembangunan dan pertumbuhan subsenter.

2.4 Pusat Perbelanjaan

Pada wilayah perkotaan, sektor tersier yang berupa penyaluran barang dan jasa mendominasi perekonomian. Menurut Childe dalam Suparlan (2004), kota tumbuh dan berkembang dari kegiatan-kegiatan jasa pelayanan. Christaller dalam Teori Tempat Pusat menunjukkan fungsi kota sebagai penyelenggara dan penyedia jasa-jasa bagi daerah sekitarnya sehingga menunjukkan kota sebagai pusat pelayanan yang menyediakan fasilitas jasa.

Fasilitas untuk sebuah bangunan dapat terbagi berdasarkan sifatnya, yaitu fasilitas umum dan fasilitas khusus. Fasilitas umum merupakan fasilitas yang dapat digunakan oleh orang banyak seperti sarana peribadatan, terminal, dan lain sebagainya. Fasilitas Khusus merupakan fasilitas yang istimewa atau tidak umum, yang tidak dimiliki oleh kebanyakan orang seperti perkantoran, pusat perbelanjaan, sekolah dan lain sebagainya.

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu fasilitas perkotaan dalam sektor perdagangan. Perkembangan kawasan perdagangan disebabkan oleh: (a) tumbuhnya pedagang pengecer pada daerah perumahan baru, (b) perluasan

usaha kearah jalan-jalan arteri, dan (c) tumbuhnya toko-toko yang besar. Menurut Pedoman Pembangunan *Shooping Center*, Pusat perbelanjaan adalah sekelompok kesatuan pusat perdagangan yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai, dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (*operation unit*), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total toko-toko.

Pusat perbelanjaan dapat diklasifikasikan berdasarkan lokasinya antara lain:

- (a) Pasar adalah tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar merupakan kelompok fasilitas perbelanjaan sederhana yang berada dekat dengan pemukiman.
- (b) Street Shopping merupakan pengelompokan sarana perbelanjaan yang terdiri dari deretan toko atau kios terbuka pada suatu penggal jalan.
- (c) Shopping precinct merupakan kompleks pertokoan terbuka yang menghadap suatu ruang terbuka yang bebas.
- (d) Shopping mall merupakan pusat perbelanjaan yang berintikan satu atau beberapa departemen store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan.
- (e) Departemen Store merupakan wadah perdagangan eceran besar dari berbagai jenis barang yang berada di bawah satu atap.pada perbelanjaan ini transaksi masih menggunakan tenaga pelayan untuk membantu konsumen memilih dan mencari benda yang dikehendaki. Full line departemen store merupakan departemen store yang menjual berbagai jenis barang yang terdiri dari *soft goods* (fashion, seprai dll) *hard goods* (barang-barang rumah tangga, elektronik) dan Junior departemen store

merupakan departemen store yang menjual beberapa barang yang umumnya bersifat *soft goods* seperti fashion. (Oliver, 2007)

- (f) Supermarket merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan cara pelayanan mandiri (*self service*), artinya pemilihan dan pencarian barang produk dilakukan secara mandiri oleh konsumen dan pelayan digunakan untuk membantu proses pembayaran.
- (g) Superstore merupakan pusat perdagangan dengan luas area penjualan lebih luas dari supermarket. Superstore menempati satu lantai bangunan dan terletak di pusat kota. Sistem pelayanan pada pusat perbelanjaan ini bersifat mandiri sehingga diperlukan penataan dan pengelompokan untuk memudahkan pembeli menemukan barang yang diinginkan.
- (h) Hypermarket merupakan pusat perbelanjaan yang mempunyai sistem penjualan yang dibedakan antara pembeli eceran dan pembeli grosir. Hypermarket yang bergabung dengan plaza, biasanya diletakkan di area paling belakang karena membutuhkan lahan bangunan yang paling luas sehingga tidak menutupi area retail atau counter lain yang luasannya lebih kecil.

Pusat perbelanjaan terdiri dari sekelompok ritel/toko. Ritel merupakan toko eceran yang menjual barang dalam partai kecil atau harga satuan. Jenis – jenis ritel terdiri dari *service retail* dan *product retail*. *Service retail* merupakan ritel yang menjual jasa berupa *rented-good service*, *owned-good service*, dan *non-good service*. *Product Retail* merupakan toko yang menjual atau menawarkan barang. *Product Retail* dapat berupa *departemen store*, *special store* serta *food* dan *drug store*

Ritel dalam pusat perbelanjaan modern memiliki sifat yang beragam seperti *special store*, *departemen store*, *restoran*, dan lain-lain. Pusat perbelanjaan merupakan mix tenant dari toko ritel, tempat hiburan, bioskop, toko buku, dan food court (Ibrahin dan Ng, 2002 dalam Ooi dan Sim, 2006). Variasi ritel (*Retail mix*) merupakan kombinasi ritel dalam pusat perbelanjaan. Selain itu, keberadaan *anchor tenant* turut mempengaruhi daya tarik pusat

perbelanjaan. Anchor tenant merupakan ritel yang memiliki kekuatan utama dalam pusat perbelanjaan (Ooi dan Sim, 2006) dengan ukurannya yang besar dan mendominasi ritel-ritel lainnya seperti *supermarket* dan *departemen store*.

2.5 Hirarki Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan suburban merupakan tempat aktivitas yang cakupannya lebih dari komunitas lokal dan biasanya terletak jauh dari pusat perbelanjaan primer (Ooi dan Sim, 2006). Pusat perbelanjaan Primer terletak di CBD (Pusat kota utama). Pusat perbelanjaan Pusat perbelanjaan suburban memiliki ukuran yang lebih kecil dari pusat perbelanjaan utama. Umumnya pada wilayah suburban, pusat perbelanjaan lokal (*Neighbourhood shopping center*) berdampingan dengan pusat perbelanjaan regional.

Hirarki pusat perbelanjaan dalam penelitian ini didasarkan pada ukuran pusat perbelanjaan. Ooi dan Sim (2006), mengadopsi hukum Model Gravitasi Retail dari Reilly (1931) dan Huff (1964) yang mengungkapkan hubungan Ukuran Pusat Perbelanjaan sebagai magnet yang menimbulkan daya tarik penduduk (konsumen) di Singapura. Huff (1964) mengungkapkan bahwa pusat perbelanjaan berhubungan dengan jarak dan ukuran pusat perbelanjaan. Huff mengungkapkan magnet pusat perbelanjaan adalah fungsi dari ukuran pusat perbelanjaan.

Ooi dan Sim (2006), mengungkapkan bahwa magnet pusat perbelanjaan pinggiran kota (suburban) akan meningkat sesuai dengan ukuran pusat perbelanjaan. Ukuran pusat perbelanjaan dapat memberikan karakteristik pusat perbelanjaan tersebut. Ooi dan Sim (2006) membagi faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik penduduk terdiri dari faktor spasial (jarak, ukuran, dan area parkir), penyewa (variasi penyewa, servis pelengkap, dan gedung bioskop), dan strategi pemasaran (manajemen dan promosi, harga, dan kualitas barang). Ukuran pusat perbelanjaan dapat mempengaruhi daya tariknya terhadap penduduk. Pusat perbelanjaan dengan ukuran yang luas memiliki akomodasi untuk tempat retail dan fasilitas yang lebih lengkap dari

Universitas Indonesia

pada pusat perbelanjaan dengan ukuran yang lebih kecil. Pusat perbelanjaan dengan ukuran yang besar menimbulkan daya tarik (magnet) yang lebih besar dari pada pusat perbelanjaan dengan ukuran yang lebih kecil.

Dalam penelitian ini ukuran pusat perbelanjaan yang dijadikan hirarki dipengaruhi oleh jenis pusat perbelanjaan berdasarkan tingkatannya dan keberadaan sarana hiburan (bioskop).

2.5.1 Jenis Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan berdasarkan tingkatannya terdiri atas Pusat Perbelanjaan Lokal, Pusat Perbelanjaan Distrik, Pusat Perbelanjaan Regional, dan Pusat Perbelanjaan Super-Regional. Pembagian pusat perbelanjaan ini dapat didasarkan pada jangkauan pelayanan, jumlah dan jenis anchor tenant, dan jumlah toko (*variety store* dan *small store*). Adapula yang membaginya berdasarkan karakteristik wilayah, jenis jaringan jalan, dan jumlah penduduk. namun secara umum Semakin tinggi jenis tingkatan pusat perbelanjaan maka semakin besar ukuran fisik pusat perbelanjaan.

Tabel 2.1 Kriteria Jenis Pusat Perbelanjaan

Teori		Lokal	Distrik	Regional	Super-Regional
Keyle (2000)	Toko Kecil	15-20	20 - 70	70 - 225	lebih dari Pusat Perbelanjaan Regional
	Anchor Tenant	Supermarket	Junior Departemen store dan 1-2 supermarket	6 Departemen Store dan supermarket	
	Populasi	1000-5000	5000	50.000-150.000	
ICSC	Jumlah	1 atau lebih	2 atau lebih	2 atau lebih	3 atau lebih
	Anchor Tenant	Supermarket	Junior Departemen store, supermarket	(Full-line) Departemen Store, junior Dept. Store, supermarket	(Full-line) Departemen Store, junior Dept. Store, supermarket
	Rasio Anchor	30 % - 50 %	40 % - 60 %	50 % - 70%	50 % - 70%

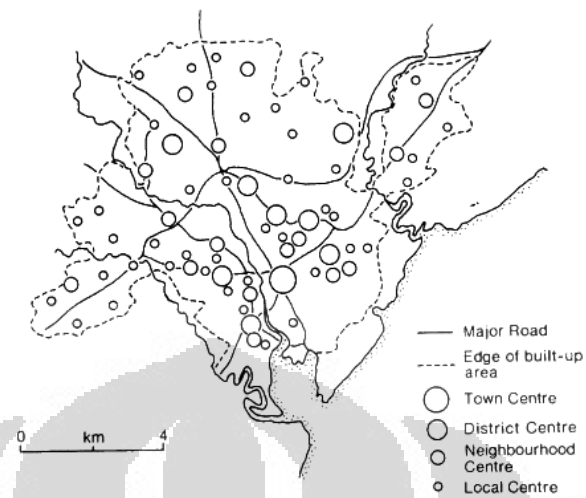
Universitas Indonesia

	jangkauan	3 mil	3 – 6 mil	5 – 15 mil	5 – 25 mil
Foreman et al (1998) dalam Oliver (2007)	Wilayah	Suburban	Group of suburban	Large region in city	Large region in city
	Akses	Jalan kolektor	Jalan utama	Jalan utama/nasional	Jalan utama/nasional
	Jangkauan Tenan	2 km Supermarket, toko spesifik dan kecil	3 km Supermarket, restoran, junior departemen store	8 km Supermarket atau hypermarket, 2 full-line departemen store, butik, restoran, dll	10 km Sama dengan pusat perbelanjaan regional

Berdasarkan tabel di atas, penulis memilih perpaduan antara teori Keyle dan ICSC agar didapat penentuan jenis pusat perbelanjaan yang lebih detail. Adapun penentuan jenis pusat perbelanjaan berdasarkan teori tersebut ditentukan oleh jumlah dan jenis anchor tenant, jumlah toko, dan jangkauan wilayah (lihat tabel 2.2)

Tabel 2.2 Kriteria Jenis Pusat Perbelanjaan Lokal, Distrik, dan Regional

Teori		Lokal	Distrik	Regional
Keyle (2000)	Jumlah Ritel	15-20	20 - 70	70 - 225
	Jangkauan	3 mill	3 - 6 mill	5 - 15 mill
ICSC	Jumlah Anchor	1 atau lebih	2 atau lebih	2 atau lebih
	Tipe Anchor	Supermarket	Junior Departemen store, supermarket	(Full-line) Departemen Store, junior Dept. Store, supermarket



Gambar 2.1 Hirarki Ritel (*The urban retail hierarchy of Cardiff (UK)*).

Sumber : Guy (1984) dalam Dennis dkk (2001).

2.5.2 Sarana Hiburan

Perkembangan zaman telah memunculkan pusat perbelanjaan yang memiliki system *one stop shopping* tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja (*convenience shopper*) namun memiliki fungsi yang lainnya seperti rekreasi/sarana hiburan (*entertainment shopper*) dengan variasi penawaran barang dan jasa. Sarana hiburan (*entertainment*) terdiri dari *Special event entertainment*, *speciality entertainment*, dan *food entertainment* (Barreto dan Konarski, 1996; Sit dan Mirriles, 2005). *Special event entertainment* merupakan sarana hiburan yang pada saat tertentu dan bersifat tidak permanen seperti pada saat perayaan. *Speciality entertainment* dan *food entertainment* bersifat permanen. *Speciality entertainment* meliputi bioskop dan karaoke, sedangkan *food entertainment* meliputi restaurant.

Keberadaan bioskop merupakan salah satu sarana hiburan (*entertainment*) yang terbesar. Gedung bioskop merupakan salah satu tenan utama (*major tenant*) yang termasuk sarana hiburan, namun tidak menjadi penentu jenis pusat perbelanjaan. Bioskop seperti tenan utama

Universitas Indonesia

(penyewa utama) lainnya dapat menjadi salah satu daya tarik pusat perbelanjaan dan dapat meningkatkan frekuensi kunjungan konsumen (Ooi dan Sim, 2006).

2.6 Aksesibilitas

Branch (1995) mengemukakan bahwa jalur-jalur transportasi merupakan pembentuk pola penggunaan lahan di kota. Jaringan jalan merupakan pola (kerangka) yang membentuk struktur kota dan faktor yang berperan dalam penentuan keterjangkauan (aksesibilitas) kota. Di daerah perkotaan umumnya memiliki pola linear dengan pembangunan dilakukan berdasarkan keberadaan jaringan jalan sebagai aksesibilitas.

Klasifikasi jaringan jalan berdasarkan keadaan jaringannya adalah jalan arteri, kolektor, dan jalan lokal. Jalan Arteri adalah jalan merupakan jalur transportasi utama baik untuk akses dari dalam atau ke luar kota. Jalan Kolektor (penghubung) merupakan jalan yang digunakan oleh transportasi dalam kota yang menghubungkan satu tempat dengan tempat lainnya dalam bagian wilayah kota. Jalan Lokal merupakan jalan yang digunakan sebagai jalur transportasi dalam satu bagian wilayah kota.

Koestoer berpendapat bahwa jaringan transportasi memberikan kontribusi untuk menjangkau fasilitas-fasilitas antar wilayah dan berikutnya mendorong perluasan pemukiman baru. Breheny (1995) dalam Djakapermana mengatakan bahwa peran transportasi khususnya jalan raya akan sangat besar dalam mempengaruhi pertumbuhan kegiatan ekonomi wilayah. Kegiatan pembangunan transportasi akan mendorong dan mempromosikan kegiatan ekonomi yang kompetitif (Djakapermana, 2010).

Rondinelli (1985) dalam Koestoer (1997) menyatakan bahwa aksesibilitas dihitung berdasarkan jumlah waktu dan jarak yang dibutuhkan seseorang dalam menempuh perjalanan antara tempat tinggal dan fungsi-fungsi fasilitas. Sedangkan Tarigan (2005) menyatakan bahwa aksesibilitas

dipengaruhi oleh jarak, kondisi prasarana perhubungan, ketersediaan sarana penghubung termasuk frekuensinya. Aksesibilitas menurut Nasution (2003) merupakan suatu kemudahan orang dalam menggunakan suatu sarana transportasi tertentu dan bisa berfungsi dari jarak dan waktu.

Transportasi sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu obyek dari suatu tempat ke tempat lain (Miro, 2002). Alat Transportasi terdiri dari dua kelompok besar, yaitu kendaraan pribadi dan kendaraan umum (angkutan umum). Angkutan umum, menurut Setijowarno dan Frazila (2001:211) dalam Arif (2009), adalah angkutan dari suatu tempat ke tempat lain dalam wilayah suatu kota dengan menggunakan mobil bus umum dan/atau mobil penumpang umum yang terikat pada trayek tetap dan teratur. Angkutan umum kota beroperasi menurut trayek kota yang sudah ditentukan (Berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan No 68 tahun 1993, trayek kota seluruhnya berada dalam suatu wilayah Kota).

BAB III

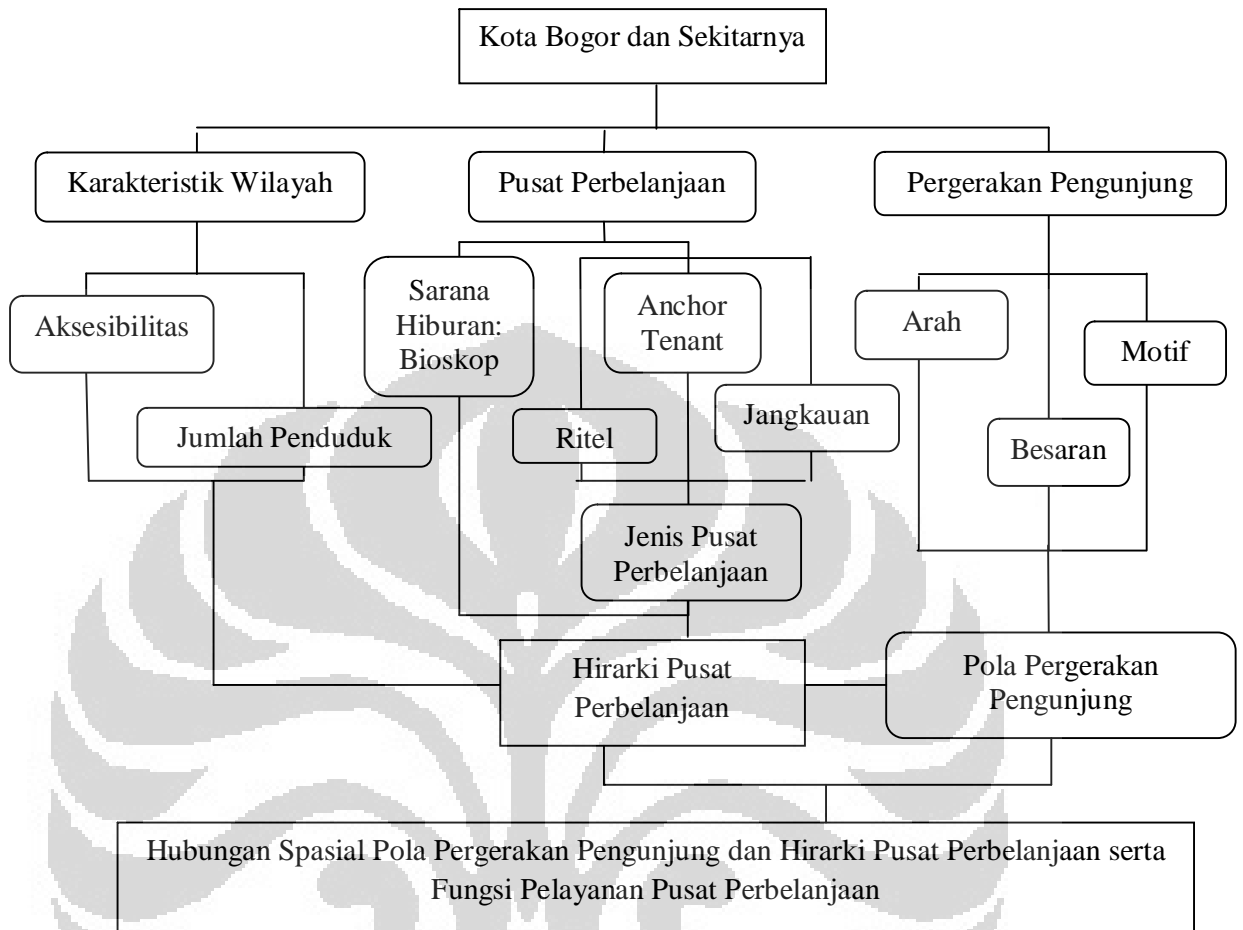
METODOLOGI

3.1 Kerangka Penelitian

Penelitian dilakukan dengan mengklasifikasikan pusat perbelanjaan berdasarkan ukuran dari jenis pusat perbelanjaan. Jenis pusat perbelanjaan terdiri dari Pusat Perbelanjaan Regional, Distrik, dan Lokal. Dari ketiga jenis pusat perbelanjaan tersebut akan diklasifikasikan berdasarkan fungsi dari ukurannya yang dipengaruhi oleh jenis pusat perbelanjaan dan keberadaan gedung bioskop. Adapun jenis pusat perbelanjaan ditentukan oleh anchor tenant (departemen store, supermarket dan superstore), dan ritel yang lebih kecil (toko variasi dan toko special) dan jangkauan wilayah. Berdasarkan referensi bahwa jenis pusat perbelanjaan mempengaruhi ukuran pusat perbelanjaan, semakin tinggi tingkatannya semakin besar ukuran pusat perbelanjaan.

Persebaran hirarki pusat perbelanjaan dikaitkan dengan karakteristik wilayah. Karakteristik wilayah terdiri dari jumlah penduduk dan aksesibilitas sehingga terlihat kerangka spasial dari persebaran pusat perbelanjaan. Persebaran hirarki pusat perbelanjaan akan dikaitkan dengan masing-masing karakteristik wilayah seperti persebaran hirarki pusat perbelanjaan berdasarkan aksesibilitas.

Pola pergerakan pengunjung yang terdiri dari besaran, motif, dan arah yang pada masing-masing hirarki ukuran pusat perbelanjaan. Adapun pola arah dilihat berdasarkan jaraknya yaitu kurang dari 5 km (dekat), 5 - 10 km (sedang), dan lebih dari 10 km (jauh) sehingga akan terlihat seberapa besar pergerakan pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat, sedang, dan jauh. Sehingga terlihat bagaimana karakteristik hubungan spasial antara besaran, motif dan arah pergerakan pengunjung dengan hirarki pusat perbelanjaan serta terlihat karakteristik fungsi pelayanan pusat perbelanjaan. .



Gambar 3.1. Diagram Alur Pikir Penelitian

Variabel dalam penelitian ini meliputi:

1). Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki pusat perbelanjaan ditentukan berdasarkan jenis tingkatan pusat perbelanjaan dan keberadaan sarana hiburan (bioskop). Adapun jenis tingkatan pusat perbelanjaan dilihat berdasarkan jenis dan jumlah ritel (anchor tenan dan ritel lainnya) serta jangkauan wilayah

2). Pola Pergerakan Pengunjung

Pola pergerakan pengunjung dilihat dari pola besaran, motif dan arah pergerakan pengunjung. Besaran pergerakan pengunjung terdiri dari jumlah dan frekuensi pergerakan, motif pergerakan pengunjung terdiri dari tujuan dan alasan utama pergerakan, dan arah pergerakan dilihat berdasarkan jarak rumah dengan pusat perbelanjaan.

3) Karakteristik Wilayah

Karakteristik wilayah terdiri dari aksesibilitas dan jumlah penduduk.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai obyek kajian dilakukan dengan menggunakan data sekunder dan primer. Metode yang digunakan untuk memperoleh data primer dengan observasi lapang, wawancara dan kuisioner.

Observasi lapang digunakan untuk mengetahui kondisi obyek penelitian secara langsung. Observasi lapang dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai jumlah dan jenis retail dan kondisi pusat perbelanjaan yang disertai dengan foto sebagai bukti dan data pendukung.

Wawancara merupakan tehnik pengumpulan data yang ditujukan kepada informan yang mengetahui obyek yang diteliti. Wawancara kepada informan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keadaan pusat perbelanjaan dan transportasi serta menentukan wilayah penelitian sehingga wawancara dilakukan kepada Pegawai/Kepala Sub Departemen Perdagangan dan Departemen Lalu Lintas dan Angkutan Jasa. Dari Wawancara dengan Pegawai Kepala Sub Departemen Angkutan Kota DLLAJ diketahui kondisi angkutan perkotaan di kota dan kabupaten Bogor. Wawancara dengan pegawai Sub Departemen Perdagangan DISPERINDAG didapat karakteristik penduduk yang masih dipengaruhi oleh pusat perbelanjaan di kota Bogor.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Quota Sampling yang bersifat non probability sampel (selected sampel/tidak random) yaitu 115 responden. Penentuan responden dengan menentukan kuota terlebih dahulu dimaksudkan agar didapat titik sampel yang merata ke semua kecamatan di daerah penelitian. Adapun kriteria responden yang dipilih sebagai berikut:

- Masing-masing kecamatan berjumlah 5 responden
- Responden berumur antara 18 – 55 tahun yang merupakan usia produktif dengan asumsi memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sarana pusat perbelanjaan baik dalam hal berbelanja maupun sarana rekreasi/hiburan
- Responden dibedakan berdasarkan gender yaitu laki-laki dan perempuan dengan prosentase masing-masing adalah 40% laki-laki dan 60% perempuan.

Pengambilan sampel responden dilakukan dengan media langsung dengan penulis mendatangi responden dan tidak langsung dengan media internet. Keuntungan dari teknik sampling ini maka responden yang didapat dapat tersebar tidak hanya pada satu daerah misalnya desa seperti pada teknik sampling berkelompok (*cluster*) meskipun masih terdapat beberapa kecamatan yang pengambilan responden terletak pada satu wilayah seperti Kecamatan Cijeruk dan Kecamatan Tamansari.

Dalam penyusunan laporan ini digunakan juga studi literatur. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi secara umum mengenai bahan rujukan, referensi, dan informasi wilayah penelitian sebelum melakukan pengamatan. Studi literatur diperoleh dari, jurnal, buku, dan media elektronik (internet).

Data sekunder yang digunakan, sumber data, dan asal data terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1. Data Sekunder, Sumber Data dan Asal Data yang dikumpulkan

No.	Data yang digunakan	Asal Data	Sumber Data
1.	Peta Administrasi	Data Administrasi Kota dan Kab. Bogor	BAPPEDA Kota dan Kab. Bogor
2.	Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan	Peta Penggunaan Tanah Peta RTRW Kota Bogor skala 1:60.00 Peta Megapolitan Tahun 2009-2010 Data Pusat Perbelanjaan tahun 2011	BAPPEDA Kota. Bogor Dinas Tata Ruang Kab. Bogor DISPERINDRAG Kota dan Kab. Bogor
4.	Peta Jaringan Jalan	Data Jaringan Jalan Kabupaten Bogor Peta RTRW Kota Bogor skala 1:60.000	BAPPEDA Kota dan Kab Bogor BPN Kota Bogor
5.	Data Rute trayek angkutan umum	Data tabel Rute angkutan kota di Kota dan Kabupaten Bogor Data tabel rute AKAP	Dinas Lalu Lintas Angkutan Jasa Kota Bogor dan Kab. Bogor BAKORWIL Jawa Barat
6.	Data Jumlah Penduduk	Data tabel kependudukan	BPS Kota dan Kab. Bogor Dalam Angka Tahun 2010

Sumber: Pengumpulan data 2011

3.2 Metode Pengolahan Data

Cara pengolahan data sekunder yang telah diperoleh dengan menggunakan software SIG seperti *ArcGIS*, dan *ArcView* serta *Microsoft Office* seperti *excel* untuk tabulasi dan kompilasi data serta *word* untuk penyusunan laporan. Metode yang digunakan untuk pengolahan data adalah metode overlay. Pengolahan peta kerja dan data-data yang mengalami pengolahan akan dijelaskan sebagai berikut :

a) Peta Administrasi Wilayah Kajian

Peta Administrasi Wilayah Kajian diolah dengan menggunakan software software *ArcView* dan *ArcGIS*. Peta Administrasi dibuat dengan tehnik *Union* (menggabungkan) dua administrasi yaitu Kota dan Kabupaten Bogor serta tehnik *Cut* (memotong) kabupaten Bogor.

b) Peta persebaran Responden

Peta persebaran Responden dan jaringan jalan diolah dengan menggunakan software *microsoft office excel* dan software *ArcView* dengan metode overlay yang masing-masing kecamatan sebanyak 5 responden. Peta Jaringan jalan diklasifikasikan kedalam 4 klasifikasi yaitu jalan tol, jalan arteri, jalan kolektor, dan jalan lokal.

c) Peta Pernggunaan Tanah

Peta Pernggunaan Tanah diolah dengan menggunakan software software *ArcView* dan *ArcGIS* dengan tehnik *Union* (menggabungkan) dan *Cut* (memotong). Peta Penggunaan tanah diklasifikasikan menjadi 8 klasifikasi yaitu badan air (sungai, danau), semak/beluka, sawah, tanah ladang/tegalan, kebun, hutan, lahan terbangun, dan tanah kosong.

d) Peta Jaringan Jalan

Peta Jaringan Jalan diolah dengan menggunakan software *ArcView* dengan tehnik digitasi dari peta Jaringan Jalan Kota Bogor dan dengan tehnik cut (memotong) dari data dwg jaringan jalan Kabupaten Bogor. Peta Jaringan

jalan terdiri dari klasifikasi jalan arteri, jalan kolektor, jalan lokal, jalan tol, dan rel kereta.

e) Peta Jumlah Penduduk

Peta jumlah penduduk diolah dengan menginput data jumlah penduduk yang dilihat berdasarkan kecamatan dengan menggunakan software *ArcView* atau *ArcGIS* yang ditampilkan secara gradasi warna. Peta jumlah penduduk diklasifikasikan menjadi 4 klasifikasi yaitu rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.

f) Peta Persebaran Pusat Perbelanjaan

Peta persebaran Pusat Perbelanjaan diolah dengan menggunakan software *microsoft office excel* dan software *ArcView* dan *ArcGIS*. Data persebaran Pusat Perbelanjaan dijadikan data tabulasi pada software *excel* dan kemudian diinput kedalam software *ArcView* atau *ArcGIS* dan ditampilkan dalam bentuk *point*.

g) Peta Aksesibilitas

Peta aksesibilitas diolah dengan menggunakan software *microsoft office* dan *ArcView* Peta aksesibilitas dibuat berdasarkan jaringan jalan dan data rute trayek angkutan umum. Peta aksesibilitas diklasifikasikan kedalam 5 klasifikasi yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi serta rel kereta.

h) Peta Persebaran Jenis Pusat Perbelanjaan

Peta persebaran jenis Pusat Perbelanjaan diolah dengan menggunakan software *ArcView* dengan tampilan titik (*point*) dan mengoverlaykannya dengan peta jaringan jalan sehingga terlihat karakteristik persebaran jenis pusat perbelanjaan. Jenis pusat perbelanjaan terdiri dari pusat perbelanjaan regional, distrik dan lokal.

i) Peta Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan

Peta persebaran hirarki pusat perbelanjaan diolah dengan menggunakan software *microsoft office excel* dan software *ArcView* dengan metode *overlay* antara peta aksesibilitas dan jumlah penduduk.

j) Peta Pergerakan Pengunjung terhadap Pusat Perbelanjaan

Peta pergerakan pengunjung Pusat Perbelanjaan diolah dengan menggunakan software *ArcView* dengan metode *buffer* berdasarkan jaraknya dan *overlay* dengan persebaran pengunjung sesuai dengan pusat perbelanjaan yang dikunjungi.

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif yang dituangkan dalam bentuk peta dengan dilihat penyebaran dan interelasinya. Analisis penyebaran dan interelasi digunakan untuk melihat hubungan pola pergerakan pengunjung dan hierarki pusat perbelanjaan sesuai dengan fungsi utamanya. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

a) Analisis Jenis Pusat Perbelanjaan

Analisi Jenis Pusat Perbelanjaan dilakukan dengan analisis tabuler antara jumlah dan jenis ritel seperti anchor tenan (departemen store dan supermarket) dan toko (toko special dan toko variasi) serta jangkauan wilayah. Analisis jenis pusat perbelanjaan digunakan untuk dapat melihat hirarki ukuran pusat perbelanjaan, dimana semakin tinggi jenis pusat perbelanjaan maka ukurannya akan semakin meningkat.

b) Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan

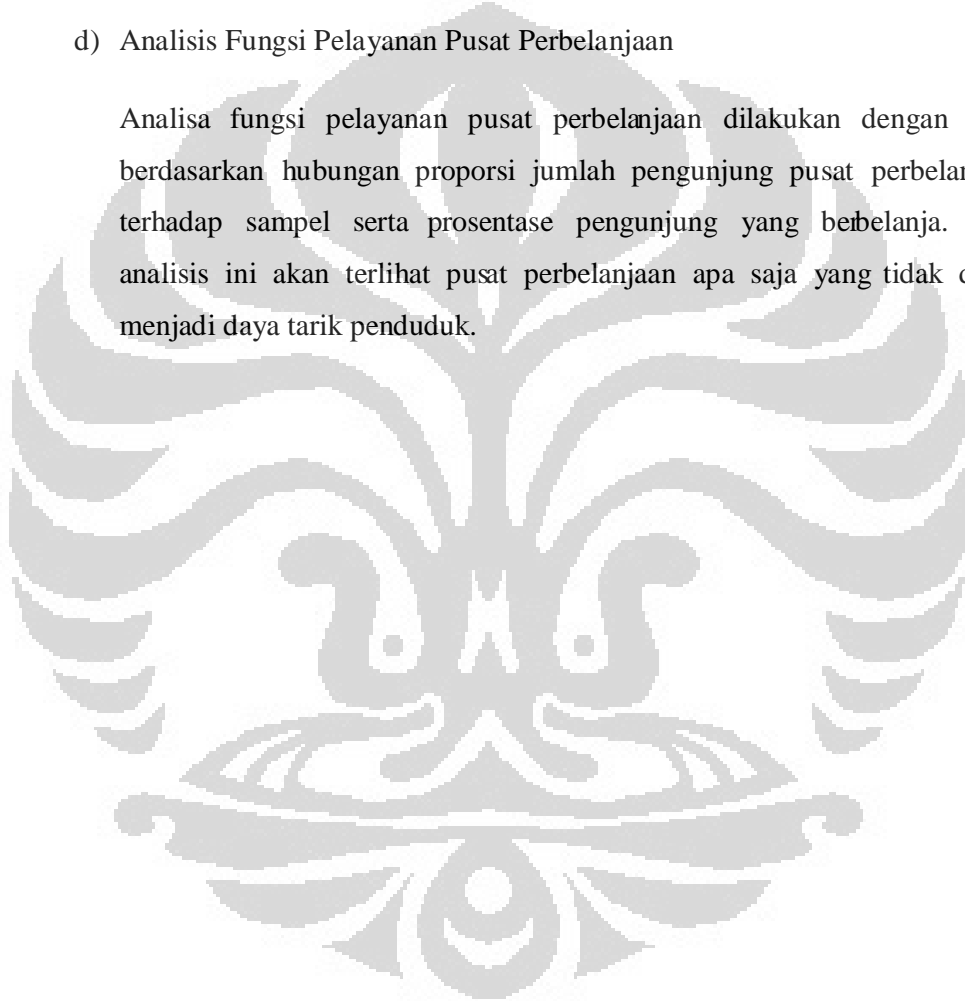
Analisi Jenis Pusat Perbelanjaan dilakukan dengan metode *crossstab* antara jenis pusat perbelanjaan dan keberadaan gedung bioskop. Analisis hirarki pusat perbelanjaan digunakan untuk mengelompokkan pusat perbelanjaan dan dilihat pola pergerakan pengunjung.

c) Analisis Hubungan Spasial Pola Pergerakan Pengunjung dan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Analisis Hubungan Spasial Hirarki Pusat Perbelanjaan dan Pola Pergerakan Pengunjung dilakukan dengan tabel dan peta yang dideskripsikan sehingga diketahui karakteristik pola pergerakan pengunjung berdasarkan hirarki pusat perbelanjaan.

d) Analisis Fungsi Pelayanan Pusat Perbelanjaan

Analisa fungsi pelayanan pusat perbelanjaan dilakukan dengan tabel berdasarkan hubungan proporsi jumlah pengunjung pusat perbelanjaan terhadap sampel serta prosentase pengunjung yang berbelanja. Dari analisis ini akan terlihat pusat perbelanjaan apa saja yang tidak dapat menjadi daya tarik penduduk.



BAB IV

GAMBARAN UMUM WILAYAH

4.1 Letak dan Administrasi Wilayah Kajian

Wilayah Bogor terdiri dari dua tingkat administrasi yaitu Kota Bogor dan Kabupaten Bogor yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Kedua administrasi tersebut merupakan salah satu wilayah *Botabek* yaitu wilayah penyangga Kota Jakarta (*Megapolitan Jabodetabek*)

a. Kota Bogor

Kota Bogor secara absolut terletak antara 106 43'30" BT sampai 106 51'00"BT dan antara 6°30'30"LS dan 6 41'00"LS. Kota Bogor terletak di tengah-tengah Kabupaten Bogor sehingga secara relatif kota Bogor berbatasan dengan Kecamatan-kecamatan di Kabupaten Bogor sebagai berikut

Utara : berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja, Kecamatan Bojonggede, dan Kecamatan Kemang

Selatan : berbatasan dengan Kecamatan Cijeruk dan Kecamatan Caringin

Timur : berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja dan Kecamatan Ciawi

Barat : berbatasan dengan Kecamatan Kemang dan Kecamatan Dramaga

Kota Bogor secara administratif terdiri dari 6 kecamatan yaitu Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Timur, Kecamatan Bogor Utara, Kecamatan Bogor Tengah, Kecamatan Bogor Barat, dan Kecamatan Tanah Sereal. Kota Bogor mempunyai luas wilayah 118.50 Km² dengan pusat kota adalah Kebun Raya Bogor (Kecamatan Bogor Tengah).

b. Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor secara absolut terletak antara 106 21'00"BT dan 107 13'00"BT dan antara 6°19'00"LS sampai 6 21'00"LS. Secara relatif Kabupaten Bogor memiliki batas antara lain

Utara : Kota Depok, Kabupaten/Kota Bekasi, dan Kabupaten Tangerang

Timur : Kabupaten Bekasi dan Kabupaten Karawang

Selatan : Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Cianjur

Barat : Kabupaten Lebak (Provinsi Banten)

Kabupaten Bogor memiliki luas wilayah 3.171.02 Km². Ibukota kabupaten Bogor adalah Cibinong. Secara administratif Kabupaten Bogor terdiri dari 40 Kecamatan dan 428 kelurahan/desa. Kabupaten Bogor yang menjadi wilayah kajian dalam penelitian ini terdiri dari 17 Kecamatan meliputi Kecamatan Tajurhalang, Bojonggede, Cibinong, Citeureup, Babakan Madang, Sukaraja, Kemang, Ciampea, Dramaga, Carigin, Ciawi, Cijeruk, Ciomas, Megamendung, Ranca Burgur, Tamansari, dan Tenjolaya. Kecamatan tersebut terletak kira-kira 15 Km dari pusat kota Bogor.

Wilayah kajian yang terdiri dari kota Bogor dan sebagian Kabupaten Bogor memiliki 23 kecamatan dengan luas wilayah sekitar 77448 Km². Wilayah Kajian secara absolut terletak antara 106°67'BT sampai 107 99'BT dan antara 06°43'LS sampai 06 79'LS. Sedangkan secara relatif memiliki batas antara lain:

Utara : Kota Depok, Kecamatan Gunung Putri dan Kecamatan Parung (Kabupaten Bogor)

Timur : Kecamatan Cisarua, Kecamatan Sukamakmur, dan Kecamatan Klapanunggal (Kabupaten Bogor)

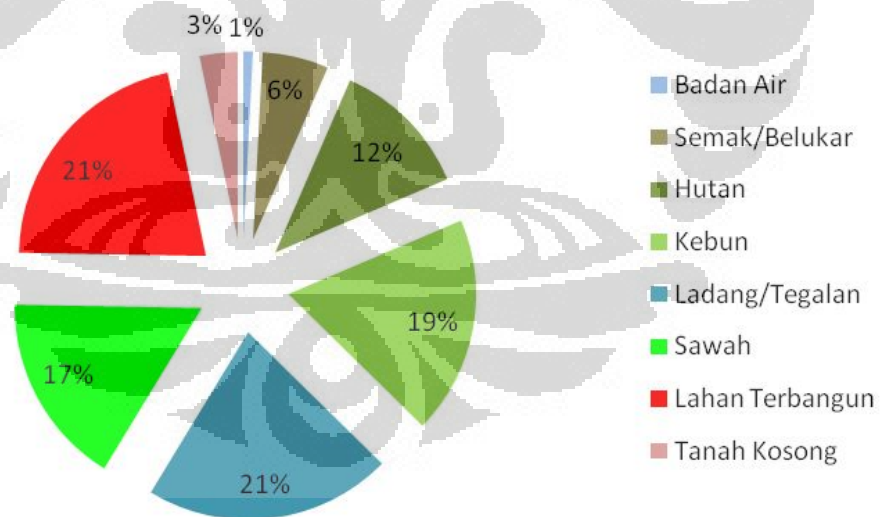
Selatan : Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Cianjur

Barat : Kecamatan Pamijahan, Kecamatan Cibungbulan, Kecamatan Rumpin, dan Kecamatan Ciseeng (Kabupaten Bogor)(lihat peta 1)

4.2 Kondisi Kenampakan Sosial

4.2.1 Penggunaan Tanah

Pola Penggunaan Tanah mencerminkan karakteristik suatu wilayah. Berdasarkan Gambar 4.1 Terlihat proporsi penggunaan tanah secara umum di wilayah kajian dari yang tertinggi ke terendah adalah lahan terbangun (21.439%), ladang/tegalan (21.37%), kebun (18.743%), sawah (16.562%), hutan (12.056%), semak/belukar (5.716%), tanah kosong (3.3%), dan badan air (0.812%). Dari keterangan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wilayah kajian didominasi untuk kepentingan kegiatan pengolahan tanah (ladang/tegalan, kebun, dan sawah).



Gambar 4.1 Diagram Proporsi Penggunaan Tanah di kota Bogor dan sekitarnya

Berdasarkan Peta 3 Penggunaan tanah untuk kebun terletak tersebar di seluruh kecamatan, penggunaan tanah untuk sawah tersebar

di bagian selatan dan barat wilayah kajian serta sebagian kecil di utara dan timur wilayah kajian. Penggunaan tanah untuk sawah tidak terdapat di sekitar pusat kota. Penggunaan tanah untuk ladang/tegalan tersebar di sebagian besar sebelah timur, selatan, dan utara wilayah kajian serta sebagian kecil di sebelah barat.

Penggunaan tanah untuk lahan terbangun tersebar di seluruh wilayah kajian dengan sebagian besar di dekat pusat kota (bagian tengah wilayah) dan di utara. Lahan terbangun terdiri dari pemukiman dan bangunan seperti untuk perdagangan, perindustrian, gedung perkantoran, dan lain-lain. Penggunaan tanah untuk hutan hanya terletak di sebelah selatan dan tenggara (dekat dengan puncak gunung dan hutan kota di tengah pusat kota sebagai kesatuan dari tempat wisata Kebun Raya Bogor. Hutan di bagian selatan dan tenggara merupakan hutan lebat yang perutukan sebagai kawasan penyangga.

Proporsi penggunaan tanah terkecil adalah semak/belukar, tanah kosong, dan badan air. Penggunaan tanah semak/belukar terletak di sebelah selatan dan tenggara wilayah kajian (dekat dengan penggunaan tanah hutan) sedangkan penggunaan tanah untuk tanah kosong tersebar secara berpecah hampir diseluruh wilayah kajian.

4.2.2 Jaringan Jalan dan Rel Kereta

Jaringan jalan merupakan salah satu sarana infrastruktur yang menjadi aspek utama pembangunan daerah. Jaringan jalan darat di Bogor terdiri dari jaringan arteri, kolektor, jalan lokal, dan jalan tol (lihat Peta 2). Jaringan jalan merupakan salah satu akses ke dan dari kota/kabupaten di sekitar wilayah kajian. Dari arah Utara, jaringan jalan menjadi penghubung ke DKI Jakarta melalui Kota Depok. Dari arah Selatan, jaringan jalan menjadi penghubung ke Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Cianjur.

Jalan Tol di wilayah kajian hanya terdapat di beberapa Kecamatan yang melintasi dari sebelah Timur Laut (Kecamatan

Citeureup) menuju ke Kota Bogor (Kecamatan Babakan Madang dan Sukaraja) dan terpecah menjadi 2 yaitu satu ke kota Bogor (perbatasan Kecamatan Bogor Utara dan Bogor Timur) menuju ke pusat kota dan satu lagi menuju ke Selatan (melintasi perbatasan Kecamatan Sukaraja menuju ke Kecamatan Ciawi). Jalan Tol ini merupakan salah satu gerbang utama ke Kota Jakarta dan Kota/Kabupaten lainnya di sebelah Utara.

Jalan arteri yaitu Jalan Raya Jakarta-Bogor yang terdiri dari ruas jalan Batas Sukabumi – Ciawi – Kota Bogor – Cibinong – Cimanggis/Batas DKI Jakarta. Jaringan jalan ini merupakan jaringan jalan utama dan pada ruas-ruas jalan banyak dimanfaatkan untuk sektor komersil seperti perkantoran, pertokoan, industri, pusat perbelanjaan, hotel, dan lain-lain. Jalan Arteri ini melintasi wilayah kajian dari sebelah Utara hingga melewati pusat kota Bogor dan terus sampai ke Selatan wilayah kajian.

Jalan Kolektor dan Jalan Lokal merupakan jaringan jalan yang mendominasi di wilayah kajian. Jalan kolektor mendominasi di bagian Tengah wilayah kajian (dekat pusat kota) dan beberapa terletak tersebar di ke wilayah pinggirannya di Kecamatan Dramaga - Ciomas, Kecamatan Kemang, Kecamatan Megamendung, dan Kecamatan Citeureup - Cibinong. Jalan Lokal merupakan jaringan jalan yang paling mendominasi dan terletak diseluruh wilayah kajian.

Selain dengan angkutan jalan raya, kendaraan umum lainnya yang sering digunakan sebagai sarana angkutan adalah kereta api. Di Bogor dan sekitarnya terdapat 3 jalur kereta api yaitu Jakarta-Bogor (kota), Jakarta-Rangkasbitung, dan Jakarta-Klapanunggal. Jalur kereta api yang melintasi wilayah kajian terdiri dari Jakarta - Bogor dan Jakarta – Klapanunggal, namun dalam wilayah kajian hanya terdapat satu jalur yang melewati dan masih digunakan yaitu jalur Jakarta-Bogor sebagai jalur utama, sedangkan jalur Jakarta-Klapanunggal sudah tidak digunakan lagi.

Pada jalur Jakarta-Bogor terdapat 25 stasiun besar dan kecil yang meliputi 17 stasiun di DKI Jakarta, 5 stasiun di Kota Depok, dan 3 stasiun di Bogor. Stasiun di Bogor terdiri dari 2 stasiun di Kabupaten Bogor yaitu Stasiun Bojonggede (Kecamatan Bojonggede) dan Stasiun Cilebut (Kecamatan Sukaraja), dan 1 stasiun di Kota Bogor yaitu Stasiun Bogor (Kecamatan Bogor Tengah).

4.3 Kondisi Sosial Kependudukan

4.3.1 Kondisi Kependudukan

Penduduk merupakan suatu sumber daya manusia sehingga menjadi komponen utama dalam pembangunan daerah. Jumlah penduduk, penyebaran penduduk, dan kepadatan penduduk menjadi salah satu bahan pertimbangan untuk menentukan arah kebijakan yang diambil.

Secara umum Kota Bogor dilihat dari jumlah penduduknya merupakan kota Besar dengan jumlah penduduk 949.066 Jiwa. Namun jumlah tersebut masih kalah dibandingkan dengan jumlah penduduk di Kabupaten Bogor yang memiliki jumlah penduduk 4.763.209 jiwa. Jumlah penduduk di wilayah kajian sebesar 3.078.472 jiwa yang terdiri dari 949.066 Jiwa di Kota Bogor dan 2.129.406 jiwa di Kabupaten Bogor.

Jumlah penduduk di wilayah kajian yang diklasifikasikan menjadi 4 yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, dan rendah. Berdasarkan Peta 4, klasifikasi rendah merupakan jumlah penduduk yang kurang dari 10.000 jiwa yang terletak di sebelah Barat laut wilayah kajian (terdiri dari Kecamatan Tajurhalang, Kemang, dan Rancabungur), Barat Daya (Kecamatan Tenjolaya, Tamansai, dan Cijeruk), dan Tenggara (Kecamatan Megamendung dan Bogor Timur). Klasifikasi sedang merupakan jumlah penduduk yang berkisar antara 10.000-15.000 jiwa

yang terletak di Barat (Kecamatan Ciampea, Dramaga, dan Ciomas), Timur (Babakan Madang), Tengah (Bogor Tengah), dan Selatan (Ciawi dan Caringin).

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk, Luas, Prosentase Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk di kota Bogor dan sekitarnya Tahun 2010

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Luas (Km ²)	Prosentase Jumlah Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²)
1	Bogor Selatan	180,745	30.81	5.871	5866
2	Bogor Timur	94,572	10.15	3.072	9317
3	Bogor Utara	170,320	17.72	5.533	9612
4	Bogor Tengah	102,203	8.13	3.320	12571
5	Bogor Barat	210,450	32.35	6.836	6505
6	Tanah Sereal	190,776	18.84	6.197	10126
7	Ciampea	146,608	51.06	4.762	2871
8	Tenjolaya	54,770	23.68	1.779	2313
9	Dramaga	100,652	24.38	3.270	4128
10	Ciomas	148,553	16.31	4.826	9108
10	Tamansari	91,899	21.61	2.985	4253
11	Caringin	114,123	57.3	3.707	1992
12	Ciawi	102,501	25.81	3.330	3971
13	Megamendung	96,535	39.87	3.136	2421
14	Sukaraja	168,871	42.97	5.486	3930
15	Babakan Madang	103,208	98.71	3.353	1046
16	Citeureup	198,197	67.19	6.438	2950
17	Cibinong	327,045	43.37	10.624	7541
18	Bojonggede	237,376	29.55	7.711	8033
19	Tajurhalang	97,175	29.28	3.157	3319
20	Kemang	91,740	63.7	2.980	1440
21	Rancabungur	50,153	21.69	1.629	2312
	Jumlah	3,078,472	774.48	100	3975

Sumber: BPS Kota dan Kabupaten Bogor

Klasifikasi tinggi merupakan jumlah penduduk yang berkisar antara 15.000-20.000 jiwa yang terletak sebagian besar di Utara (Kecamatan Tajurhalang dan Tanah Sereal), Sebagian kecil di sebelah Barat (Kecamatan Bogor Barat), Selatan (Kecamatan Bogor Selatan),

Universitas Indonesia

Timur (Kecamatan Sukaraja dan Bogor Utara), serta di sebelah Timur Laut (Kecamatan Citeureup). Klasifikasi Jumlah penduduk tinggi terletak di sekitar pusat pemerintahan dan pusat kota. Klasifikasi sangat tinggi merupakan jumlah penduduk lebih dari 20.000 jiwa yang terletak di Utara (Kecamatan Cibinong).

Berdasarkan Tabel 4.1, terlihat bahwa terjadi variasi penyebaran penduduk dengan penyebaran rendah berada pada kecamatan Rancabungur dan tertinggi berada pada kecamatan Cibinong. Penyebaran penduduk di Kecamatan Cibinong relatif ekstrem dibandingkan dengan kecamatan lainnya, yaitu dengan prosentase penyebaran 10.62%. Kondisi kepadudukan dilihat dari kepadatan penduduk, terlihat bahwa kecamatan Babakan Madang merupakan kecamatan yang paling rendah kepadatan penduduknya. Sedangkan kecamatan Bogor Tengah merupakan kecamatan yang paling tinggi kepadatan penduduknya. Hal tersebut dikarenakan kecamatan Bogor Tengah merupakan pusat Kota Bogor.

4.3.2 Kondisi Perekonomian

Struktur Perekonomian suatu daerah mencerminkan kekuatan dan sekaligus ketergantungan suatu daerah terhadap suatu sektor. PDRB merupakan salah satu indikator ekonomi yang mencerminkan produktivitas perekonomian suatu daerah. PDRB mencerminkan total nilai tambah yang diciptakan oleh seluruh sektor atau kegiatan ekonomi pada kurun waktu tertentu. (Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat bahwa struktur perekonomian di Bogor didominasi oleh sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Secara keseluruhan PDRB pada seluruh sektor mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan di Bogor memiliki kemampuan sumber daya ekonomi yang cukup besar dan selalu meningkat.

Tabel 4.2 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota dan Kabupaten Bogor Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2006-2009

No.	Lapangan Usaha	2006	2007	2008	2009
1	Pertanian	2,110,159.13	2,460,408.54	2,684,708.13	2,928,507.47
2	Penambangan dan Penggalian	501,837.63	584,150.81	705,476.59	800,532.24
3	Industri Pengolahan	30,551,671.93	34,417,074.62	38,596,066.25	43,472,338.40
4	Listrik, Gas, dan Air Bersih	1,627,238.16	1,847,874.48	2,150,745.00	2,304,795.97
5	Bangunan	1,890,325.64	2,193,784.26	2,654,226.81	3,118,555.93
6	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	9,916,504.17	11,473,654.11	13,629,983.62	16,014,429.31
7	Pengangkutan dan Komunikasi	2,651,428.05	3,094,021.66	3,734,916.11	4,517,805.33
8	Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	1,392,609.66	1,614,509.56	1,899,602.16	2,209,215.80
9	jasa-jasa	1,925,998.31	2,152,777.34	2,423,630.73	2,672,207.76
Produk Domestik Regional Bruto		52,567,772.68	59,838,255.38	68,479,355.40	78,040,397.21

Sumber: BPS, Kota dan Kabupaten Bogor dalam angka Tahun 2010

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat bahwa Industri pengolahan memberikan kontribusi terbesar pada PDRB dan diikuti oleh sektor sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Namun dilihat dari laju pertumbuhan PDRB (lihat Tabel 4.3), sektor sekunder (terdiri dari sektor industri pengolahan, sektor listrik, gas, dan air bersih, dan sektor bangunan) mengalami kenaikan laju pertumbuhan PDRB pada tahun 2006-2008 dan mengalami penurunan laju PDRB pada tahun 2008-2009. Sedangkan laju pertumbuhan sektor tersier (terdiri dari sektor perdagangan, hotel dan restoran, sektor angkutan dan komunikasi, sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan, dan sektor jasa-jasa) mengalami pertumbuhan laju yang cukup tinggi setiap tahunnya.

Tabel 4.3 Laju Pertumbuhan PDRB Kota dan Kabupaten Bogor Menurut Kelompok Sektor, Tahun 2006-2008

Kelompok Sektor	Laju Pertumbuhan PDRB		
	2006-2007	2007-2008	2008-2009
Primer	16.56	11.35	10.00
Sekunder	12.88	12.85	12.66
Tersier	15.41	18.29	17.18
Total Laju PDRB	44.86	42.49	39.83

Sumber: Pengolahan Data 2011

Berdasarkan Tabel 4.3 terlihat pula bahwa laju pertumbuhan PDRB pada sektor primer (terdiri dari sektor pertanian dan sektor pertambangan dan penggalian) setiap tahunnya mengalami penurunan yang cukup tinggi, dimana pada tahun 2006-2007 sektor ini mengalami laju pertumbuhan PDRB tertinggi namun pada tahun 2007-2008 menurun drastis sehingga pada tahun 2007-2009 sektor ini berada pada laju pertumbuhan PDRB terendah. Dilihat dari laju pertumbuhan PDRB di Bogor, terlihat bahwa sektor tersier mengalami peningkatan lebih tinggi dari pada sektor sekunder dan hal ini mengindikasikan bahwa secara perlahan perekonomian di Bogor mulai beralih dari sektor primer dan sekunder ke sektor tersier.

4.3.3 Kondisi Transportasi

Sarana transportasi umum di Bogor terdiri dari angkutan umum dan kereta api. Kota Bogor dikenal sebagai Kota Sejuta Angkot karena mayoritas pelayanan angkutan di Kota Bogor dilayani oleh Angkutan Perkotaan sehingga jumlah kendaraan angkutan perkotaan relatif banyak dan hal yang serupa terjadi pula di Kabupaten Bogor. Kedua wilayah ini memiliki ciri angkutan perkotaan yang berbeda, dimana angkutan kota dengan surat izin Kota Bogor memiliki angkutan perkotaan berwarna hijau dan angkutan kota dengan surat izin kabupaten Bogor memiliki angkutan perkotaan berwarna biru.

Angkutan perkotaan di wilayah kajian terdiri dari Angkutan Kota (AK) di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor serta Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP).

a. Angkutan Dalam Kota Bogor

Kota Bogor memiliki 23 trayek angkutan perkotaan dengan jumlah 3413 kendaraan dan 2 angkutan bus sedang dengan jumlah 30 kendaraan. Angkutan perkotaan di Kota Bogor memiliki ciri khas, yaitu setiap trayek memiliki kode trayek dan warna pada bagian bawah kendaraan yang berbeda.

b. Angkutan Dalam Kabupaten Bogor

Kabupaten Bogor memiliki 80 trayek angkutan umum penumpang dan barang. Wilayah Kajian memiliki 47 trayek angkutan dalam wilayah (angkutan perkotaan/angkot). Trayek angkutan kota tersebut dilayani oleh 8 sub-terminal yang berlokasi di Cibinong, Citeureup, Jasinga, Leuwiliang, Jonggol, Parung, Parungpanjang, dan Cijeruk.

c. Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP)

Angkutan Kota Dalam Provinsi (AKDP) merupakan trayek angkutan kota yang melayani rute lintas kota/kabupaten. Pada wilayah kajian angkutan kota dalam provinsi terdiri dari 10 trayek dengan 4.644 kendaraan.

Sarana transportasi darat di Bogor dengan menggunakan jalur kereta api dapat digunakan pada 3 stasiun kereta api yaitu stasiun Bojonggede, stasiun Cilebut, dan stasiun Bogor. Kereta api yang melayani jalur ini adalah kereta api listrik (KRL Jabodetabek). KRL ini terdiri dari 3 kelas yaitu kelas ekonomi, kelas ekonomi ac, dan kelas ekspres. Pada KRL di Bogor, kelas ekonomi dan kelas ekonomi ac berhenti pada setiap stasiun, sedangkan KRL kelas ekspres hanya berhenti di stasiun Bojonggede dan Bogor.

4.4 Persebaran Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan merupakan salah satu bentuk sektor perdagangan (kelompok sektor tersier) sebagai sektor utama perekonomian di Bogor yang ditunjukkan dengan laju pertumbuhan PDRB dan tingginya tingkat konsumsi publik dibandingkan dengan tingkat produksi. Fungsi utama sebuah pusat perbelanjaan adalah menjual kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

Keberadaan pusat perbelanjaan biasanya berdekatan dengan jaringan jalan utama sehingga mudah dijangkau (lihat Peta 6). Persebaran pusat perbelanjaan di wilayah kajian terletak pada jaringan jalan arteri dan kolektor. Pusat perbelanjaan yang terletak di jaringan jalan arteri antara lain Carrefour Cibinong, Ramayana Cibinong, Cibinong Square, Plaza Jambu Dua, Botani Square, dan Plaza Ekalokasari. Pusat Perbelanjaan yang terletak di jaringan jalan kolektor antara lain ITC Cibinong, Ramayana Citeureup, Bellanova, Plaza Bogor Indah, Giant Pajajaran, Giant Yasmin, BTM, Pusat Grosir Bogor, Plaza Bogor, Plaza Bogor Junction, Taman Topi Square, Matahari Taman Topi, Plaza Dewi Sartika, dan Plaza Jembatan Merah.

Pusat perbelanjaan modern di wilayah kajian terdiri atas supermarket, superstore, departemen store, dan shopping mall. Persebaran pusat perbelanjaan modern tidak tersebar keseluruhan wilayah namun terpusat di sekitar pusat pemerintahan seperti di pusat kota Bogor dan di sekitar Cibinong, ibu kota Kabupaten Bogor. Sebagian besar pusat perbelanjaan terletak di sekitar pusat pemerintahan seperti di Kecamatan Bogor Tengah dan Kecamatan Cibinong.

(a) Botani Square

Botani Square merupakan pusat perbelanjaan modern di Kecamatan Bogor Tengah yang terletak di sekitar kampus IPB Baranangsiang dan terminal Baranangsiang. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari toko kecil, toko besar, supermarket dan departemen store. Botani Square memiliki 4 lantai, yaitu

lantai basement (didominasi oleh toko elektronik, tempat bermain, dan toko buku), lantai dasar (didominasi oleh pakaian dan restoran/café), lantai 1 (didominasi oleh pakaian) dan lantai 2 (didominasi oleh food court dan tempat hiburan).

(b) Ekalokasari

Ekalokasari merupakan pusat perbelanjaan modern di Kecamatan Bogor Timur terletak di Jalan Raya Tajur (Jaringan jalan arteri) dan diujung jalan Pajajaran dan Jalan Siliwangi (Jaringan jalan kolektor). Pusat perbelanjaan ini terdiri dari toko kecil, toko besar, supermarket dan departemen store. Pusat Perbelanjaan memiliki 6 lantai yang terdiri dari basement (didominasi oleh supermarket), lantai dasar (pakaian dan restoran), lantai 1 (didominasi oleh pakaian dan salon), lantai 2 (didominasi oleh pakaian dan salon), lantai 3 (didominasi oleh toko buku dan sepatu), dan lantai 4 (didominasi oleh food court dan tempat hiburan)

(c) Bogor Trade Mall

Bogor Trade Mall merupakan pusat perbelanjaan modern di Kecamatan Bogor Tengah. Pusat perbelanjaan ini terdiri toko kecil dan toko besar, supermarket, dan departemen store. Pusat perbelanjaan ini memiliki 7 lantai utama dan basement sebagai tempat parkir motor. Pada 7 lantai utama terdiri dari lantai LG (*low ground*) didominasi oleh pakaian dan sepatu, lantai G (*Ground*) didominasi oleh pakaian dan supermarket untuk alat-alat rumah tangga dan hobi, lantai UG (*Upper Ground*) didominasi oleh pakaian dan supermarket, Lantai 1 didominasi oleh pusat busana dan departemen store, lantai 2 didominasi oleh elektronik dan furniture, lantai 3 didominasi oleh area permainan dan food court, dan lantai 4 didominasi oleh sarana hiburan (bioskop dan karaoke).

(d) Pusat Grosir Bogor

Pusat Grosir Bogor merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah berdekatan dengan Pasar Merdeka. Pusat Grosir

Bogor merupakan pusat perbelanjaan yang berbentuk shopping mall yang terdiri dari toko-toko kecil. Pusat Grosir Bogor terdiri dari 3 lantai yaitu lantai dasar sebagai pusat fashion, lantai 1 sebagai pusat fashion, lantai 2 sebagai pusat hp (elektronik), tempat bermain, dan food court. Pusat perbelanjaan ini memiliki fasilitas yang terdiri dari toilet, parkir, penunjuk arah, musholla, eskalator, dan ruang menyusui.

(e) Taman Topi Square

Pusat perbelanjaan Taman Topi Square merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah berdekatan dengan Matahari dan stasiun Bogor. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari toko-toko. Secara umum pusat perbelanjaan ini memiliki fasilitas yang masih dapat dipergunakan berupa eskalator, parkir, dan toilet sedangkan lift sudah tidak dapat digunakan lagi.

(f) Plaza Jembatan Merah

Plaza Jembatan Merah merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari supermarket dan ritel-ritel kecil. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari 3 lantai yaitu lantai dasar terdiri dari supermarket, lantai 1 terdiri dari toko buku dan toko-toko kecil lainnya, dan lantai 2 yang didominasi oleh food court.

(g) Plaza Jambu Dua

Plaza Jambu Dua merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Utara dan berdekatan dengan Pasar Induk Jambu Dua. Pusat perbelanjaan ini memiliki 6 lantai utama yang terdiri dari lantai G (*Ground*) dan lantai UG (*Upper Ground*) sebagai pusat elektronik (terutama hp), lantai 1 dan 2 merupakan departemen store (pusat fashion seperti pakaian, sepatu/sandal, tas, dll), lantai 3 merupakan daerah supermarket dan food court, serta lantai 4 didominasi oleh sarana olah raga dan salon.

(h) Plaza Bogor Indah

Plaza Bogor Indah merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Tanah Sereal. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari supermarket, departemen store, toko buku dan ritel-ritel kecil. Pusat perbelanjaan ini memiliki 4 lantai yaitu basement yang didominasi oleh toko buku, lantai dasar didominasi oleh supermarket dan lantai 1 dan 2 didominasi oleh pakaian dan restoran.

(i) Plaza Bogor Junction

Plaza Bogor Junction merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari supermarket, departemen store dan ritel-ritel yang lebih kecil. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari 3 lantai yaitu lantai dasar yang didominasi oleh supermarket, lantai 1 yang didominasi oleh pakaian (departemen store) dan lantai 2 yang didominasi oleh food court.

(j) Plaza Bogor

Plaza Bogor merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari 2 departemen store, supermarket, sarana olah raga dan ritel-ritel yang lebih kecil. Plaza Bogor memiliki 5 lantai utama yang terdiri dari lantai basement dan lantai dasar di dominasi oleh toko emas dan pakaian, lantai 1 didominasi oleh departemen store, lantai 2 didominasi oleh departemen store dan supermarket dan lantai 3 didominasi oleh sarana olah raga dan food court.

(k) Plaza Dewi Sartika

Plaza Dewi Sartika merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari departemen store, supermarket, dan ritel-ritel yang lebih kecil. Plaza Dewi Sartika memiliki 3 lantai utama yang terdiri dari lantai dasar sebagai pusat pakaian, lantai 1 didominasi oleh departemen store dan supermarket, dan lantai 2 yang didominasi oleh area permainan.

(l) Giant Yasmin

Pusat perbelanjaan Giant merupakan pusat perbelanjaan yang berbentuk supermarket yang terletak di Kecamatan Bogor Barat. Pusat perbelanjaan ini memiliki 2 lantai yaitu pada lantai dasar terdiri dari area permainan (*games center*), restoran, food court dan toko, sedangkan lantai 1 merupakan supermarket Giant dan beberapa toko. Pusat perbelanjaan ini memiliki fasilitas berupa lift, eskalator, pedestrian, parkit, toilet, dan musholla.

(m) Plaza Ada

Plaza Ada merupakan Pusat perbelanjaan yang terdiri dari 3 lantai utama dan satu basement sebagai area parkir. Pada lantai dasar terdapat supermarket yang menjual bahan makanan, elektronik, pakaian, dan sebagainya. Pada lantai 1 merupakan departemen store yang terdiri dari pakaian, tas, sepatu, dan sebagainya. Sedangkan pada lantai 2 merupakan area bermain (*games center*).

(n) Giant Pajajaran

Giant Pajajaran merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah yang berdekatan dengan hotel, sekolah, dan Plaza Ada. Giant Pajajaran merupakan pusat perbelanjaan berbentuk supermarket yang terletak di lantai 2 dan di lantai 1 didominasi oleh food court.

(o) Bellanova

Bellanova merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Sentul City, Kecamatan Babakan Madang berdekatan dengan pintu tol sentul selatan (jagorawi) sehingga akses ke pusat perbelanjaan ini cukup sulit bila dilalui dengan angkutan umum. Pusat perbelanjaan ini memiliki 2 lantai utama yaitu lantai dasar yang didominasi oleh supermarket dan pakaian serta lantai 1 yang merupakan gedung bioskop.

(p) ITC Cibinong

ITC Cibinong merupakan pusat perbelanjaan di Kecamatan Citeureup. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari supermarket dan banyak ritel-ritel kecil. ITC Cibinong memiliki 3 lantai utama yaitu lantai dasar yang didominasi oleh supermarket dan toko pakaian, lantai 1 yang didominasi oleh toko pakaian, dan lantai 2 yang didominasi oleh toko buku, pusat elektronik (handphone), dan food court.

(q) Cibinong Square

Pusat perbelanjaan Cibinong Square merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Cibinong. Pusat perbelanjaan ini terdiri dari 2 jenis supermarket yaitu yang menjual keperluan sehari-hari dan supermarket yang menjual alat-alat rumah tangga. Cibinong Square memiliki 3 lantai yang terdiri dari lantai dasar didominasi oleh supermarket, lantai 1 didominasi oleh alat-alat rumah tangga dan lantai 2 didominasi oleh food court.

(r) Ramayana Cibinong

Ramayana Cibinong merupakan pusat perbelanjaan terletak di Kecamatan Cibinong berdekatan dengan Pasar Cibinong dan Terminal Cibinong. Pusat Perbelanjaan ini terdiri dari 3 lantai yang terdiri dari departemen store yang didominasi oleh pakaian dan supermarket. Fasilitas pusat perbelanjaan ini meliputi toilet, parkir, dan eskalator.

(s) Ramayana Citeureup

Ramayana Citeureup merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Citeureup. Pusat perbelanjaan ini memiliki 2 lantai yang terdiri dari lantai 1 adalah supermarket dan lantai 2 adalah departemen store yang didominasi oleh pakaian. Fasilitas pusat perbelanjaan ini meliputi toilet, parkir, dan eskalator.

(t) Carrefour Cibinong

Carrefour Cibinong merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Cibinong. Pusat perbelanjaan ini merupakan supermarket dalam satu bangunan tunggal (satu lantai). Dalam pusat perbelanjaan ini memiliki food court dan toko.

(u) Matahari Taman Topi

Matahari Taman Topi merupakan pusat perbelanjaan yang terletak di Kecamatan Bogor Tengah dekat dengan Stasiun Bogor. Pusat perbelanjaan ini memiliki 2 lantai yang terdiri dari departemen store dan supermarket.

Pusat perbelanjaan dalam penelitian terdiri dari 21 pusat perbelanjaan yang tersebar di kota Bogor dan sekitarnya. Diantara pusat perbelanjaan tersebut hanya 4 pusat perbelanjaan yang memiliki gedung bioskop sebagai salah satu faktor daya tarik yaitu Botani Square, Ekalokasari, Bogor Trade Mall, dan Bellanova.

4.5 Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan tingkat keterjangkauan suatu wilayah sehingga menjadi unsur yang penting dalam pembangunan daerah. Aksesibilitas dalam penelitian ini berdasarkan ketersediaan sarana angkutan perkotaan (angkot) dengan melihat rute yang dipakai masing-masing trayek angkot yang melintasi wilayah kajian. Hasil akhir akan terlihat jumlah rute trayek angkutan perkotaan yang melintasi jaringan jalan di wilayah kajian. Sehingga jaringan jalan yang merupakan aksesibilitas sangat tinggi merupakan jaringan jalan yang menjadi pertemuan rute angkutan perkotaan terbanyak.

Tingkat aksesibilitas pada wilayah kajian terdiri dari 5 klasifikasi yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi (lihat Peta 5). Tingkat aksesibilitas sangat rendah merupakan wilayah yang tidak dilalui oleh rute angkutan kota. Tingkat aksesibilitas rendah merupakan wilayah yang hanya dilalui oleh 1 – 3 rute trayek angkutan kota. Tingkat aksesibilitas sedang merupakan wilayah yang dilalui oleh 4 – 6 rute trayek angkutan kota. Tingkat

aksesibilitas tinggi merupakan wilayah yang dilalui oleh 7 – 9 rute angkutan kota sedangkan tingkat aksesibilitas sangat tinggi merupakan wilayah yang dilalui oleh 10 rute trayek angkutan kota.

Berdasarkan Peta 5, terlihat penyebaran tingkat aksesibilitas di wilayah kajian. Pada peta 5 terlihat penyebaran aksesibilitas baik karena setiap wilayah dapat diakses oleh rute angkot. Pada peta terlihat karakteristik wilayah pada bagian utara dan tengah (pusat kota) merupakan wilayah dengan aksesibilitas terbaik karena hampir semua jaringan jalan dilewati oleh rute trayek angkutan kota. Pada wilayah tengah (sekitar pusat kota) didominasi oleh aksesibilitas rendah hingga sangat tinggi, dan hampir semua jaringan jalan dilalui oleh rute angkot. Aksesibilitas sangat tinggi terdapat pada 2 jaringan jalan yaitu terletak di bagian utara di jaringan jalan arteri (dekat dengan pasar dan Terminal Cibinong) dan di bagian tengah di jaringan jalan kolektor (dekat dengan Terminal Bubulak).

Pada wilayah bagian barat memiliki tingkat aksesibilitas rendah hingga tinggi, namun penyebaran aksesibilitas tersebut hanya terletak pada jaringan jalan tertentu saja dan masih banyak jaringan jalan yang tidak dilalui oleh rute trayek angkutan kota. Pada wilayah bagian selatan memiliki aksesibilitas terbaik pada wilayah ini merupakan jaringan jalan kolektor dengan tingkat aksesibilitas sedang dan masih banyak jaringan jalan pada wilayah ini yang tidak dilalui oleh rute trayek angkutan kota. Pada wilayah bagian Timur memiliki aksesibilitas hingga sangat rendah. Jaringan jalan kolektor pada wilayah ini hanya memiliki tingkat aksesibilitas rendah. Pada Peta 5 terlihat aksesibilitas yang kurang baik karena sedikitnya jaringan jalan yang ada dan ketersediaan sarana angkutan perkotaan yang kurang memadai.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Jenis Pusat Perbelanjaan

Jenis pusat perbelanjaan yang dilihat berdasarkan tingkatannya terdiri dari Pusat Perbelanjaan Super-Regional, Pusat Perbelanjaan Regional, Pusat Perbelanjaan Distrik dan Pusat Perbelanjaan Lokal. Tabel 5.1 merupakan kriteria-kriteria Jenis Pusat Perbelanjaan yang didasarkan pada jumlah toko/ritel (teori Keyle), jangkauan pelayanan, jumlah dan jumlah dan jenis tipe anchor tenan (ICSC) di kota Bogor dan sekitarnya.

Berdasarkan analisis tabuler dapat terlihat bahwa pusat perbelanjaan di Bogor dan sekitarnya terdiri dari pusat perbelanjaan Regional, Distrik, dan Lokal. Berdasarkan teorinya maka terlihat bahwa kunci utama penentu pusat perbelanjaan adalah anchor tenan khususnya jenis departemen store. Pusat perbelanjaan di Bogor yang memiliki jenis departemen store lengkap (*full-line department store*) hanya Plaza Jambu Dua dan Plaza Ada dan sebagian besar lagi adalah departemen store terbatas khususnya fashion (*soft line departemen store*). Menurut Foreman jenis pusat perbelanjaan didasarkan pula pada akses (jaringan jalan) yaitu jaringan jalan kolektor dan Jaringan Jalan Arteri yaitu pusat perbelanjaan Regional dan Distrik terletak di Jaringan Jalan Arteri dan pusat perbelanjaan Distrik dan Lokal terletak di Jaringan Jalan Kolektor.

Pusat perbelanjaan Regional di Bogor adalah Plaza Jambu Dua yang terletak di jaringan jalan Arteri (Nasional) yaitu di Jalan Pajajaran. Pusat perbelanjaan ini merupakan pusat perbelanjaan tertinggi tingkatannya. Pusat perbelanjaan Distrik terdiri dari 7 pusat perbelanjaan yaitu Botani Square, Ekalokasari, Bogor Trade Mall, Plaza Indah Bogor, Plaza Bogor Junction, Plaza Bogor dan Plaza Dewi Sartika. Pusat Perbelanjaan Distrik sebagian besar berada pada jaringan jalan kolektor dan hanya Ekalokasari dan Botani Square yang berada pada jaringan jalan utama (arteri).

Universitas Indonesia

Tabel 5.1 Analisis Jenis Pusat Perbelanjaan

No.	Pusat Perbelanjaan	Departemen store		Supermarket/ superstore	toko	Jangkauan Wilayah	Jenis Pusat Perbelanjaan
		Lengkap	Terbatas				
1	Botani Square		1	3	234	> 10 Km	Distrik
2	Ekalokasari		1	1	122	> 10 Km	Distrik
3	BTM		1	2	873	> 10 Km	Distrik
4	PGB		0	0	352	> 10 km	Lokal
5	Taman Topi Square		0	0	49	10 km	Lokal
6	Plaza Jembatan Merah		0	1	19	10 km	Lokal
7	Plaza Jambu Dua	1		1	487	> 10 Km	Regional
8	Plaza Indah Bogor		1	1	32	> 10 km	Distrik
9	Plaza Bogor Junction		1	1	34	> 10 km	Distrik
10	Plaza Bogor		2	1	319	> 10 km	Distrik
11	Plaza Dewi Sartika		1	1	98	> 10 km	Distrik
12	Matahari Taman Topi		1	1	0	> 10 km	Lokal
13	Giant Yasmin		0	1	26	10 km	Lokal
14	Plaza Ada	1	0	1	1	> 10 km	Lokal
15	Giant Pajajaran		0	1	10	> 10 km	Lokal
16	Bellanova		0	1	112	> 10 km	Lokal
17	ITC Cibinong		0	1	280	10 km	Lokal
18	Cibinong Square		0	2	24	10 km	Lokal
19	Ramayana Cibinong		1	1	1	10 km	Lokal
20	Ramayana Citeureup		1	1	1	< 5 km	Lokal
21	Carrefour Cibinong		0	1	12	10 km	Lokal

Sumber: Pengolahan Data 2011

Sebagian besar pusat perbelanjaan di Bogor didominasi oleh Jenis Pusat Perbelanjaan Lokal yaitu sebanyak 13 pusat perbelanjaan yaitu Pusat Grosir Bogor, Plaza Jembatan Merah, Taman Topi Square, Matahari Taman Topi, Giant Yasmin, Plaza Ada, dan Giant Pajajaran yang terletak di Kota Bogor serta Bellanova, ITC Cibinong, Cibinong Square, Ramayana Cibinong Ramayana Citeureup, dan Carrefour Cibinong yang terletak di Kabupaten Bogor. Dilihat dari administrasinya maka terlihat bahwa pusat perbelanjaan di Kabupaten Bogor terdiri dari pusat perbelanjaan lokal sedangkan pada kota Bogor memiliki pusat perbelanjaan yang terdiri dari pusat perbelanjaan regional, distrik, dan lokal.

5.2 Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki pusat perbelanjaan didasarkan pada ukurannya yang dilihat dari jenis tingkatan pusat perbelanjaan dan keberadaan sarana hiburan. Berdasarkan teori gravitasi ritel bahwa ukuran pusat perbelanjaan memiliki hubungan positif dengan jumlah pengunjung pusat perbelanjaan.

5.2.1 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki ukuran pusat perbelanjaan yang didasarkan pada jenis pusat perbelanjaan dan keberadaan sarana hiburan khususnya gedung bioskop sebagai salah satu ritel terbesar. Pusat perbelanjaan dengan jenis yang sama namun memiliki sarana hiburan bioskop memiliki tingkat hirarki ukuran yang lebih tinggi. Hal ini diasumsikan bahwa sarana hiburan bioskop merupakan sarana hiburan terbesar sehingga memerlukan area yang luas. Lampiran 15 memperlihatkan hirarki ukuran pusat perbelanjaan yang di Bogor yang terdiri dari 5 hirarki berdasarkan metode Crosstab.

Berdasarkan Tabel 5.2 terlihat bahwa pusat perbelanjaan regional merupakan pusat perbelanjaan hirarki 1 yang terdiri dari Plaza Jambu Dua. Pusat perbelanjaan hirarki 2 merupakan pusat perbelanjaan Distrik

yang memiliki gedung bioskop sebagai salah satu ritel terbesar yang terdiri dari Botani Square, Ekalokasari, dan Bogor Trade Mall. Pusat perbelanjaan hirarki 3 merupakan pusat perbelanjaan Distrik yang tidak memiliki gedung bioskop yang terdiri dari Plaza Indah Bogor, Plaza Bogor Junction, Plaza Bogor, dan Plaza Dewi Sartika.

Tabel 5.2 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan

No.	Pusat Perbelanjaan	Jenis Pusat Perbelanjaan	Bioskop	Hirarki Pusat Perbelanjaan
1	Botani Square	Distrik	ada	2
2	Ekalokasari	Distrik	ada	2
3	BTM	Distrik	ada	2
4	PGB	Lokal	tidak ada	5
5	Taman Topi Square	Lokal	tidak ada	5
6	Plaza Jembatan Merah	Lokal	tidak ada	5
7	Plaza Jambu Dua	Regional	tidak ada	1
8	Plaza Indah Bogor	Distrik	tidak ada	3
9	Plaza Bogor Junction	Distrik	tidak ada	3
10	Plaza Bogor	Distrik	tidak ada	3
11	Plaza Dewi Sartika	Distrik	tidak ada	3
12	Matahari Taman Topi	Lokal	tidak ada	5
13	Giant Yasmin	Lokal	tidak ada	5
14	Plaza Ada	Lokal	tidak ada	5
15	Giant Pajajaran	Lokal	tidak ada	5
16	Bellanova	Lokal	ada	4
17	ITC Cibinong	Lokal	tidak ada	5
18	Cibinong Square	Lokal	tidak ada	5
19	Ramayana Cibinong	Lokal	tidak ada	5
20	Ramayana Citeureup	Lokal	tidak ada	5
21	Carrefour Cibinong	Lokal	tidak ada	5

Sumber: Analisis Data 2011

Pusat perbelanjaan hirarki 4 merupakan pusat perbelanjaan lokal yang memiliki gedung bioskop yang terdiri dari satu pusat perbelanjaan yaitu Bellanova. Sedangkan pusat perbelanjaan hirarki 5 merupakan pusat perbelanjaan lokal yang tidak memiliki gedung bioskop. Pusat

Universitas Indonesia

perbelanjaan hirarki 5 merupakan pusat perbelanjaan terkecil namun memiliki jumlah terbanyak di Kota Bogor dan sekitarnya terdiri dari Pusat Grosir Bogor, Plaza Jembatan Merah, Taman Topi Square, Matahari Taman Topi, Giant Yasmin, Plaza Ada, Giant Pajajaran, ITC Cibinong, Cibinong Square, Ramayana Cibinong, Ramayana Citeureup, dan Carrefour Cibinong.

5.2.2 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan

Persebaran hirarki pusat perbelanjaan dalam penelitian didasarkan pada karakteristik wilayah yang terdiri dari jumlah penduduk dan aksesibilitas. Berdasarkan Peta 8 terlihat penyebaran hirarki pusat perbelanjaan Pusat perbelanjaan hirarki 1 terletak pada wilayah yang memiliki jumlah penduduk tinggi dan aksesibilitas sedang, namun pusat perbelanjaan ini terletak di pertemuan jaringan jalan arteri dan jaringan jalan kolektor.

Pusat perbelanjaan hirarki 2 didominasi oleh pusat perbelanjaan yang terletak pada aksesibilitas tinggi dan jumlah penduduk sedang yaitu Botani Square dan Bogor Trade Mall yang terletak dekat pusat kota Bogor (Kebun Raya Bogor). Pusat perbelanjaan hirarki 2 ada yang terdapat pada aksesibilitas sedang dan jumlah penduduk rendah yaitu ekalokasari. Pusat perbelanjaan Ekalokasari merupakan pusat perbelanjaan yang paling selatan di Kota Bogor dan terletak pada jaringan jalan arteri (lihat Peta 8).

Pusat perbelanjaan hirarki 3 umumnya terletak pada aksesibilitas tinggi dan jumlah penduduk sedang. Pusat perbelanjaan yang terletak pada karakteristik wilayah tersebut adalah Plaza Dewi Sartika, Plaza Bogor Junction dan Plaza Bogor. Sedangkan pusat perbelanjaan Plaza Indah Bogor terletak pada karakteristik wilayah jumlah penduduk tinggi dan aksesibilitas rendah.

Pusat perbelanjaan hirarki 4 yaitu Bellanova terletak pada aksesibilitas rendah dan jumlah penduduk sedang. Pusat perbelanjaan

hirarki 5 umumnya terletak pada aksesibilitas rendah hingga sangat tinggi dengan jumlah penduduk rendah hingga sangat tinggi sehingga dapat diasumsikan pusat perbelanjaan hirarki 5 terletak pada semua klasifikasi kecuali klasifikasi aksesibilitas sangat rendah. Pada wilayah dekat pusat kota terlihat pusat perbelanjaan ini berdekatan dengan pusat perbelanjaan yang lebih besar hirarkinya.

Tabel 5.3 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Jumlah Penduduk

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Klasifikasi Jumlah Penduduk			
	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah
Hirarki 1		✓		
Hirarki 2			✓	✓
Hirarki 3		✓	✓	
Hirarki 4			✓	
Hirarki 5	✓	✓	✓	✓

Sumber: Pengolahan data 2011

Tabel 5.4 Persebaran Hirarki Pusat Perbelanjaan Berdasarkan Aksesibilitas

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Klasifikasi Aksesibilitas					
	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	Rel Kereta
Hirarki 1				✓		
Hirarki 2		✓	✓			
Hirarki 3		✓	✓	✓		✓
Hirarki 4				✓		
Hirarki 5	✓	✓	✓	✓		✓

Sumber: Pengolahan data 2011

Berdasarkan tabel 5.3 dan Tabel 5.4 memperlihatkan persebaran pusat perbelanjaan pada masing-masing klasifikasi aksesibilitas dan jumlah penduduk. tabel 5.4 memperlihatkan karakteristik persebaran hirarki secara acak.

Tabel 5.3 memperlihatkan sebagian karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan yaitu Semakin tinggi hirarki pusat perbelanjaan maka semakin tinggi jumlah penduduk. Karakteristik tersebut tidak sepenuhnya menunjukkan pola tersebut karena terdapat beberapa pusat perbelanjaan yang menyimpang yaitu pusat perbelanjaan hirarki 2, hirarki 3, dan hirarki 5.

Hirarki 2 yang menyimpang dari karakteristik tersebut adalah Ekalokasari yang terletak di Kecamatan Bogor Timur dengan jumlah penduduk rendah namun terletak pada jaringan jalan arteri dengan klasifikasi aksesibilitas sedang namun dekat dengan pertemuan dua jaringan jalan kolektor yang merupakan akses jaringan jalan ke daerah puncak sehingga dapat dikatakan pusat perbelanjaan ini adalah pusat perbelanjaan yang paling dekat yang dapat dijangkau oleh penduduk di sebelah selatan wilayah kajian. Hirarki 3 yang menyimpang dari karakteristik tersebut adalah Plaza Bogor Indah yang terletak di Kecamatan Tanah Sereal dengan jaringan jalan kolektor dan aksesibilitas rendah namun pusat perbelanjaan ini berada pada daerah yang paling mudah dijangkau oleh penduduk yang berasal dari daerah sebelah Barat dan Barat Laut pusat perbelanjaan.

Hirarki 5 menyimpang dari karakteristik yang terletak di jumlah penduduk sangat tinggi adalah Ramayana Cibinong, Cibinong Square, ITC Cibinong, dan Carrefour Cibinong, namun pada pusat perbelanjaan ini terletak jauh dari pusat kota Bogor. Hirarki 5 yang terletak pada klasifikasi jumlah penduduk tinggi adalah Ramayana Citeureup dan Giant Yasmin yang lokasi pada jaringan jalan kolektor dan cukup jauh

dari pusat kota. Pusat perbelanjaan Giant Yasmin letaknya dekat lingkungan perumahan dan aksesnya mudah dicapai terutama untuk penduduk yang berasal dari sebelah Barat dan Utara pusat perbelanjaan. Hirarki 5 yang terletak pada klasifikasi jumlah penduduk sedang adalah Taman Topi Square, Matahari Taman Topi, Pusat Grosir Bogor dan Plaza Jembatan Merah yang berada pada jaringan jalan kolektor dan dekat dengan pusat kota Bogor serta fasilitas umum lainnya seperti pasar dan stasiun.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian hirarki pusat perbelanjaan memiliki hubungan dengan jumlah penduduk namun tidak memiliki hubungan aksesibilitas yang dilihat berdasarkan rute angkutan kota. Semakin tinggi hirarki pusat perbelanjaan maka semakin tinggi jumlah penduduk.

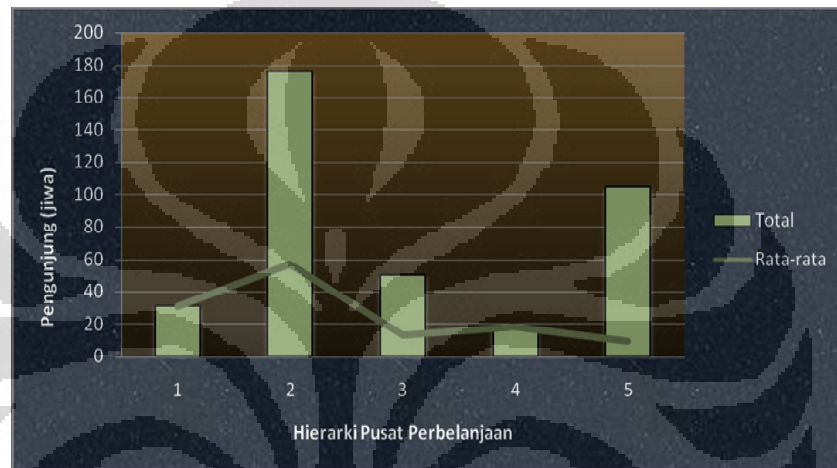
5.3 Hubungan Spasial Pola Pergerakan Pengunjung terhadap Hirarki Pusat Perbelanjaan

Pola pergerakan pengunjung dalam penelitian ini dilihat berdasarkan besaran, motif dan arah pergerakan responden dalam mengunjungi pusat perbelanjaan di Bogor. Responden dalam penelitian ini berjumlah 115 orang yang tersebar dalam 23 kecamatan yang termasuk kedalam wilayah penelitian.

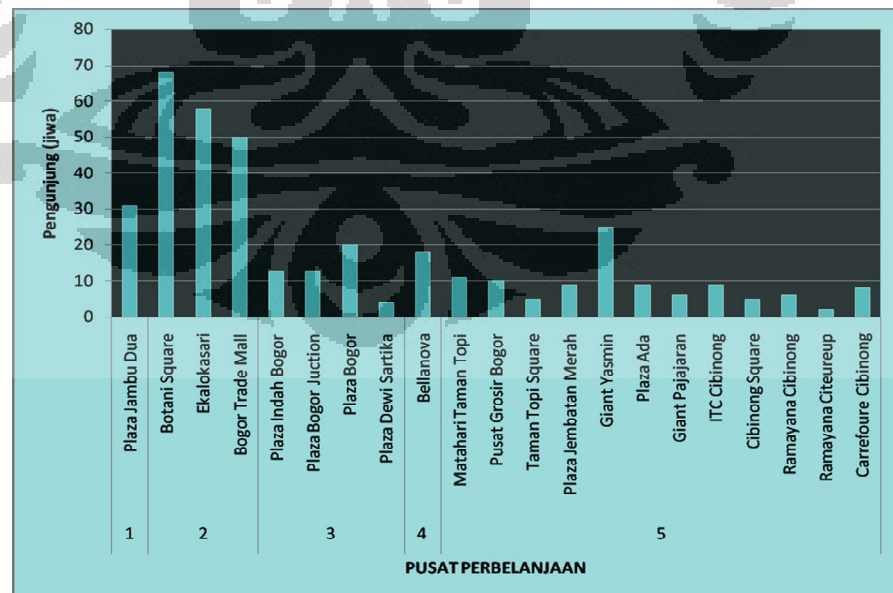
5.3.1 Pola Besaran Pergerakan Pengunjung

Besaran pada pola pergerakan pengunjung terdiri dari jumlah dan frekuensi pergerakan pengunjung terhadap pusat perbelanjaan di Bogor selama kurun waktu 4 bulan terakhir (terhitung sejak awal tahun 2011). Berdasarkan Gambar 5.1 grafik terdiri dari total jumlah pengunjung yang berkunjung pada hirarki pusat perbelanjaan dan rata-rata pengunjung per pusat perbelanjaan berdasarkan hirarkinya. Dilihat dari rata-rata pengunjung per pusat perbelanjaan terlihat adanya penyimpangan pada pusat perbelanjaan hirarki 2 dan 4 dari teori gravitasi ritel. Pada kedua

pusat perbelanjaan memiliki rata-rata pengunjung yang lebih tinggi dari pusat perbelanjaan hirarki di atasnya. Hal ini dikarenakan kedua hirarki pusat perbelanjaan tersebut memiliki sarana hiburan gedung bioskop sebagai salah satu anchor tenant yang mempengaruhi daya tarik pusat perbelanjaan tersebut. Selain itu pusat perbelanjaan hirarki 2 terletak pada aksesibilitas yang tinggi sehingga memiliki pergerakan pengunjung tertinggi dibandingkan hirarki pusat perbelanjaan lainnya



Gambar 5.1 Grafik Total dan Rata-rata Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan



Gambar 5.2 Grafik Jumlah Pengunjung berdasarkan Pusat Perbelanjaan
Universitas Indonesia

Berdasarkan Gambar 5.2 terlihat jumlah pengunjung pada pusat perbelanjaan. Berdasarkan grafik terlihat beberapa penyimpangan mengenai teori gravitasi ritel. Pada gambar terlihat pusat perbelanjaan hirarki 2 memiliki jumlah pengunjung terbanyak (lebih banyak dibandingkan pusat perbelanjaan hirarki 1). Hal ini dipengaruhi oleh keberadaan gedung bioskop yang menarik pengunjung. Hal yang serupa terjadi pula pada pusat perbelanjaan Bellanova yang memiliki gedung bioskop sehingga jumlah pengunjung lebih tinggi dibandingkan beberapa pusat perbelanjaan pada hirarki 3. Pada hirarki 3 terdapat pusat perbelanjaan yang memiliki pengunjung terkecil adalah Plaza Dewi Sartika.

Penyimpangan juga terjadi pada Giant Yasmin yang merupakan pusat perbelanjaan hirarki 5 dengan jumlah pengunjung yang lebih banyak dari pusat perbelanjaan di hirarki 3 dan 4. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan tersebut terletak pada pusat perbelanjaan paling Timur dan yang lebih mudah dijangkau oleh penduduk di wilayah Timur hingga Utara (lihat Peta 13D).

Tabel 5.5 Prosentase Frekuensi Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	< 1/bln		1/bln		> 1/bln	
	Jmh (jiwa)	Persen (%)	Jmh (jiwa)	Persen (%)	Jmh (jiwa)	Persen (%)
Hirarki 1	27	87.1	1	3.23	3	9.68
Hirarki 2	129	74.14	19	10.92	26	14.94
Hirarki 3	38	76	5	10	7	14
Hirarki 4	14	77.78	2	11.11	2	11.11
Hirarki 5	76	72.38	12	11.43	17	16.19

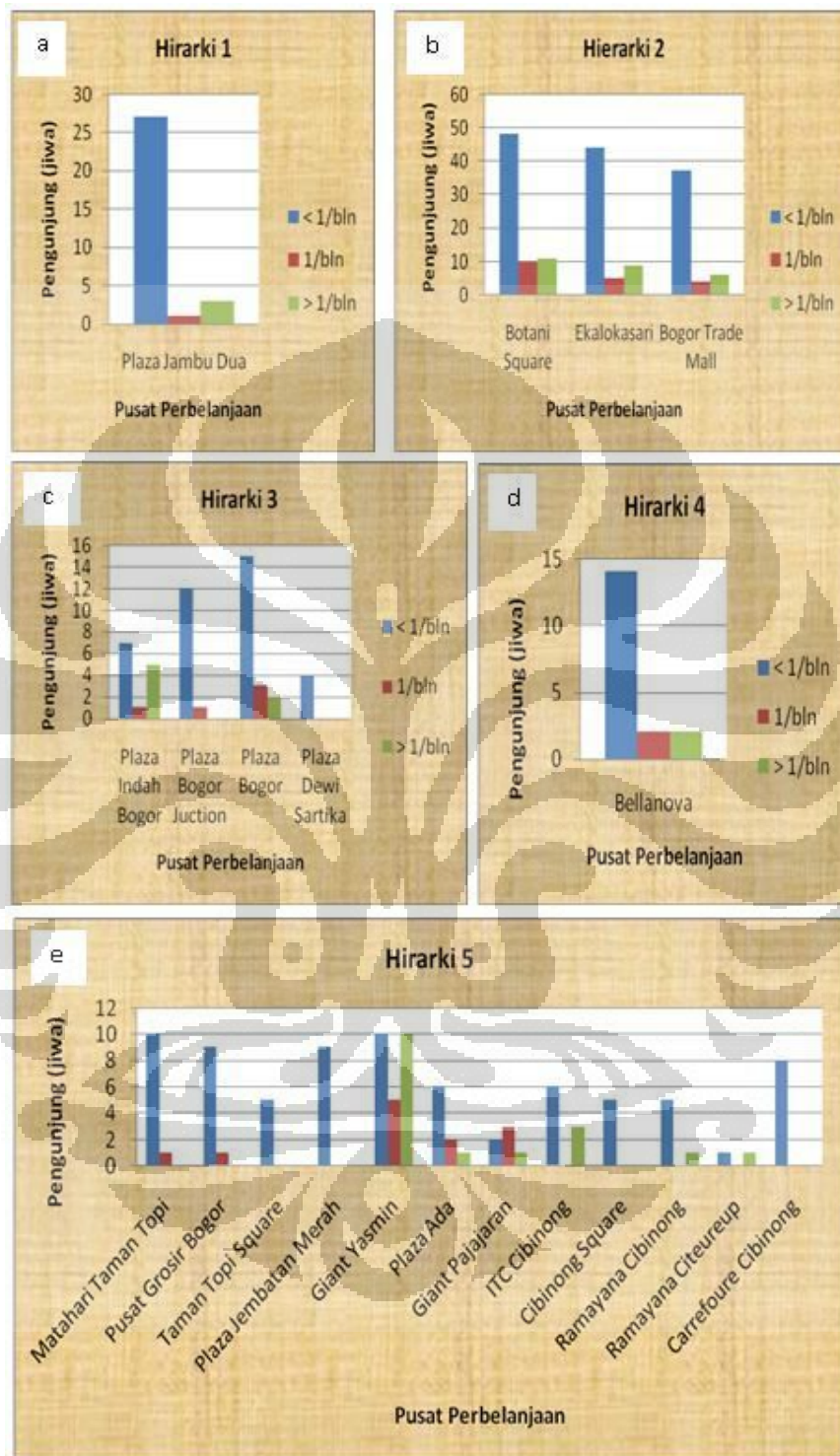
Sumber: Pengolahan data 2011

Berdasarkan hasil survey mayoritas responden tidak memiliki jadwal rutin mengunjungi pusat perbelanjaan dan hanya beberapa

responden yang memiliki jadwal rutin dan mayoritas jadwal rutinnnya adalah 1 kali/bulan. Frekuensi dalam penelitian ini diklasifikasikan kedalam tiga klasifikasi yaitu kurang dari 1 kali/bulan, 1 kali/bulan, dan lebih dari 1 kali/bulan. Berdasarkan Tabel 5.5 terlihat karakteristik frekuensi pergerakan pengunjung terhadap hirarki pusat perbelanjaan. Prosentase menunjukkan jumlah pengunjung pada frekuensi tertentu per jumlah total pengunjung. Sebagian besar pengunjung pada semua hirarki pusat perbelanjaan mayoritas memiliki frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali per bulan. Semakin rendah hirarki pusat perbelanjaan maka semakin besar prosentase pengunjung yang memiliki frekuensi pergerakan lebih dari 1 kali/bulan. Namun penyimpangan terjadi pada pusat perbelanjaan hirarki 2 dan 4. Pada pusat perbelanjaan hirarki 2 memiliki prosentase pengunjung lebih dari 1 kali/bulan lebih besar dari hirarki pusat perbelanjaan dibawahnya sedangkan pada hirarki pusat perbelanjaan 4 memiliki prosentase pengunjung lebih dari 1 kali/bulan lebih kecil dari hirarki diatasnya. Hal ini dikarenakan hirarki 2 terletak pada aksesibilitas lebih tinggi dari hirarki pusat perbelanjaan 4.

Dilihat berdasarkan frekuensi pergerakan pengunjung pada setiap pusat perbelanjaan terlihat sebagian besar responden memiliki frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali per bulan (< 1 kali/bulan). Gambar 5.3 memperlihatkan frekuensi pergerakan menurut hirarki ukuran pusat perbelanjaan.

Gambar 5.3a terlihat frekuensi pergerakan pusat perbelanjaan di dominasi oleh frekuensi kurang dari 1 kali per bulan yaitu lebih dari 75% konsumen. Pada Plaza Jambu Dua terdapat pengunjung dengan frekuensi pergerakan 1 kali per bulan dan lebih dari 1 kali per bulan namun jumlahnya sangat sedikit jika dibandingkan dengan frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali per bulan.



Gambar 5.3 Grafik Frekuensi Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Gambar 5.3b frekuensi pergerakan pengunjung pada Botani Square, Ekalokasari, dan Bogor Trade Bogor. Pada ketiga pusat perbelanjaan tersebut sebagian besar pengunjung memiliki frekuensi kurang dari 1 kali per bulan (1 kali/bulan). Sedangkan frekuensi 1 kali per bulan (1 kali/bulan) merupakan frekuensi yang terkecil setelah frekuensi lebih dari 1 kali perbulan (> 1 kali/bulan). Dari ketiga pusat perbelanjaan diatas terlihat bahwa Botani Square merupakan pusat perbelanjaan yang paling banyak pengunjungnya pada semua klasifikasi frekuensi. Prosentase masing-masing frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali per bulan, 1 kali perbulan, dan lebih dari 1 kali per bulan pada Botani Square, Ekalokasari, dan Bogor Trade Mall menurun seiring dengan penurunan jumlah pengunjung.

Gambar 5.3c frekuensi pergerakan pada pusat perbelanjaan hirarki 3 didominasi oleh pengunjung dengan frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali perbulan. Plaza Indah Bogor dan Plaza Bogor merupakan pusat perbelanjaan pada hirarki 3 yang memiliki semua klasifikasi frekuensi. Gambar 5.3c terlihat pada Plaza Indah Bogor jumlah pengunjung yang memiliki frekuensi kurang dari 1 kali per bulan dan lebih dari 1 kali per bulan hampir sama. Pada Plaza Bogor terlihat semakin banyak frekuensi pergerakan maka semakin sedikit jumlah pengunjungnya. Pada plaza Bogor Junction tidak terdapat pengunjung yang memiliki frekuensi lebih dai 1 kali per bulan dan terlihat ketimpangan jumlah pengunjung antara frekuensi kurang dari 1 kali perbulan dan frekuensi 1 kali perbulan. Sedangkan pada Plaza Dewi Sartika hanya terdapat konsumen dengan frekuensi kurang dari 1 kali per bulan dan pusat perbelanjaan ini memiliki jumlah pengunjung yang lebih sedikit dibanding pusat perbelanjaan lainnya pada hirarki yang sama.

Gambar 5.3d terlihat frekuensi pergerakan pengunjung pada pusat perbelanjaan Bellanova yang didominasi oleh frekuensi kurang dari 1 kali per bulan. Sedangkan pengunjung yang memiliki frekuensi 1

kali perbulan dan lebih dari satu kali per bulan memiliki jumlah yang relatif sama.

Gambar 5.3e terlihat frekuensi pergerakan pengunjung pada pusat perbelanjaan hirarki 5 yang didominasi oleh frekuensi pergerakan pengunjung kurang dari 1 kali per bulan kecuali Giant Yasmin dan Giant Pajajaran. Pada Giant Yasmin pengunjung dengan frekuensi kurang dari dan lebih dari 1 kali per bulan memiliki jumlah yang sama sedangkan pada Giant Pajajaran didominasi oleh pengunjung dengan frekuensi 1 kali per bulan. Pusat perbelanjaan Taman Topi Square, Plaza Jembatan Merah, Cibinong Square, dan Carefour Cibinong hanya memiliki pengunjung dengan frekuensi pergerakan kurang dari 1 kali per bulan.

5.3.2 Pola Motif Pergerakan Pengunjung

Motif pergerakan pengunjung tujuan pergerakan dan alasan utama pemilihan pusat perbelanjaan. Tujuan pergerakan pada penelitian ini terdiri dari berbelanja, mencari hiburan, rapat/berbisnis, jalan-jalan dan lainnya, dimana pada tujuan berbelanja terbagi menjadi dua yaitu belanja kebutuhan rutin atau tidak rutin.

Tabel 5.6 Pola Tujuan Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

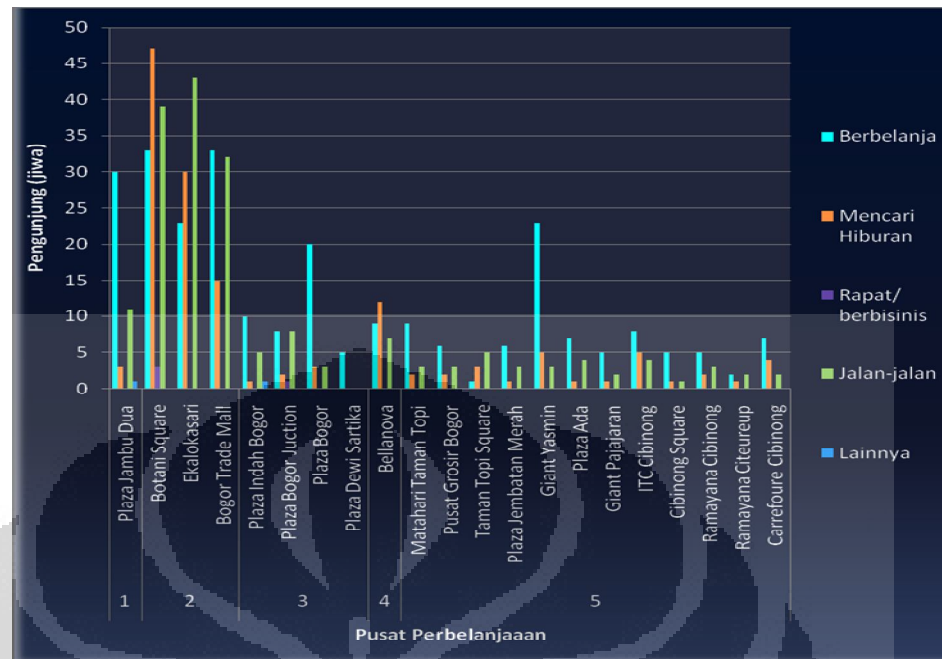
Hirarki Pusat Perbelanjaan	berbelanja		mencari hiburan		Rapat/ berbisnis		Jalan-jalan		Lainnya	
	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%
Hirarki 1	30	66.67	3	6.67	0	0.00	11	24.44	1	2.22
Hirarki 2	89	29.87	92	30.87	3	1.01	114	38.26	0	0.00
Hirarki 3	43	64.18	6	8.96	1	1.49	16	23.88	1	1.49
Hirarki 4	9	32.14	12	42.86	0	0.00	7	25.00	0	0.00
Hirarki 5	84	57.14	28	18.42	0	0.00	35	23.03	0	0.00
Total	255	43.59	141	24.10	4	0.68	183	31.28	2	0.34

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 5.6 terlihat pola pergerakan pengunjung pada masing-masing hirarki pusat perbelanjaan. Pada Pusat perbelanjaan Hirarki 1, 3 dan 5 didominasi oleh tujuan berbelanja dengan prosentase lebih dari 50% dan diikuti oleh tujuan jalan-jalan. Sedangkan pada pusat perbelanjaan hirarki 2 dan 4 terlihat tujuan pengunjung melakukan pergerakan beragam dengan prosentase antara berbelanja, mencari hiburan, dan jalan-jalan yang tidak jauh berbeda. Pada pusat perbelanjaan hirarki 2 didominasi oleh tujuan jalan-jalan dan diikuti oleh mencari hiburan sedangkan pada pusat perbelanjaan hirarki 4 didominasi oleh pengunjung yang melakukan pergerakan dengan tujuan mencari hiburan dan diikuti oleh berbelanja dan jalan-jalan. Pengunjung yang melakukan pergerakan dengan tujuan berbisnis terdapat pada pusat perbelanjaan hirarki 3 dengan jumlah yang sangat kecil.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pusat perbelanjaan yang tidak memiliki gedung bioskop memberikan pelayanan terbesar pada kegiatan berbelanja. Pada hirarki 4 yang merupakan jenis pusat perbelanjaan lokal dan memiliki gedung bioskop memberikan pelayanan terbesar pada sarana hiburan. Sedangkan pada pusat perbelanjaan hirarki 2 memberikan pelayanan terbesar pada sarana hiburan dan jalan-jalan karena ukurannya yang lebih besar dari pada pusat hirarki 4.

Berdasarkan Gambar 5.4 terlihat karakteristik tujuan pengunjung dalam mengunjungi pusat perbelanjaan terbesar adalah berbelanja dan diikuti oleh jalan-jalan dan mencari hiburan. Pada pusat perbelanjaan Botani Square, ekalokasari dan Bellanova didominasi oleh pengunjung dengan tujuan mencari hiburan, sedangkan yang memiliki tujuan untuk rapat/berbisnis hanya beberapa pusat perbelanjaan seperti Botani Square dan Plaza Bogor Junction.



Gambar 5.4 Grafik Tujuan Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Pada pusat perbelanjaan hirarki 1 (Plaza Jambu Dua) didominasi oleh tujuan berbelanja dan diikuti oleh tujuan jalan-jalan. Pada pusat perbelanjaan hirarki 2 terlihat karakteristik pusat perbelanjaan Botani Square dan Ekalokasari yang didominasi oleh tujuan mencari hiburan dan jalan-jalan sedangkan pada Bogor Trade Mall terlihat karakteristik pergerakan yang didominasi dengan tujuan berbelanja dan jalan-jalan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung lebih banyak memilih Botani Square dan Ekalokasari untuk mencari hiburan, dan tujuan berbelanja dari pada Bogor Trade Mall.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 3 terlihat karakteristik pengunjung yang didominasi oleh tujuan berbelanja dan jalan-jalan pada Pusat perbelanjaan Plaza Indah Bogor dan Plaza Bogor Junction. Pada pusat perbelanjaan Plaza Bogor didominasi oleh tujuan berbelanja dengan nilai yang jauh berbeda dengan tujuan lainnya. Sedangkan pada Plaza Dewi Sartika, pergerakan pengunjung hanya bertujuan untuk berbelanja.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 4 yaitu Bellanova yang didominasi oleh pengunjung dengan tujuan mencari hiburan dan diikuti oleh tujuan berbelanja dan jalan-jalan. Pada pusat perbelanjaan hirarki 5 hampir seluruh pusat perbelanjaan didominasi oleh pengunjung dengan tujuan berbelanja. Pusat perbelanjaan Taman Topi adalah pusat perbelanjaan yang termasuk hirarki 5 dan satu-satunya pusat perbelanjaan di hirarki tersebut yang tidak didominasi oleh tujuan berbelanja namun didominasi oleh tujuan jalan-jalan. Hal ini ditunjukkan dengan 1 dari 5 pengunjung yang pernah berbelanja di pusat perbelanjaan tersebut.

Tabel 5.7 Karakteristik Berbelanja Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Rutin		Tidak Rutin	
	Jmh (jiwa)	Persen (%)	Jmh (jiwa)	Persen (%)
Hirarki 1	4	12.50	28	87.50
Hirarki 2	42	31.58	91	68.42
Hirarki 3	21	43.75	27	56.25
Hirarki 4	7	63.64	4	36.36
Hirarki 5	55	67.07	34	41.46
Total	129	41.21	184	58.79

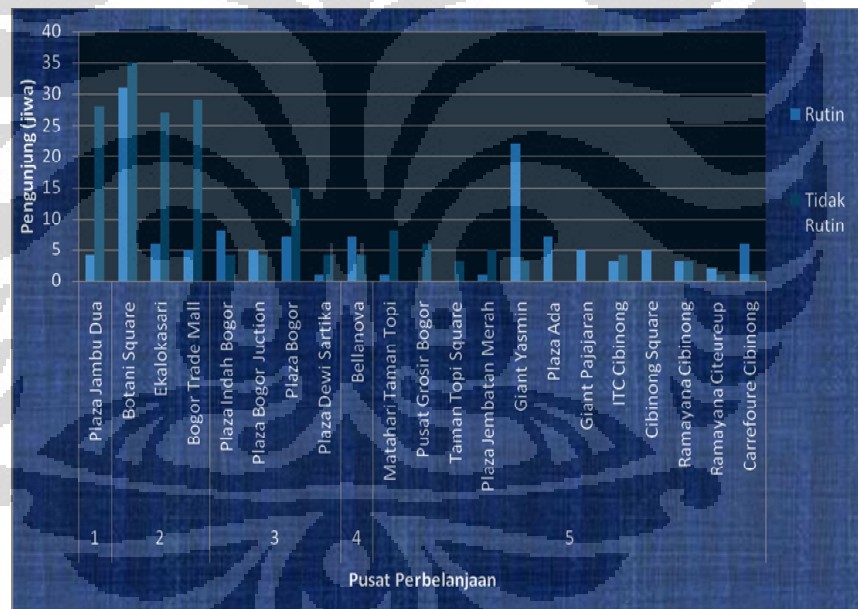
Sumber: Pengolahan Data 2011

Berdasarkan Tabel 5.6 terlihat bahwa tujuan pergerakan pengunjung didominasi oleh kegiatan berbelanja. Karakteristik berbelanja pengunjung di penelitian ini terdiri atas berbelanja kebutuhan rutin dan tidak rutin. Pada Tabel 5.7 terlihat karakteristik pengunjung yang berbelanja pada masing-masing hirarki ukuran pusat perbelanjaan. Berdasarkan tabel terlihat bahwa sebagian besar pengunjung berbelanja kebutuhan tidak rutin di pusat perbelanjaan.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 1, 2, dan 3 yang didominasi oleh berbelanja kebutuhan tidak rutin dan hirarki ukuran pusat perbelanjaan 4

dan 5 yang didominasi oleh kebutuhan rutin. namun pada pusat perbelanjaan hirarki 3 perbedaan antara jumlah pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin dan tidak rutin tidak jauh berbeda. Hal ini mengindikasikan hirarki ukuran pusat perbelanjaan berhubungan negatif dengan pola tujuan berbelanja pengunjung. Semakin rendah hirarki ukuran pusat perbelanjaan maka pengunjung memilih untuk berbelanja kebutuhan rutin.

Pusat perbelanjaan hirarki 1 (Plaza Jambu Dua) didominasi oleh berbelanja kebutuhan tidak rutin yang meliputi barang-barang fashion dan elektronik. Pusat perbelanjaan Plaza Jambu Dua lebih dikenal sebagai sentral barang-barang elektronik di kota Bogor seperti laptop dan handphone.



Gambar 5.5 Grafik Tujuan Berbelanja Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Pada hirarki ukuran pusat perbelanjaan 2 terdiri dari Botani Square, ekalokasari, dan Bogor Trade Mall terlihat karakteristik berbelanja yang didominasi oleh berbelanja kebutuhan tidak rutin, namun pada pusat perbelanjaan Botani Square perbedaan jumlah

pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin dan tidak rutin tidak jauh berbeda. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan Botani Square memiliki supermarket Giant yang merupakan anchor tenant dengan nama yang lebih terkenal (*image*) dibandingkan dengan supermarket lainnya.

Pada hirarki ukuran pusat perbelanjaan 3 yaitu Plaza Bogor Junction dan Plaza Indah Bogor didominasi oleh pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin sedangkan pada Plaza Bogor dan Plaza Dewi Sartika didominasi oleh pengunjung yang berbelanja kebutuhan tidak rutin berupa barang-barang fashion. Sedangkan pada pusat perbelanjaan hirarki 4 yaitu Bellanova didominasi oleh pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin.

Secara umum pusat perbelanjaan pada hirarki 5 didominasi oleh pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin. Namun terdapat beberapa pusat perbelanjaan yang didominasi oleh berbelanja kebutuhan tidak rutin. Pusat perbelanjaan yang didominasi oleh kebutuhan tidak rutin meliputi Matahari Taman Topi, Pusat Grosir Bogor, Taman Topi Square, Plaza Jembatan Merah dan ITC Cibinong. Pada pusat perbelanjaan Pusat Grosir Bogor dan Taman Topi Square, pengunjung hanya berbelanja kebutuhan tidak rutin karena pada pusat perbelanjaan tersebut tidak terdapat supermarket. Sedangkan pada pusat perbelanjaan Plaza Ada dan Giant Pajajaran hanya ditemukan pengunjung yang berbelanja kebutuhan rutin.

Berdasarkan Tabel 5.8 terlihat pola alasan utama pergerakan pengunjung pada masing-masing hirarki ukuran pusat perbelanjaan. Berdasarkan Tabel 5.8 terlihat perbedaan karakteristik alasan utama pergerakan pengunjung yang berbeda pada masing-masing hirarki pusat perbelanjaan.

Pada pusat perbelanjaan Hirarki 1 pergerakan pengunjung didominasi oleh harga/kualitas barang dan kelengkapan barang/jasa. Pada pusat perbelanjaan hirarki 2 pergerakan pengunjung didominasi

oleh kelengkapan barang/jasa dan diikuti oleh keberadaan sarana hiburan dan olah raga. Pada pusat perbelanjaan hirarki 1 dan 2 faktor jarak tidak terlalu mempengaruhi pergerakan. Hal ini terlihat dari prosentase pergerakan pengunjung dengan alasan utama adalah faktor jarak hanya berjumlah kecil.

Tabel 5.8 Pola Alasan Utama Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Jarak		Harga/kualitas barang		Fasilitas Pendukung		Kelengkapan Barang/ jasa		Keberadaan sarana hiburan dan olah raga		Lainnya	
	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%
1	2	6.45	13	41.94	2	6.45	13	41.94	0	0.00	1	3.23
2	19	10.80	33	18.75	22	12.50	59	33.52	40	22.73	3	1.70
3	18	35.29	20	39.22	2	3.92	4	7.84	0	0.00	7	13.73
4	10	55.56	0	0.00	2	11.11	1	5.56	3	16.67	2	11.11
5	56	53.33	16	15.24	5	4.76	14	13.33	8	7.62	6	5.71
Total	105	27.56	81	21.26	35	9.19	91	23.88	51	13.39	19	4.99

Sumber: Pengolahan Data 2011

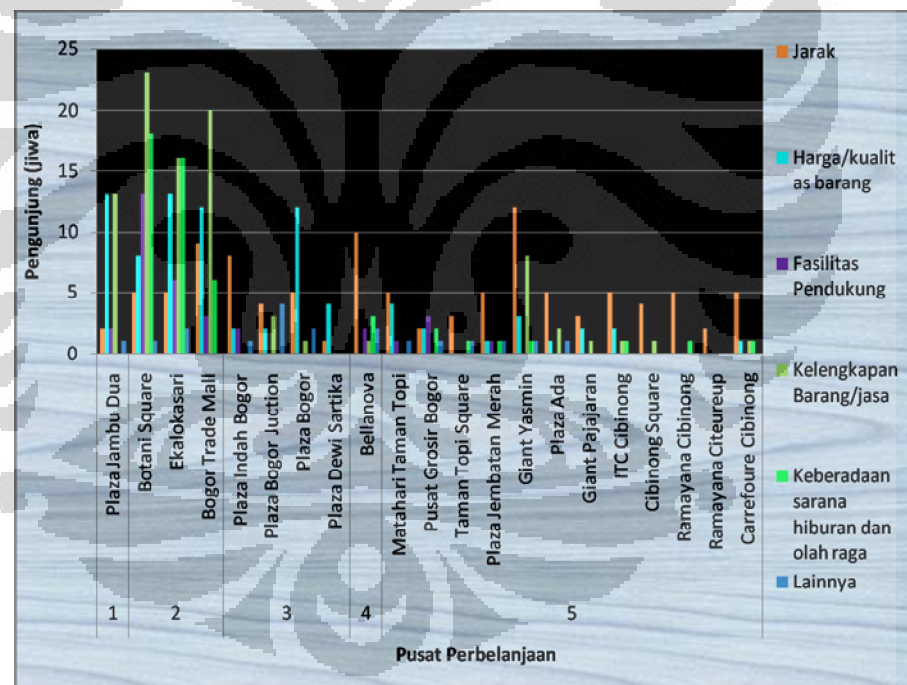
Pada pusat perbelanjaan hirarki 3 pergerakan pengunjung didominasi oleh alasan utama adalah faktor harga/kualitas barang dan diikuti oleh faktor jarak. Namun pada pusat perbelanjaan hirarki 3 pergerakan pengunjung masih dipengaruhi oleh faktor jarak. Hal ini terlihat dari prosentase konsumen dengan alasan utama jarak memiliki tingkat prosentase yang tinggi dan tingkat prosentase tidak jauh berbeda dengan faktor harga/kualitas barang yang mendominasi alasan utama pergerakan konsumen.

Pada pusat perbelanjaan Hirarki 4 dan 5 pergerakan pengunjung didominasi oleh alasan utama jarak sehingga dapat terlihat bahwa pusat perbelanjaan hirarki 4 dan 5 sangat dipengaruhi oleh faktor jarak.

Universitas Indonesia

Semakin dekat jarak pusat perbelanjaan maka pergerakan pengunjung semakin besar namun semakin jauh jarak pusat perbelanjaan maka pergerakan pengunjung akan semakin kecil.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin rendah hirarki pusat perbelanjaan maka pergerakan semakin dipengaruhi oleh faktor jarak. Hal ini dikarenakan hirarki pusat perbelanjaan rendah menampung fasilitas dan ritel yang lebih sedikit dari hirarki pusat perbelanjaan yang lebih tinggi sehingga lebih didominasi oleh kegiatan berbelanja kebutuhan rutin. Sedangkan pada hirarki pusat perbelanjaan yang lebih tinggi memiliki fasilitas dan ritel yang lebih banyak dan lebih beragam (*all in one shopping center*) sehingga fungsinya beragam.



Gambar 5.6 Grafik Alasan Utama Pergerakan Pengunjung berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan Gambar 5.6 alasan utama pergerakan pengunjung terhadap pusat perbelanjaan. Pada Plaza Jambu Dua terlihat pergerakan didominasi oleh alasan utama harga/barang dan kelengkapan

barang/jasa. Pada pusat perbelanjaan Hirarki 2 yang terdiri dari Botani Square, Ekalokasari, dan Bogor Trade Mall. Pusat perbelanjaan Botani Square dan Ekalokasari didominasi oleh alasan utama kelengkapan barang/jasa dan diikuti oleh keberadaan sarana hiburan dan olah raga. Pada pusat perbelanjaan Bogor Trade Mall didominasi oleh alasan utama kelengkapan barang/jasa dan diikuti oleh harga barang/jasa.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 2 yang terdiri dari Plaza Bogor Junction, Plaza Indah Bogor, Plaza Bogor, dan Plaza Dewi Sartika. Plaza Bogor Junction dan Plaza Indah Bogor didominasi oleh alasan utama pergerakan adalah jarak, sedangkan pada Plaza Bogor dan Plaza Dewi Sartika alasan utama didominasi oleh faktor harga/kualitas barang. Pada pusat perbelanjaan hirarki 4 yaitu Bellanova yang didominasi oleh alasan utama jarak. Pada pusat perbelanjaan hirarki 5 semua alasan pergerakan konsumen didominasi oleh faktor jarak.

5.3.3 Pola Arah Pergerakan Pengunjung

Arah pergerakan pengunjung dalam penelitian ini dilihat dari jaraknya yang terdiri dari jarak 0 – 5 km (jaraknya dekat), 5 – 10 km (jaraknya sedang), dan lebih dari 10 km (jaraknya jauh).

Tabel 5.9 Jumlah Pergerakan Pengunjung Berdasarkan Jarak dan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	< 5 km		5 - 10 km		> 10 km	
	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%	Jmh (jiwa)	%
Hirarki 1	8	25.81	13	41.94	10	32.26
Hirarki 2	44	25.00	59	33.52	71	40.34
Hirarki 3	15	29.41	25	49.02	10	19.61
Hirarki 4	7	38.89	6	33.33	5	27.78
Hirarki 5	45	42.86	46	43.81	12	11.43
Total	119	31.23	149	39.11	108	28.35

Sumber: Pengolahan Data 2011

Universitas Indonesia

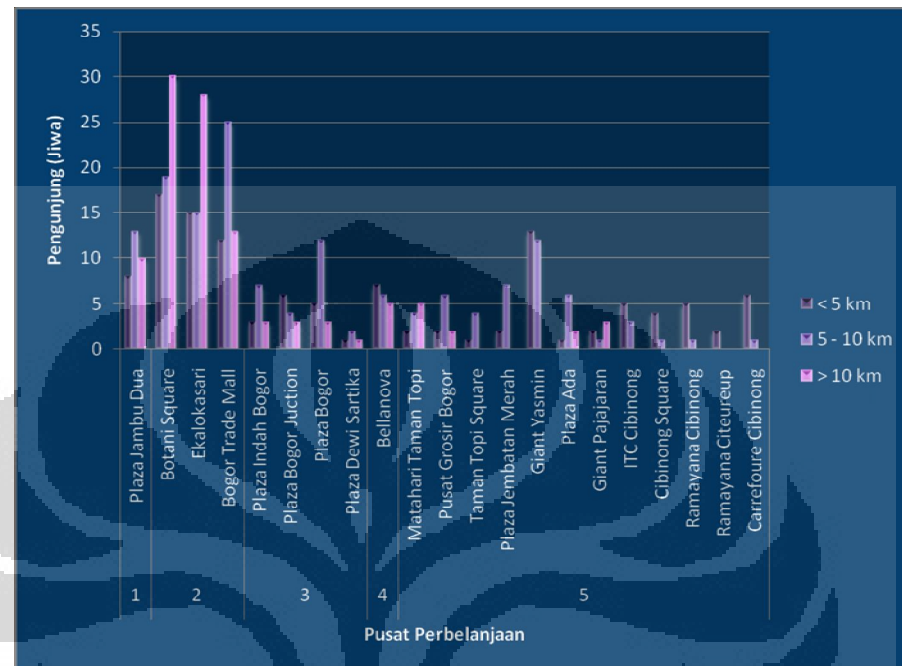
Arah pergerakan pengunjung berdasarkan jaraknya dapat dilihat dari Peta 9 s/d Peta 13 yang ditampilkan pada masing-masing pusat perbelanjaan. Berdasarkan Tabel 5.9 terlihat pola arah pergerakan pengunjung menurut hirarki ukuran pusat perbelanjaan. Pada pusat perbelanjaan hirarki 1 pergerakan didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak sedang (5 – 10 km). Pada hirarki pusat perbelanjaan 1 prosentase persebaran pengunjung yang berasal dari jarak dekat (< 5 km), sedang (5 – 10 km), dan jauh (>10 km) relatif tidak terlalu jauh berbeda.

Pada hirarki pusat perbelanjaan 2 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh (> 10 km), namun prosentase pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat (<5 km) dan sedang (5-10 km) relatif hampir sama. Pada pusat perbelanjaan hirarki 3 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang sedang. Perbedaan prosentase antara pengunjung yang berasal dari jarak sedang dengan pengunjung yang berasal dari jarak dekat dan jauh sangat jauh.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 4 dan 5 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat hingga sedang. Adapun perbedaan prosentase antara pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat maupun yang sedang tidak jauh berbeda. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa hirarki pusat perbelanjaan 1, 2, dan 3 dapat menjangkau penduduk yang jaraknya jauh dengan jumlah pengunjung yang tinggi. Sedangkan hirarki ukuran pusat perbelanjaan 4 dan 5 dapat menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh namun dengan jumlah yang lebih sedikit.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi hirarki pusat perbelanjaan maka semakin besar pergerakan pengunjung yang berasal dari jarak yang lebih jauh. Sedangkan semakin rendah hirarki pusat perbelanjaan maka semakin rendah pergerakan pengunjung yang berasal dari jarak yang lebih jauh

sehingga pada hirarki rendah didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat hingga sedang.



Gambar 5.7 Grafik Jumlah Pengunjung Berdasarkan Jarak

Berdasarkan Gambar 5.7 terlihat karakteristik jumlah pengunjung berdasarkan jarak pada masing-masing pusat perbelanjaan. Berdasarkan grafik pada pusat perbelanjaan Plaza Jambu Dua dapat menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh (lihat Peta 9). Pengunjung pada pusat perbelanjaan ini didominasi oleh penduduk yang berasal dari bagian Barat dan Utara wilayah. Jumlah pengunjung pada jarak yang dekat didominasi oleh penduduk yang berasal dari sebelah Barat dan Selatan wilayah. Jumlah pengunjung pada jarak yang sedang didominasi oleh penduduk yang berasal dari sebelah Barat dan Utara, sedangkan pada jarak yang jauh didominasi oleh pengunjung yang berasal dari Utara wilayah.

Pada pusat perbelanjaan hirarki 1 terlihat jumlah pengunjung yang berasal dari jarak yang sedang hingga jauh lebih banyak dari pada jumlah pengunjung pada jarak yang lebih dekat, namun jumlah

pengunjung yang mampu dilayani lebih sedikit dari pusat perbelanjaan hirarki 2 (lihat gambar 5.7)

Hirarki ukuran pusat perbelanjaan 2 merupakan pusat perbelanjaan yang mampu menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh dengan jumlah yang tertinggi berturut-turut adalah Botani Square, Ekalokasari, dan Bogor Trade Mall. Pada Botani Square dan Ekalokasari terlihat semakin jauh jaraknya maka pusat perbelanjaan yang mampu dilayani semakin banyak jumlahnya. Sedangkan Bogor Trade Mall didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang sedang (lihat Gambar 5.7).

Botani square dan Ekalokasari menjangkau pengunjung dengan jarak yang sedang hingga jauh yang didominasi berasal dari bagian Barat dan Utara. Sedangkan Bogor Trade Mall menjangkau pengunjung dengan jarak yang sedang yang didominasi dari bagian Utara, Barat, dan Selatan, sedangkan pada jarak yang jauh didominasi dari bagian Utara dan Barat. (lihat Peta 11)

Pada hirarki ukuran pusat perbelanjaan 3 masih dapat menjangkau pengunjung yang berasal pada jarak yang jauh namun jumlahnya lebih sedikit dari pengunjung yang berasal pada jarak yang dekat hingga sedang. Sebagian besar pusat perbelanjaan hirarki 3 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang sedang. Hanya pusat perbelanjaan Plaza Bogor Junction yang didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat. Pada pusat perbelanjaan Plaza Indah Bogor memiliki pengunjung yang berasal dari jarak jauh yang berasal dari bagian utara. Pada pusat perbelanjaan Plaza Bogor pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh berada di bagian utara dan barat wilayah (lihat Peta 12). Pergerakan pada pusat perbelanjaan dengan pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh dikarenakan pusat perbelanjaan tersebut adalah pusat perbelanjaan terdekat dari wilayah tersebut.

Pada hirarki pusat perbelanjaan 4 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat dan semakin jauh jaraknya terlihat jumlah pengunjung yang mampu dilayani semakin berkurang. Pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh pada pusat perbelanjaan ini terletak di bagian utara wilayah. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan Bellanova lebih mudah dijangkau oleh wilayah utara, timur dan barat (melalui tol) pusat perbelanjaan (lihat Peta 12). Terdapat karakteristik pada pusat perbelanjaan 2 dan 4 yang mampu menjangkau jumlah pengunjung yang lebih banyak pada masing-masing jarak dibandingkan dengan pusat perbelanjaan yang berada pada hirarki ukuran yang lebih tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh keberadaan gedung bioskop sebagai salah satu daya tarik penduduk.

Pada hirarki ukuran pusat perbelanjaan 5 masih terdapat pusat perbelanjaan yang menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh. Pusat perbelanjaan pada hirarki 5 yang tidak dapat menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh adalah Taman Topi Square, Plaza Jembatan Merah, Giant Yasmin, ITC Cibinong, Cibinong Square, Ramayana Cibinong, Ramayana Citeureup dan Carrefour Cibinong. Pusat perbelanjaan hirarki 5 didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang dekat hingga sedang (lihat Peta 13).

Pusat perbelanjaan Pusat Grosir Bogor, Plaza Jembatan Merah, Matahari, dan Taman Topi Square didominasi oleh pengunjung yang berasal dari bagian barat daya dan masih terdapat pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan tersebut yang paling mudah dicapai oleh pengunjung (dilihat dari rute angkutan perkotaan). Hanya pusat perbelanjaan Ramayana Citeureup yang hanya mampu menjangkau pengunjung dengan jarak yang dekat.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa semakin kecil hirarki ukuran pusat perbelanjaan maka terlihat pengunjung akan berkurang seiring bertambahnya jarak. Sedangkan pada pusat

perbelanjaan hirarki yang tinggi mampu menjangkau pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh dengan jumlah yang besar.

5.4 Analisis Fungsi Pelayanan Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan merupakan pusat pelayanan yang memiliki fungsi utama sebagai tempat berbelanja. Analisis fungsi pelayanan pusat perbelanjaan dilihat berdasarkan hirarki pusat perbelanjaan, proporsi pengunjung, dan prosentase pengunjung yang berbelanja.

Suatu pusat perbelanjaan dikatakan dapat berfungsi sebagai pusat pelayanan apabila :

1. jika pusat perbelanjaan mampu menarik pengunjung sebesar kurang dari 20% dari total sampel
2. Jika prosentase pengunjung yang berbelanja sebesar kurang dari 50% dari total pengunjung di pusat perbelanjaan

Berdasarkan tabel 5.10 terlihat analisa fungsi pelayanan pusat perbelanjaan. Tabel 5.10 memperlihatkan total proporsi pengunjung dan total prosentase pengunjung yang berbelanja yang tidak mencapai 100%. Hal ini dikarenakan responden pada penelitian ini mengacu pada pusat perbelanjaan yang dikunjungi selama 4 bulan terakhir sehingga satu responden tidak mewakili satu pusat perbelanjaan, namun satu responden dapat mencapai beberapa pusat perbelanjaan. (lihat Lampiran 25 dan 26).

$$\text{Proporsi Pengunjung} = \frac{\text{Jumlah Pengunjung Pusat Perbelanjaan } x}{\text{Total Sampel}} \times 100\%$$

$$\text{Prosentase Pengunjung yang Berbelanja} = \frac{\text{Jumlah Pengunjung yang Berbelanja di Pusat Perbelanjaan } x}{\text{Jumlah Pengunjung Pusat Perbelanjaan } x} \times 100\%$$

Tabel 5.10 Proporsi Pengunjung dan Prosentase Pengunjung yang Berbelanja pada Pusat Pebelanjaan

No	Pusat Perbelanjaan	Hirarki Pusat Perbelanjaan	Proporsi Pengunjung (%)	Prosentase Pengunjung yang Berbelanja (%)	Status Fungsi Pelayanan
1	Botani Square	2	59.13	48.53	ya
2	Ekalokasari	2	50.43	39.66	ya
3	Bogor Trade Mall	2	43.48	66	ya
4	Plaza Jambu Dua	1	26.96	96.77	ya
5	Giant Yasmin	5	21.74	92	ya
6	Plaza Bogor	3	17.39	100	ya
7	Bellanova	4	15.65	50	ya
8	Plaza Indah Bogor	3	11.3	76.92	ya
9	Plaza Bogor Junction	3	11.3	61.54	ya
10	Matahari Taman Topi	5	9.57	81.81	ya
11	Pusat Grosir Bogor	5	8.7	60	ya
12	Plaza Jembatan Merah	5	7.83	66.67	ya
13	Plaza Ada	5	7.83	77.78	ya
14	ITC Cibinong	5	7.83	88.89	ya
15	Carrefour Cibinong	5	6.96	87.5	ya
16	Ramayana Cibinong	5	5.22	83.33	ya
17	Giant Pajajaran	5	5.22	83.33	ya
18	Plaza Dewi Sartika	3	4.35	100	ya
19	Cibinong Square	5	4.35	100	ya
20	Taman Topi Square	5	4.35	20	tidak
21	Ramayana Citeureup	5	1.74	100	ya

Sumber: Pengolahan Data 2011

Berdasarkan kriteria fungsi pelayanan pertama terlihat bahwa seluruh pusat perbelanjaan pada hirarki 1, 2, dan 4 serta sebagian besar hirarki 3 dan sebagian kecil hirarki 5 telah memenuhi prosentse pengunjung sebagai pusat pelayanan. Jika dilihat dari kriteria ke-2 yaitu prosentase pengunjung yang berbelanja maka terlihat bahwa sebagian besar pusat perbelanjaan berperan sebagai pusat pelayanan dan pusat perbelanjaan yang dianggap tidak dapat menjadi pusat pelayanan adalah Taman Topi Square. Pusat perbelanjaan ini memiliki prosentase pengunjung kurang dari 10% dan pengunjung yang berbelanja kurang dari 50%.

Dari Tabel 5.10 terlihat pusat perbelanjaan hirarki 1 yaitu Plaza Jambu Dua yang lebih sedikit jumlah pengunjungnya dibandingkan dengan pusat perbelanjaan hirarki 2 seperti Botani Square, Ekalokasari dan Bogor Trade Mall, dimana pada ketiga pusat perbelanjaan tersebut memiliki prosentase lebih besar dari pusat perbelanjaan regional (lihat Tabel 5.10). Hal ini dikarenakan daya tarik pusat perbelanjaan Jambu Dua terletak segi produk namun sarana hiburan (*entertainment*) lebih sedikit dari pusat perbelanjaan pada hirarki 2.

Tabel 5.11 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 1

Pusat Perbelanjaan	Tujuan	Tujuan berbelanja	Alasan Utama	Jangkauan pengunjung
Plaza Jambu Dua	Berbelanja Jalan-jalan	Kebutuhan tidak rutin	Harga/kualitas barang Kelengkapan barang/jasa	Hampir merata pada semua jangkauan

Sumber: Pengolahan data 2011

Berdasarkan Tabel 5.11 terlihat karakteristik berbelanja di pusat perbelanjaan hirarki 1 didominasi oleh berbelanja kebutuhan tidak rutin khususnya barang elektronik dan fashion karena pusat perbelanjaan Jambu Dua dianggap sebagai pusat perbelanjaan sentra elektronik serta pemilihan

Universitas Indonesia

Ramayana sebagai anchor tenan (departemen store dan supermarket) sehingga lebih dikenal sebagai ritel untuk fashion (kebutuhan tidak rutin) dibandingkan untuk bahan makanan (kebutuhan rutin) dan anchor tenan pada pusat perbelanjaan ini merupakan departemen store lengkap (full line) sehingga memiliki jenis barang yang lebih lengkap dan bervariasi. Sebagai pusat perbelanjaan Regional, Plaza Jambu Dua mampu melayani penduduk yang berasal dari jarak yang dekat hingga jauh.

Tabel 5.12 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 2

Pusat Perbelanjaan	Tujuan	Tujuan berbelanja	Alasan Utama	Jangkauan pengunjung
Botani Square	Mencari Hiburan Jalan-jalan Berbelanja	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	Kelengkapan barang/jasa Keberadaan sarana hiburan dan olah raga	Didominasi oleh jangkauan jauh
Ekalokasari	Jalan-jalan Mencari Hiburan Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	Kelengkapan barang/jasa Keberadaan sarana hiburan dan olah raga	Didominasi oleh jangkauan jauh
Bogor Trade Mall	Berbelanja Jalan-jalan Mencari Hiburan	Kebutuhan tidak rutin	Kelengkapan barang/jasa	Didominasi oleh jangkauan sedang

Sumber: Pengolahan data 2011

Pusat perbelanjaan hirarki 2 memiliki proporsi pengunjung tertinggi dibandingkan pusat perbelanjaan lainnya. Hal ini dikarenakan ketiga pusat perbelanjaan tersebut memiliki kelengkapan barang/jasa yang lebih bervariasi serta keberadaan sarana hiburan bioskop (21) sebagai anchor tenant yang mampu menimbulkan daya tarik yang kuat untuk menarik pengunjung (lihat Gambar 5.6).

Berdasarkan Tabel 5.12 terlihat perbedaan karakteristik pelayanan pada pusat perbelanjaan di hirarki 2. Pusat perbelanjaan Botani Square memiliki tujuan pergerakan terbesar mencari hiburan dan diikuti oleh jalan-jalan dan berbelanja. Pada pusat perbelanjaan ini kegiatan mencari hiburan lebih menonjol dibandingkan dengan berbelanja. Hal ini dikarenakan secara umum harga barang untuk kebutuhan tidak rutin lebih mahal dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lainnya sehingga pengunjung didominasi oleh alasan utama adalah keberadaan sarana hiburan dan olah raga. Pada pusat perbelanjaan Botani Square memiliki supermarket Giant sebagai anchor tenant, dimana Giant memiliki image yang sangat baik sehingga jenis kebutuhan yang dibelanjakan hampir setara antara kebutuhan rutin dan tidak rutin dengan berbagai jenis kelengkapan barang.

Pusat Perbelanjaan Ekalokasari memiliki tujuan jalan-jalan dan diikuti oleh mencari hiburan dan berbelanja. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan Ekalokasari lebih lemah menarik pengunjung dalam hal mencari hiburan dibandingkan dengan Botani Square dan Ekalokasari memiliki karakteristik harga barang yang relatif tinggi sehingga alasan pergerakan didominasi oleh kelengkapan barang/jasa. Pusat perbelanjaan Ekalokasari dan Botani Square terletak di jaringan jalan arteri sehingga proporsi pengunjung lebih besar dari pusat perbelanjaan Bogor Trade Mall sehingga pelayanannya didominasi oleh pengunjung yang berasal dari jarak yang jauh.

Pusat perbelanjaan Bogor Trade Mall memiliki tujuan pergerakan tertinggi adalah berbelanja. Hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan ini memiliki barang dengan harga yang lebih murah dari Botani Square dan Ekalokasari. Pengunjung mendominasi kegiatan berbelanja untuk kebutuhan

tidak rutin khususnya untuk barang-barang fashion sehingga alasan utama pergerakan didominasi oleh kelengkapan barang/jasa. Lokasi Bogor Trade Mall yang terletak di jaringan jalan kolektor sehingga pengunjung didominasi oleh penduduk yang berasal dari jarak sedang.

Berdasarkan Tabel 5.10 terlihat bahwa pusat perbelanjaan hirarki 3 secara umum lebih sedikit menarik pengunjung dibandingkan dengan pusat perbelanjaan hirarki 4 dan hanya Plaza Bogor yang memiliki proporsi lebih tinggi dibandingkan dengan Bellanova (hirarki 4). Secara umum pusat perbelanjaan hirarki 3 merupakan pusat pelayanan.

Tabel 5.13 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 3

Pusat Perbelanjaan	Tujuan	Tujuan berbelanja	Alasan Utama	Jangkauan pengunjung
Plaza Indah Bogor	Berbelanja	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	jarak	Didominasi oleh jangkauan sedang
Plaza Bogor Junction	Berbelanja	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	Jarak Kelengkapan barang/jasa	Hampir merata pada semua jangkauan
Plaza Bogor	Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	Harga/kualitas barang jarak	Didominasi oleh jangkauan sedang
Plaza Dewi Sartika	Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	Harga/kualitas barang	Hampir merata pada semua jangkauan

Sumber: Pengolahan data 2011

Berdasarkan Tabel 5.13 terlihat perbedaan karakteristik pelayanan pada masing-masing pusat perbelanjaan hirarki 3 secara umum keempat pusat

Universitas Indonesia

perbelanjaan pada hirarki 3 memiliki tujuan tertinggi pada kegiatan berbelanja. Plaza Indah Bogor dan Plaza Bogor Junction memiliki karakteristik berbelanja kebutuhan rutin dan tidak rutin dengan jumlah yang relatif hampir sama (tidak jauh berbeda). Hal ini dikarenakan kedua pusat perbelanjaan tersebut letaknya jauh dari pasar namun dekat daerah perumahan sehingga banyak penduduk yang memanfaatkan pusat perbelanjaan tersebut untuk berbelanja kebutuhan rutin. karakteristik berbelanja untuk kebutuhan rutin dan tidak rutin sehingga jarak dianggap sangat penting untuk memenuhi kebutuhan.

Plaza Bogor dan Plaza Dewi Sartika memiliki karakteristik berbelanja yang didominasi untuk kebutuhan rutin. perbedaan ini dikarenakan Plaza Bogor dan Plaza Dewi Sartika letaknya dekat dengan pasar sehingga penduduk memenuhi kebutuhan rutin berbelanja di pasar dan ada kecenderungan kebutuhan tidak rutin berbelanja di pusat perbelanjaan tersebut. Karakteristik berbelanja untuk kebutuhan tidak rutin sehingga alasan utama pergerakan tidak didominasi oleh jarak namun harga/kualitas barang sedangkan faktor jarak menjadi alasan utama yang kedua.

Tabel 5.14 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 4

Pusat Perbelanjaan	Tujuan	Tujuan berbelanja	Alasan Utama	Jangkauan pengunjung
Bellanova	Mencari Hiburan Berbelanja Jalan-jalan	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	jarak	Hampir merata pada semua jangkauan

Sumber: Pengolahan data 2011

Pada Tabel 5.10 terlihat bahwa proporsi pengunjung pada pusat perbelanjaan hirarki 4 lebih tinggi dari pada pusat perbelanjaan yang berada di hirarki atasnya. Sama seperti hirarki 2, hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan

hirarki 4 memiliki sarana hiburan bioskop sebagai anchor tenan yang sangat kuat untuk menarik pengunjung.

Pusat perbelanjaan Bellanova memiliki karakteristik pelayanan dengan tujuan mencari hiburan, berbelanja, dan jalan-jalan dengan jumlah yang hampir sama. Bellanova merupakan pusat perbelanjaan yang letaknya dekat dengan Sentul City dan pusat perbelanjaan ini adalah pusat perbelanjaan yang terdekat dari kawasan perumahan sentul dan sekitarnya sehingga banyak penduduk yang memanfaatkannya untuk berbelanja kebutuhan rutin dan tidak rutin. Karakteristik pusat perbelanjaan ini digunakan untuk berbelanja kebutuhan rutin sehingga alasan utama pergerakan didominasi oleh faktor jarak dan jangkauan pelayanan pada pusat perbelanjaan ini hampir merata pada setiap klasifikasi jarak namun didominasi oleh jarak dekat.

Berdasarkan Tabel 5.10 terlihat bahwa sebagian besar pusat perbelanjaan hirarki 5 memiliki proporsi pengunjung terendah namun hanya Giant Yasmin yang memiliki proporsi pengunjung yang lebih tinggi dari hirarki di atasnya (hirarki 3 dan 4) yang mampu mencapai proporsi di atas 20% sedangkan pusat perbelanjaan pada hirarki 5 lainnya memiliki proporsi pengunjung dibawah 10%.

Pusat perbelanjaan Giant Yasmin memiliki proporsi pengunjung tertinggi daripada pusat perbelanjaan hirarki 5 lainnya dikarenakan pada pusat perbelanjaan tersebut dianggap memiliki kelengkapan barang dan jasa yang lebih lengkap dari pusat perbelanjaan hirarki 3 dan 4 berdasarkan tingginya kelengkapan barang dan jasa sebagai alasan utama pengunjung melakukan pergerakan setelah faktor jarak (lihat Gambar 5.6). Selain itu pusat perbelanjaan Giant Yasmin terletak sekat dengan lingkungan perumahan sehingga disertai kelengkapan barang yang lebih lengkap dibandingkan pusat perbelanjaan pada hirarki 5 lainnya sehingga pusat perbelanjaan ini memiliki proporsi tertinggi jika dibandingkan dengan hirarki 5 lainnya.

Tabel 5.15 Karakteristik Pelayanan Pusat Perbelanjaan Hirarki 5

Pusat Perbelanjaan	Tujuan	Tujuan berbelanja	Alasan Utama	Jangkauan pengunjung
Matahari Taman Topi	Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	Jarak Harga/kuualitas barang	Hampir merata pada semua jangkauan
Pusat Grosir Bogor	Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	Fasilitas Pendukung	Didominasi oleh jangkauan sedang
Taman Topi Square	Jalan-jalan	Kebutuhan tidak rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan sedang
Plaza Jembatan Merah	Berbelanja	Kebutuhan tidak rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan sedang
Giant Yasmin	Berbelanja	Kebutuhan rutin	Jarak Kelengkapan barang/jasa	Didominasi oleh jangkauan sedang
Plaza Ada	Berbelanja	Kebutuhan rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan sedang
Giant Pajajaran	Berbelanja	Kebutuhan rutin	jarak	Hampir merata pada semua jangkauan
ITC Cibinong	Berbelanja	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	jarak	Didominasi oleh jangkauan dekat

Cibinong Square	Berbelanja	Kebutuhan rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan dekat
Ramayana Cibinong	Berbelanja	Kebutuhan rutin dan tidak rutin hampir sama	jarak	Didominasi oleh jangkauan dekat
Ramayana Citeureup	Berbelanja Jalan-jalan	Kebutuhan rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan dekat
Carrefour Cibinong	Berbelanja	Kebutuhan rutin	jarak	Didominasi oleh jangkauan dekat

Sumber: Pengolahan data 2011

Pusat perbelanjaan Matahari Taman Topi, Pusat Grosir Bogor, Taman Topi Square, dan Plaza Jembatan Merah memiliki karakteristik berbelanja kebutuhan tidak rutin. hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan tersebut letaknya dekat dengan pusat kota dan pasar serta jauh dari lingkungan perumahan. Pusat perbelanjaan Giant Yasmin, Plaza Ada, Giant Pajajaran, Cibinong Square, Carefour Cibinong dan Ramayana Citeureup memiliki karakteristik berbelanja untuk kebutuhan rutin. hal ini dikarenakan pusat perbelanjaan tersebut dekat dengan lingkungan perumahan dan fasilitas umum lainnya seperti perkantoran dan pendidikan.

Pusat perbelanjaan yang tidak berfungsi sebagai pusat pelayanan adalah Taman Topi Square. Alasan utama pergerakan pengunjung didominasi oleh faktor jarak dengan tujuan jalan-jalan sehingga pusat perbelanjaan ini tidak memiliki keunggulan yang lainnya untuk dapat menarik pengunjung. Pusat perbelanjaan Taman Topi harus lebih ditingkatkan fasilitas-fasilitas pendukung dan kelengkapan barang dan jasa sehingga mampu menarik pengunjung lebih besar.

BAB VI

KESIMPULAN

Karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan akan meningkat hirarkinya seiring meningkatnya jumlah penduduk. Karakteristik persebaran hirarki pusat perbelanjaan menunjukkan bahwa adanya hubungan persebaran hirarki pusat perbelanjaan dengan jumlah penduduk tetapi tidak ada hubungan dengan aksesibilitas.

Hubungan spasial pola pergerakan pengunjung terhadap hirarki pusat perbelanjaan menunjukkan bahwa hirarki pusat perbelanjaan tidak mempengaruhi besaran pergerakan, tetapi mempengaruhi motif dan arah pergerakan. Semakin tinggi hirarki pusat perbelanjaan maka motif pergerakan semakin beragam yaitu berbelanja dan rekreasi sehingga faktor jarak tidak menjadi hambatan pergerakan. Sedangkan semakin rendah hirarki pusat perbelanjaan maka motif utama pergerakan didominasi untuk berbelanja sehingga faktor jarak sangat penting.

Fungsi pelayanan pusat perbelanjaan di kota Bogor dan sekitarnya dapat memiliki karakteristik yang berbeda walaupun pada hirarki yang sama. Secara umum pusat perbelanjaan di Kota Bogor didominasi dapat berfungsi dengan baik sebagai pusat pelayanan. Adapun pusat perbelanjaan yang tidak berperan sebagai pusat pelayanan berada pada hirarki pusat perbelanjaan terendah.

DAFTAR PUSTAKA

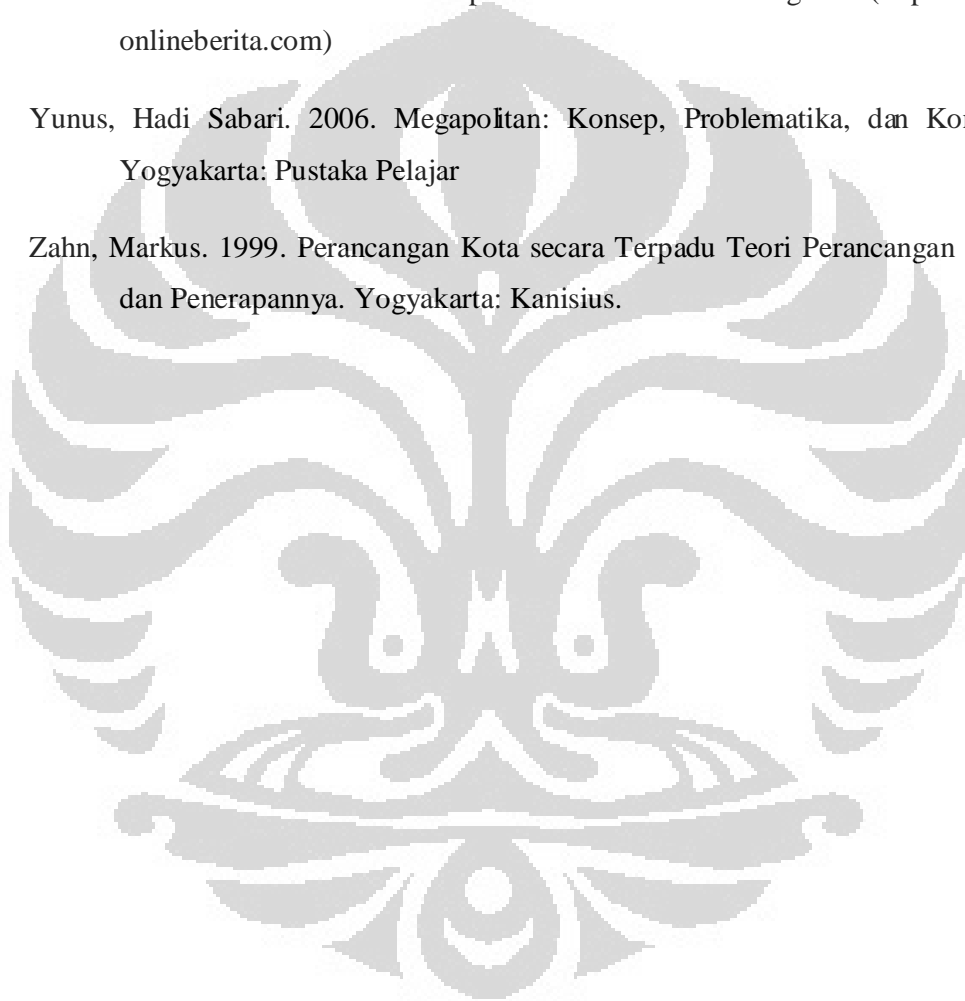
- Abustam, Muhammad Idrus. 1989. Gerak Penduduk, Pembangunan, dan Perubahan Sosial. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Adisasmita, Rahardjo. 2020. Pembangunan Kawasan dan Tata Ruang. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arif, Firgani. 2009. Tesis Kajian Pelayanan Rute Angkutan Umum Di Kota Palembang: Universitas Diponegoro
- Badan Koordinasi Tata Ruang Nasional (BKTRN). 2002. Pedoman Penyusunan Rencana Tata Ruang Kawasan Pekotaan. Jakarta: Departemen Pemukiman dan Prasarana Wilayah – Direktorat Jendral Penataan Ruang.
- Badan Pusat Statistik. 2005. Penduduk Indonesia Hasil Survey Penduduk Antar Sensus 2005. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. 2010. Hasil Sensus Penduduk 2010 – Data Agregat Perkecamatan di Kabupaten Bogor. Bogor
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. 2010. Hasil Sensus Penduduk 2010 – Data Agregat Perkecamatan di Kota Bogor. Bogor
- Budirahardjo, Eko. 1998. Real Estate dan Rumah Bakso dalam buku Sejumlah Masalah Pemukiman Kota. Bandung: ALUMNI
- Branch, Mellville. 1996. Perencanaan Kota Komprehensif. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Cervero, Robert. 1998. Seminar The planned City: Coping with Desentralization – an American Prespective. Univercity of Callifornia
- Daldjoeni. 2003. Geografi Desa dan Kota. Bandung: P.T ALUMNI

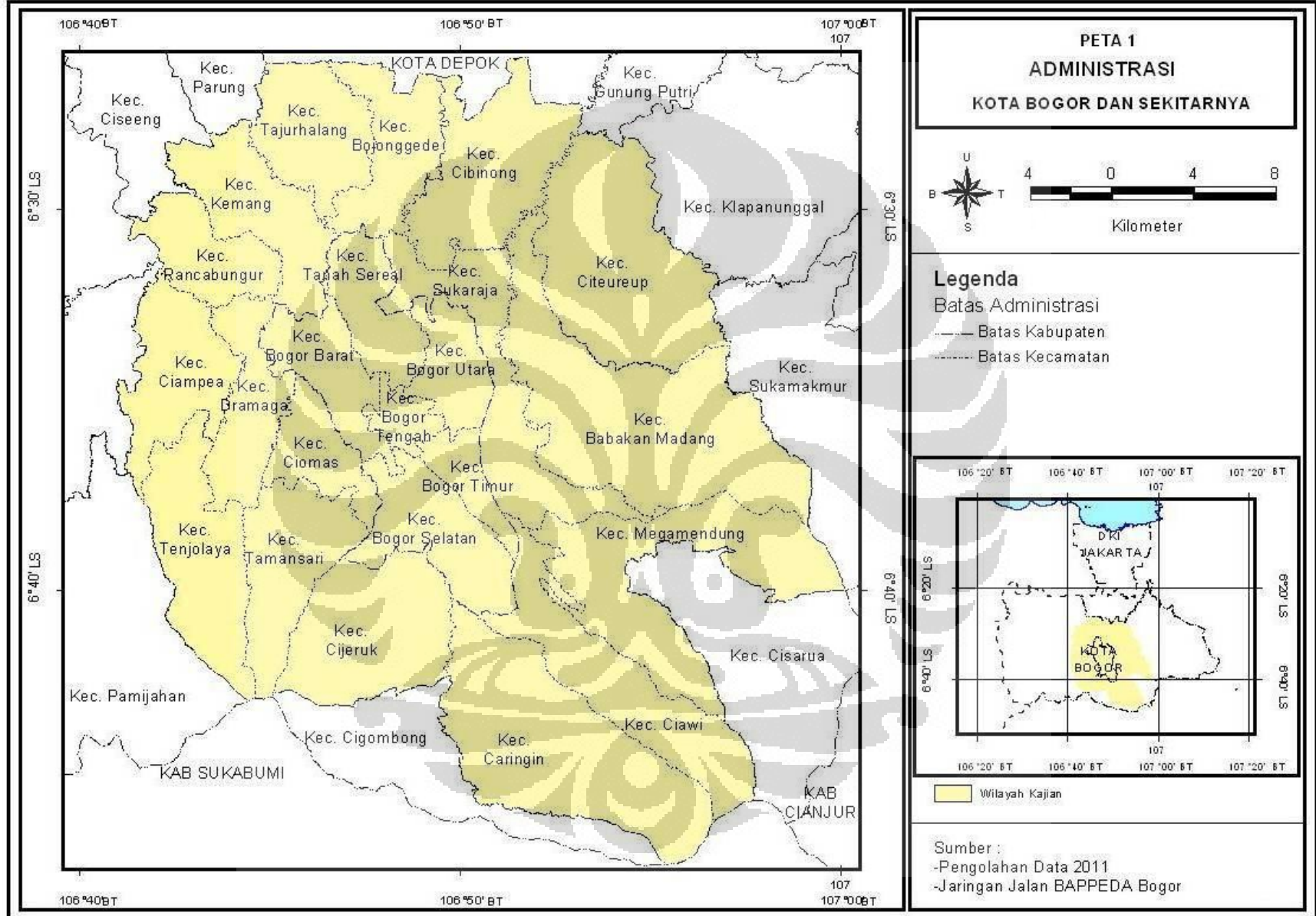
- DeLisle, James R. 2005. ICSC Working Paper Series – Shopping Center Classifications: Challenges and Opportunities. International Council of Shopping Centers
- Dennis dkk, 2001. Central Place Practice. Shopping Center Atractiveness Measures, Hinterland Boundaries and the UK Retail Hierarchy. Journal of Retailing and Consumer Service.
- Departemen Pemukiman dan Prasarana Wilayah Direktorat Jendral dan Penataan Ruang. 2002. Pedoman Penyusunan Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan. Badan Koordinasi Tata Ruang Nasional.
- Djakapermana, Ruchyat. 2010. Pengembangan Wilayah Melalui Pendekatan Kesisteman. Bogor: IPB Press
- Endah, Bonifasia. 1996. Skripsi Perubahan Wilayah Perkotaan, Peralihan, dan Pinggiran di Kota Administrasi Bekasi. Depok: Universitas Indonesia
- Guiliano, G., and K.A. Small. 1991. Subcenters in Los Angles Region. Regional Science and Urban Economics
- Hadi, Partoso. 2001. Karakteristik Penggunaan Tanah Kota Solo dalam buku Dimensi Keruangan Kota. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Hakim, Ikhwan., 2010. Dampak Pemekaran Wilayah: Struktur Ruang dan Keberlanjutan Perkotaan di Jabodetabek. Jurnal Perencanaan Pembangunan.
- Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Bogor. 2004. Bogor Regency Today: Potret dan Arahan Investasi Kabupaten Bogor. Bogor: BAPEDDA Kabupaten Bogor
- Jayadinata. 1999. Tata Guna Tanah dalam Perencanaan Pedesaan Perkotaan dan Wilayah. Bandung: ITB

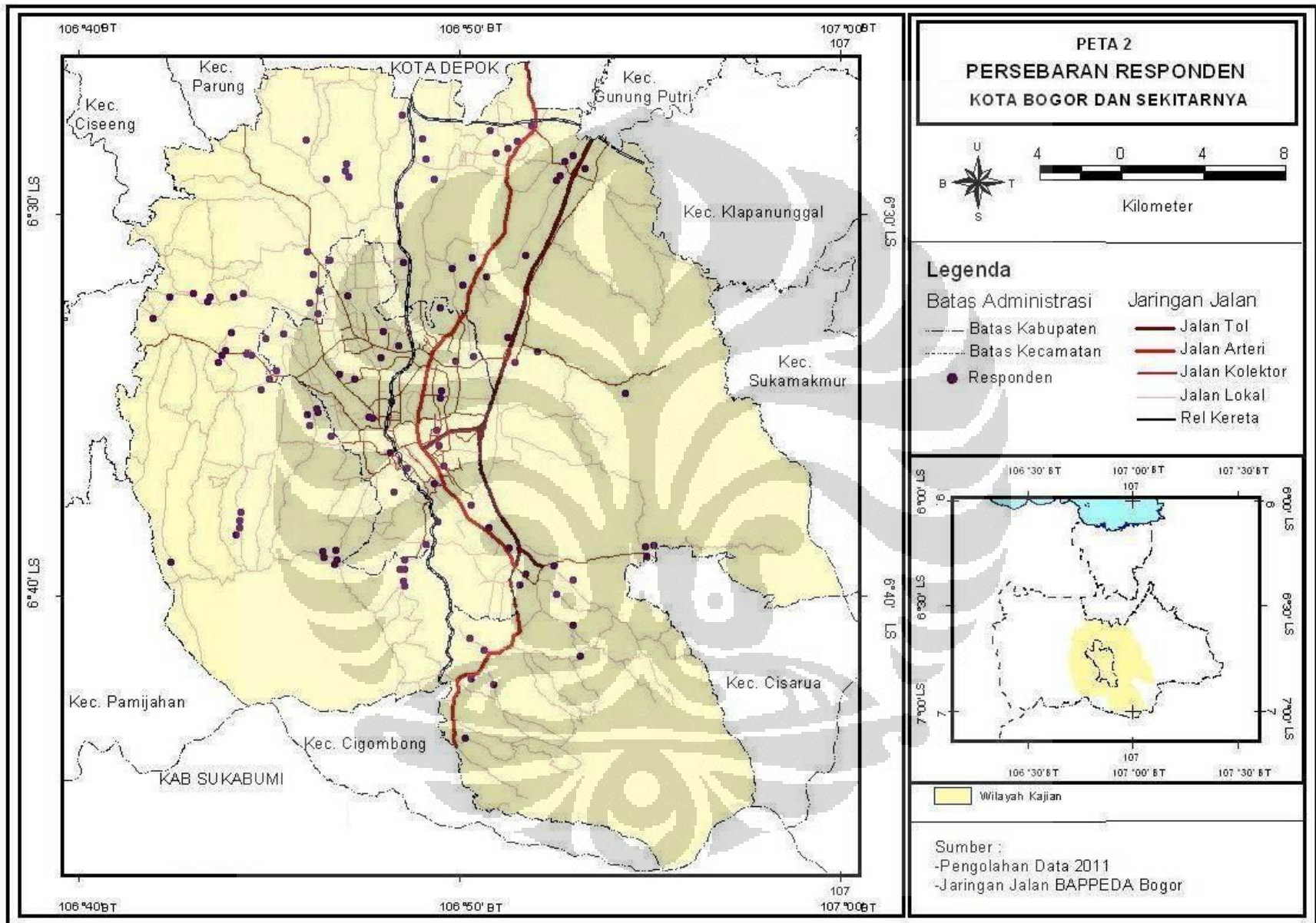
- Kamaluddin, Rustian. 2004. Kemiskinan Perkotaan Di Indonesia: Perkembangan, Karakteristik Dan Upaya Penanggulangan dalam Seminar *Pengembangan Perkotaan dan Wilayah*. Jakarta: Universitas Trisakti
- Kang, Kim, dan Tuan. 1996. Motivational Factor of Mall Shopper: effect and ethnicity and Age. *Journal of Shopping Center Research*.
- Keyle, 2000. *Property Management*. Chicago, IL: Dearborn Real Estate Education Company.
- Koestoer dkk. 2001. *Dimensi Keruangan Kota – Teori dan Kasus*. Penerbit Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Lamgiat, S dan Hans, H.B, 2009. Artikel Kontan: *Permintaan Turun, Proyek Pusat Belanja Jalan Terus*. Majalah Properti
- Miro, F. 2005. *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencanaan, dan Praktisi*. Jakarta: Erlangga.
- Munir, Rozy. 1981. *Dasar-Dasar Demograf: Migrasi*. Depok: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nugroho, Tanjung. 2001. *Penggunaan Tanah Perkotaan (studi kasus DKI Jakarta) dalam buku Dimensi Keruangan Kota – Teori dan Kasus*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Nurmandi, Achmad. 1999. *Manajemen Perkotaan: Aktor, Organisasi, Pengelolaan Daerah Perkotaan dan Metropolitan di Indonesia*. Yogyakarta: Sinergi Publishing
- Ooi dan Sim. 2006. *Jurnal The Magnetism of Suburban Shopping Centers: Do Size & Cineplex Matter?*. Singapura: Departemen Real Estate, Universitas Singapura
- Oliver, Stephanus. 2007. *The Impact of The Development of Convenience Shopping Center on The Patronage of Regional Shopping Center*. Universitas Josenburg.

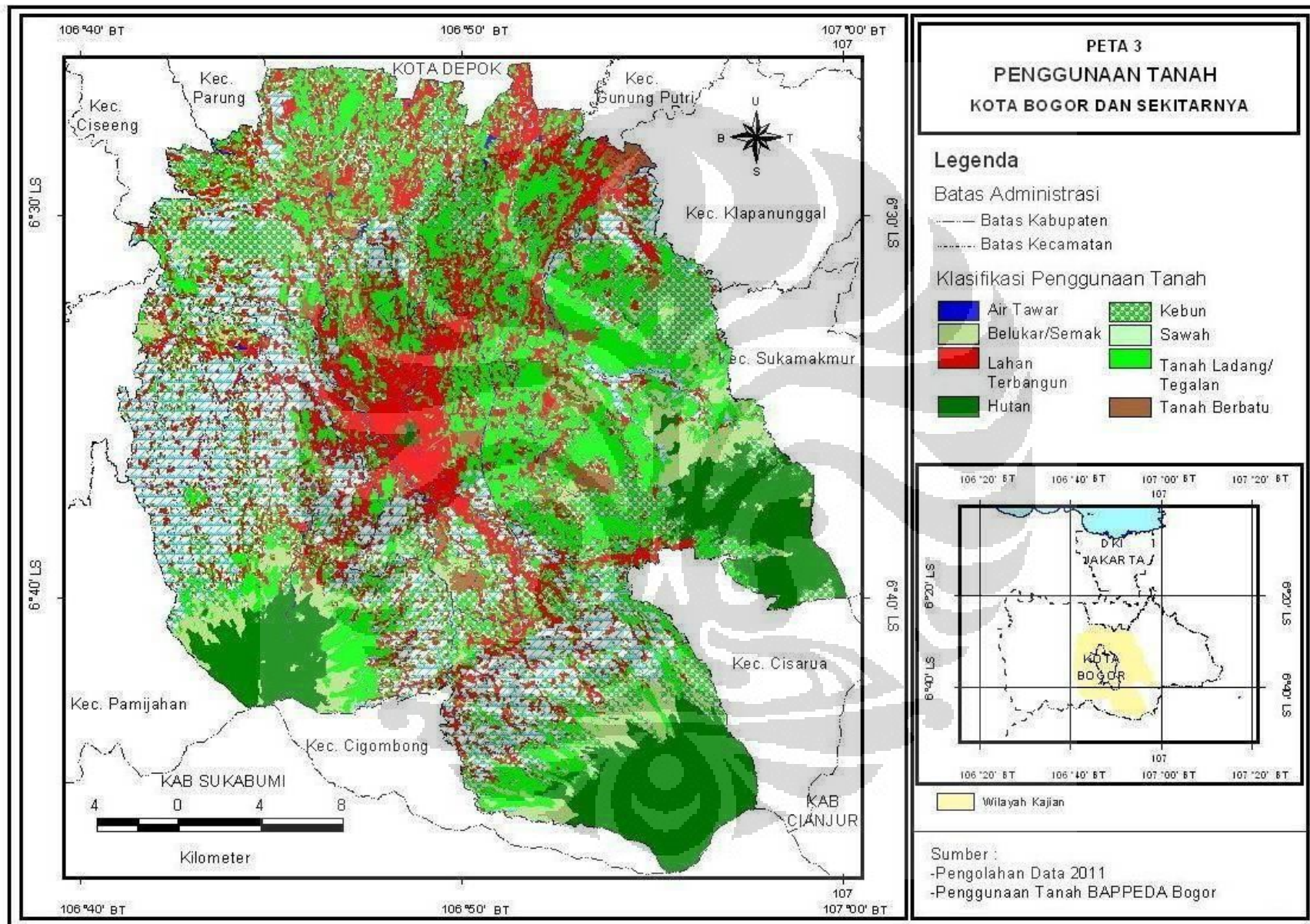
- Sati, Irmulan. Modul Riset Public Relations. Pusat Pengembangan Bahan Ajar – UMB
- Soegijoko, Napitupulu, dan Wahyu. 2005. Pembangunan Kota Indonesia dalam Abad 21: Pengalaman Pembangunan Perkotaan. Jakarta: Urban and Regional Development Institute-Yayasan Sugijanto Soegijoko-Fakultas Ekonomi UI
- Setiyohadi, Imam. 2008. Tesis Karakteristik Dan Pola Pergerakan Penduduk Kota Batam Dan Hubungannya Dengan Perkembangan Wilayah Hinterland. Semarang: Universitas Diponegoro
- Sihombing, rizal. 2009. Skripsi Shopping Mall Interchange Terminal Amplas. Universitas Sumatera Utara
- Sinulingga, Budi. 2005. Pembangunan Kota: Tinjauan Regional dan Lokal. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Sit dan Merriles. 2005. Conference: Retailing, Distribution Channels and Supply Chain Management. ANZMAC
- Soja, Edward. 1989. Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory. New York: Verso.
- Soja, Edward. 1996. Postmetropolis: Critical studies of Cities and Regions. USA: Blackwell
- Sumaatmadja, Nursid. 1981. Studi Geografi: Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan. Bandung: Alumni
- Sumanto. 1995. Skripsi Struktur Kota Sehubungan dengan Industri di Kecamatan Cikampek Tahun 1975-1990. Depok: Universitas Indonesia
- Suparlan, Parsudi. Masyarakat dan Kebudayaan Perlotaan: Persepektif antropologi Perkotaan. 2004. Jakarta: Yayasan Pengembangan Kajian Ilmu Kepolisian.

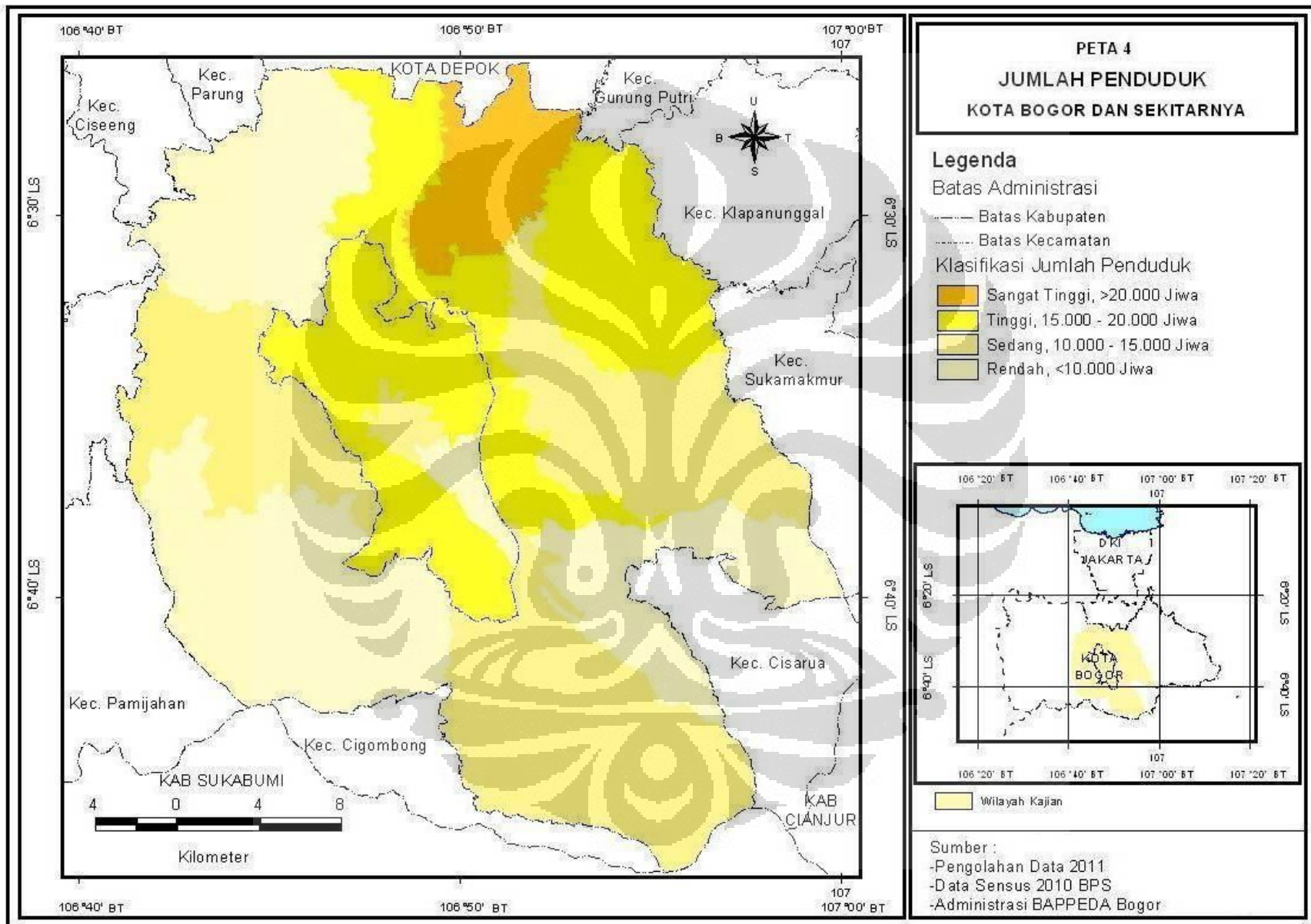
- Tarigan, Robinson. 2005. Perencanaan Pembangunan Wilayah-Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Warlina, lia. 2001. Organisasi Keruangan Perkotaan, dalam buku Dimensi Keruangan Kota. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Yofri. 2010 (edisi: 15 Juli 2010). Ekonomi dan Bisnis: 'BES' Soroti Rendahnya Perekonomian di Kabupaten dan Kota Bogor. (<http://www.onlineberita.com>)
- Yunus, Hadi Sabari. 2006. Megapolitan: Konsep, Problematika, dan Konsep. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Zahn, Markus. 1999. Perancangan Kota secara Terpadu Teori Perancangan Kota dan Penerapannya. Yogyakarta: Kanisius.

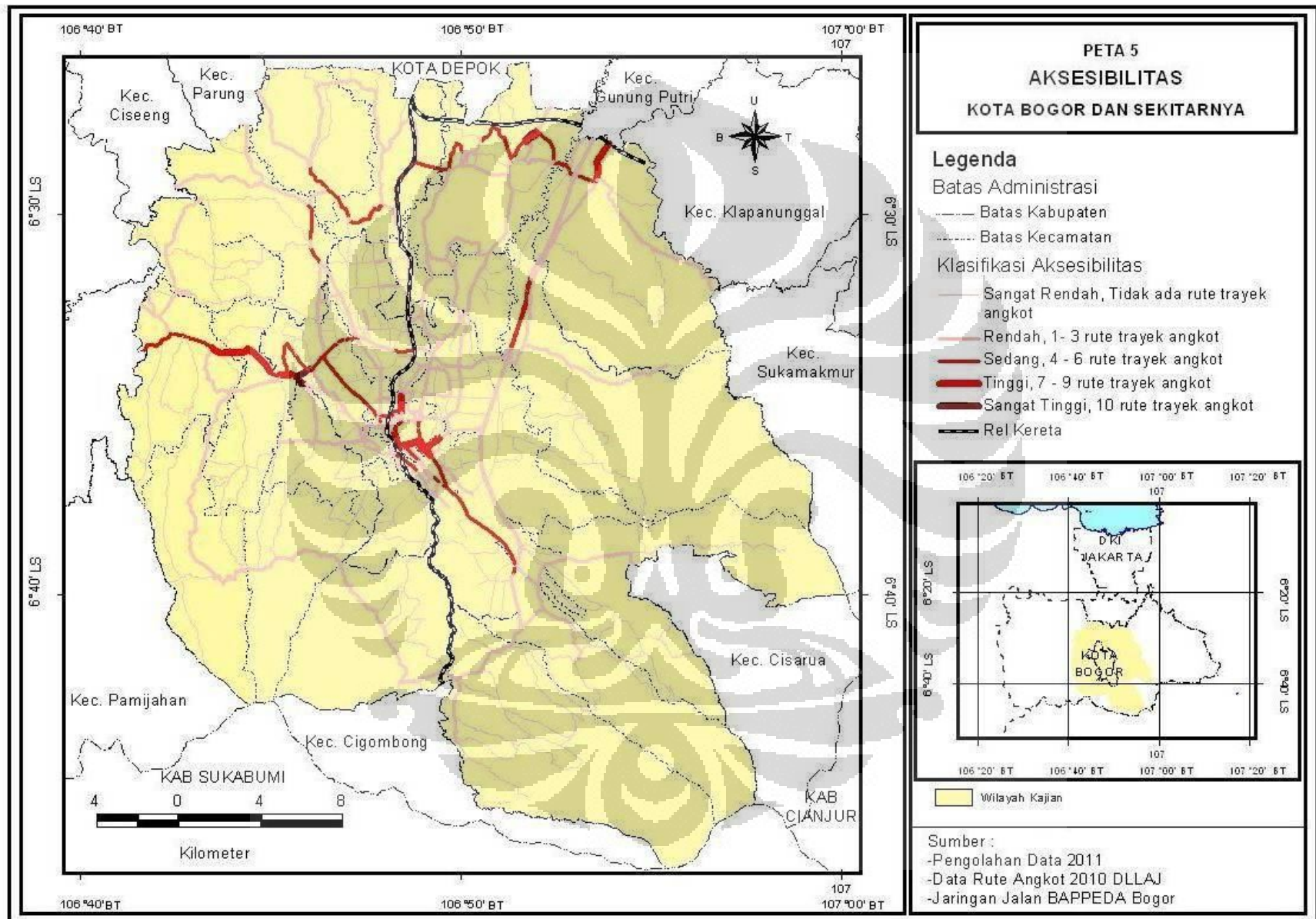


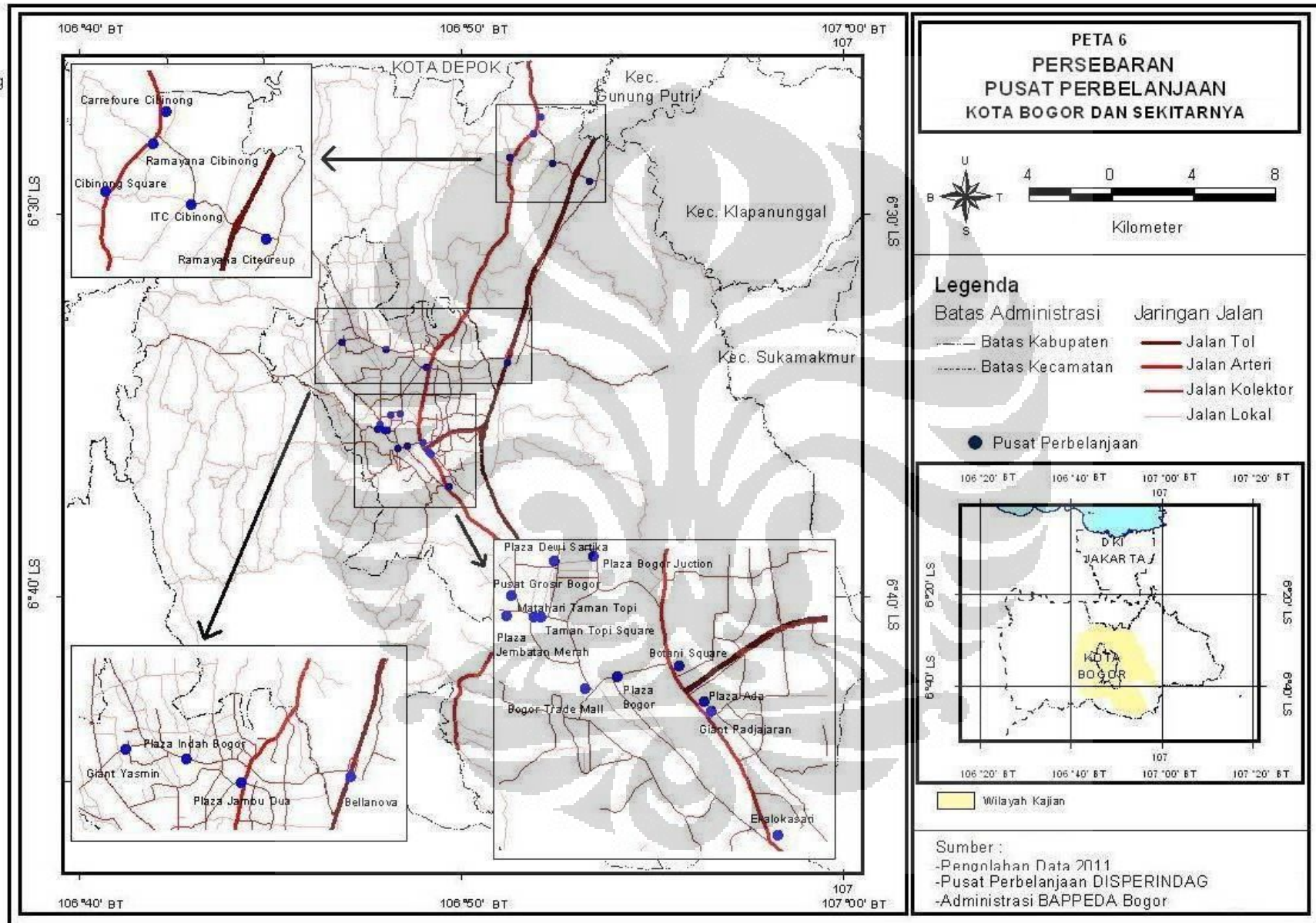


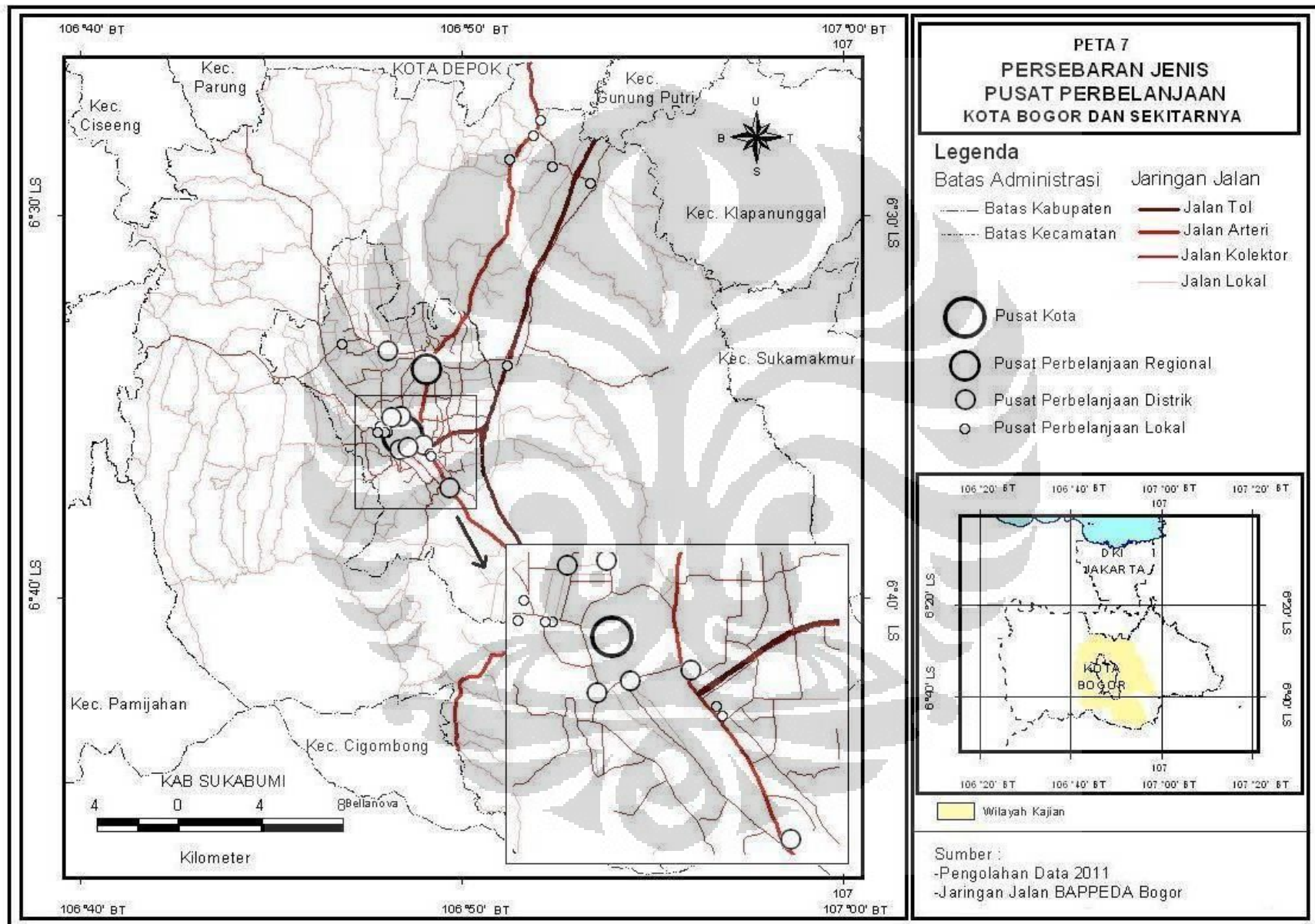


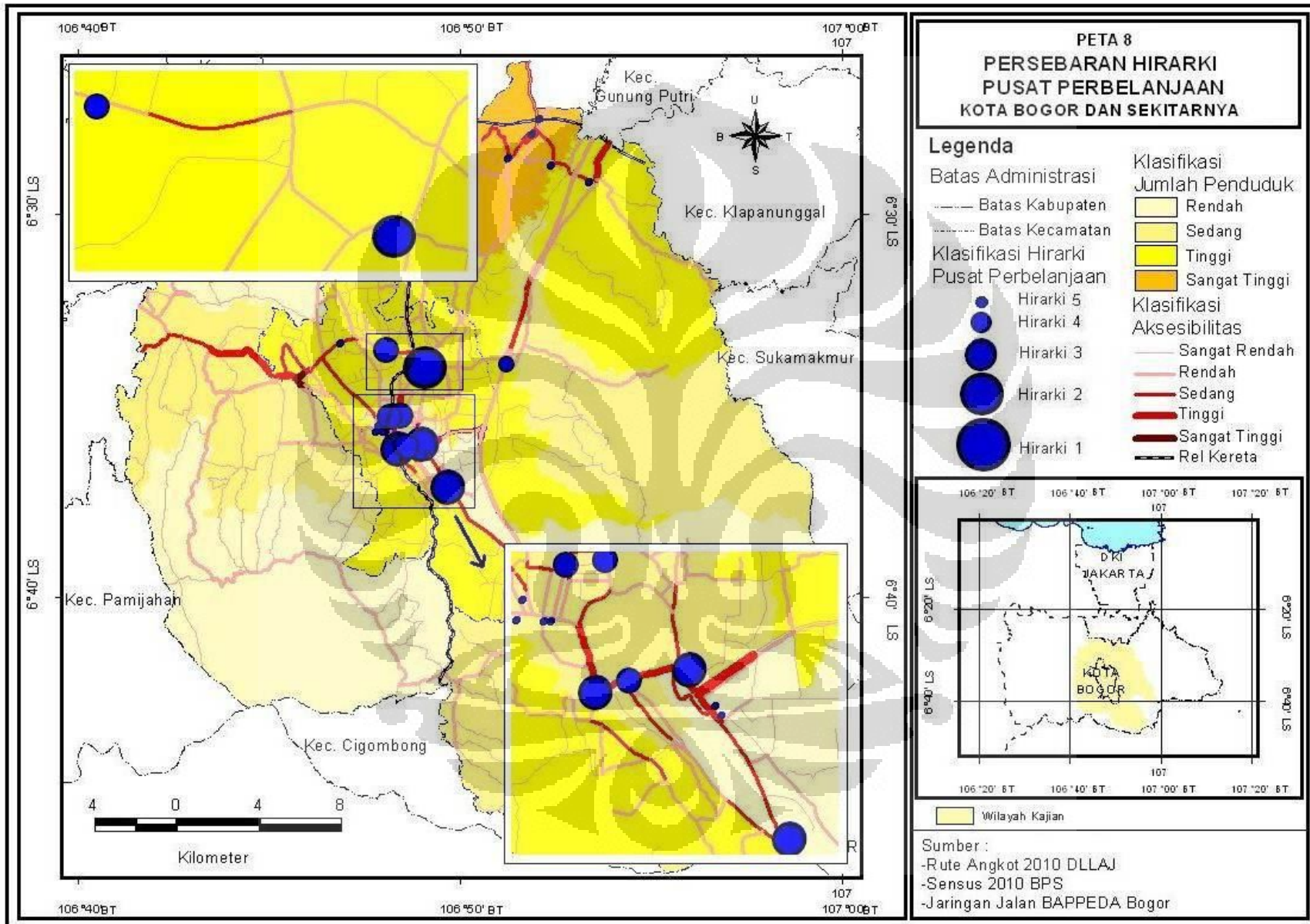


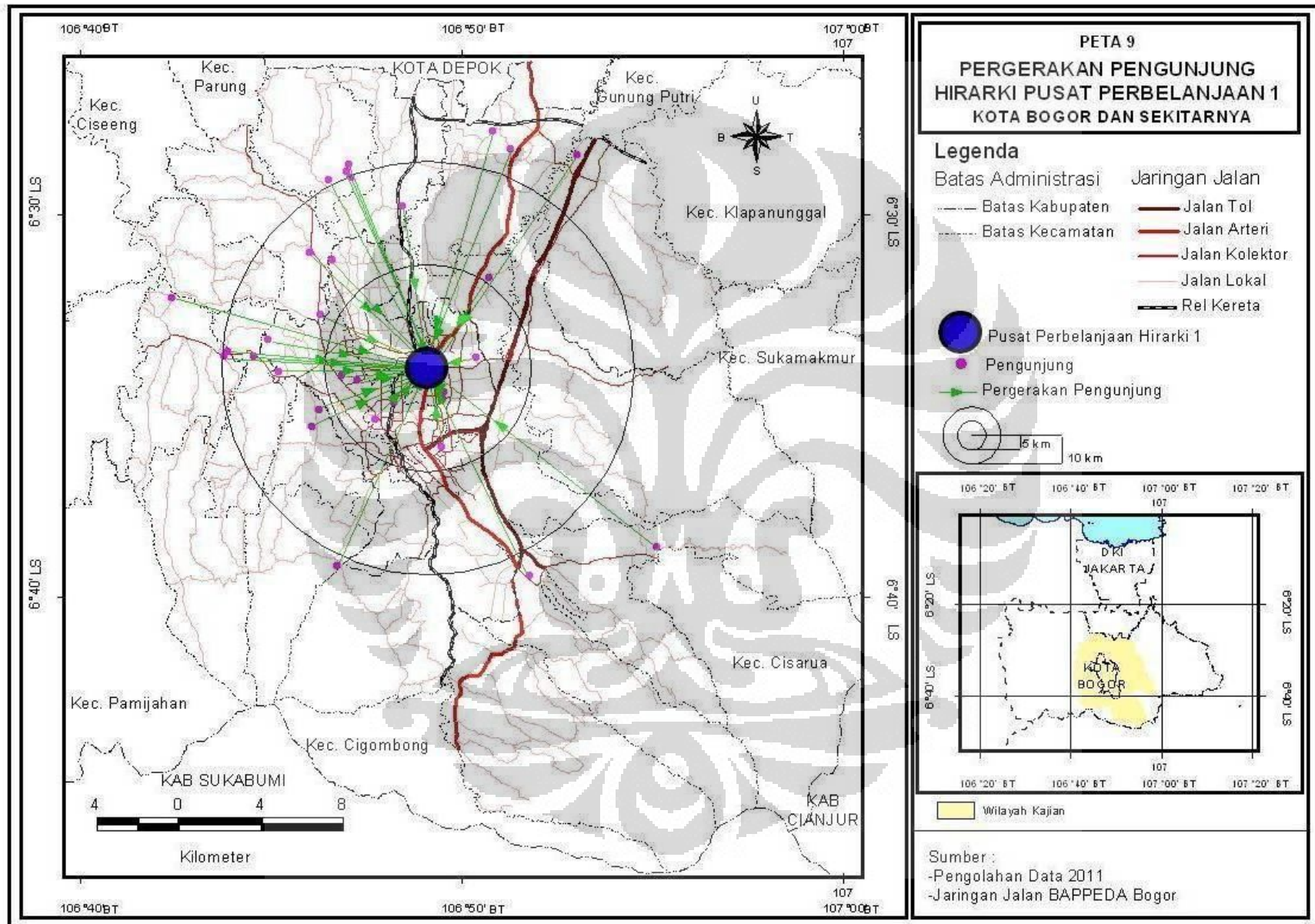


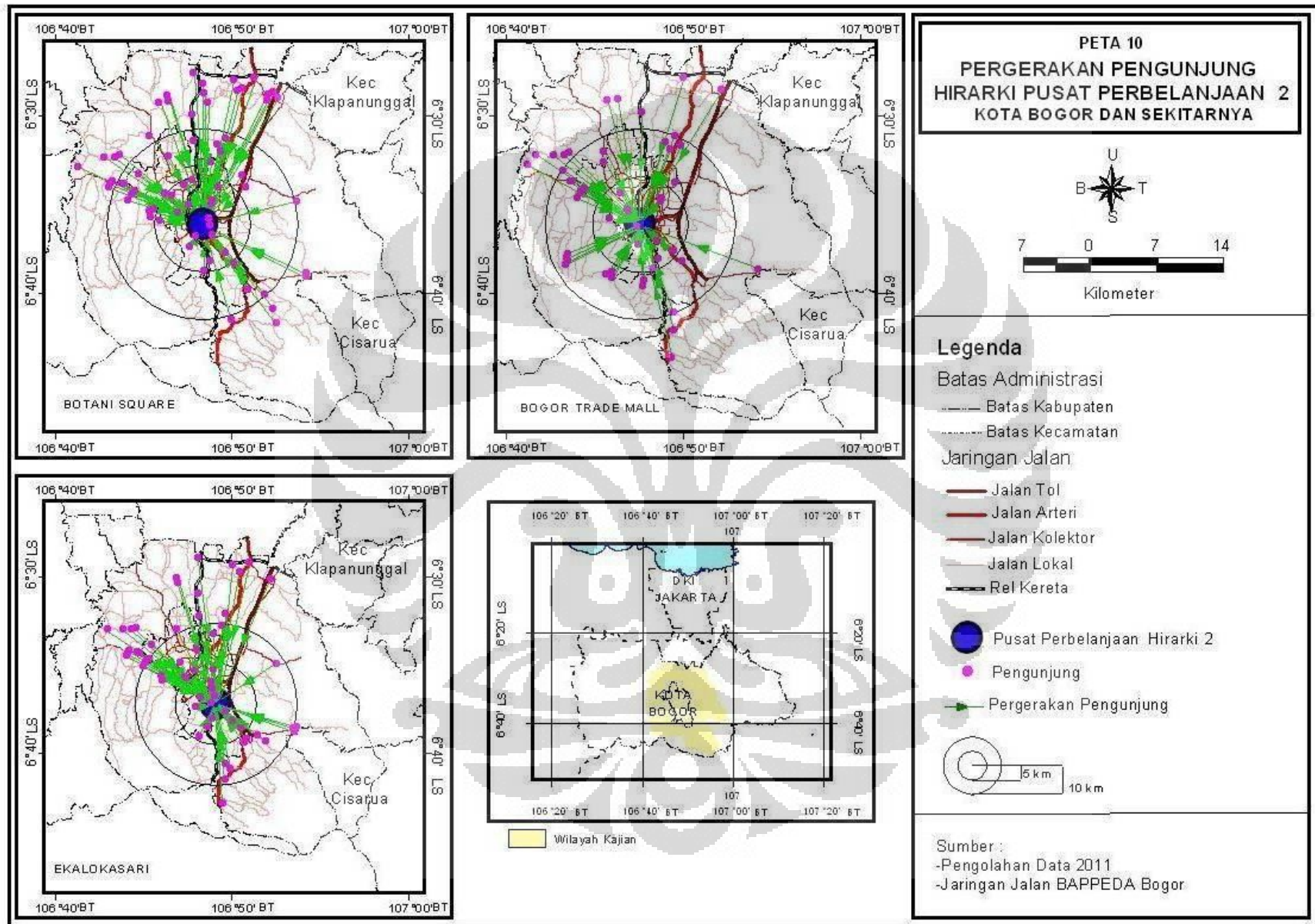


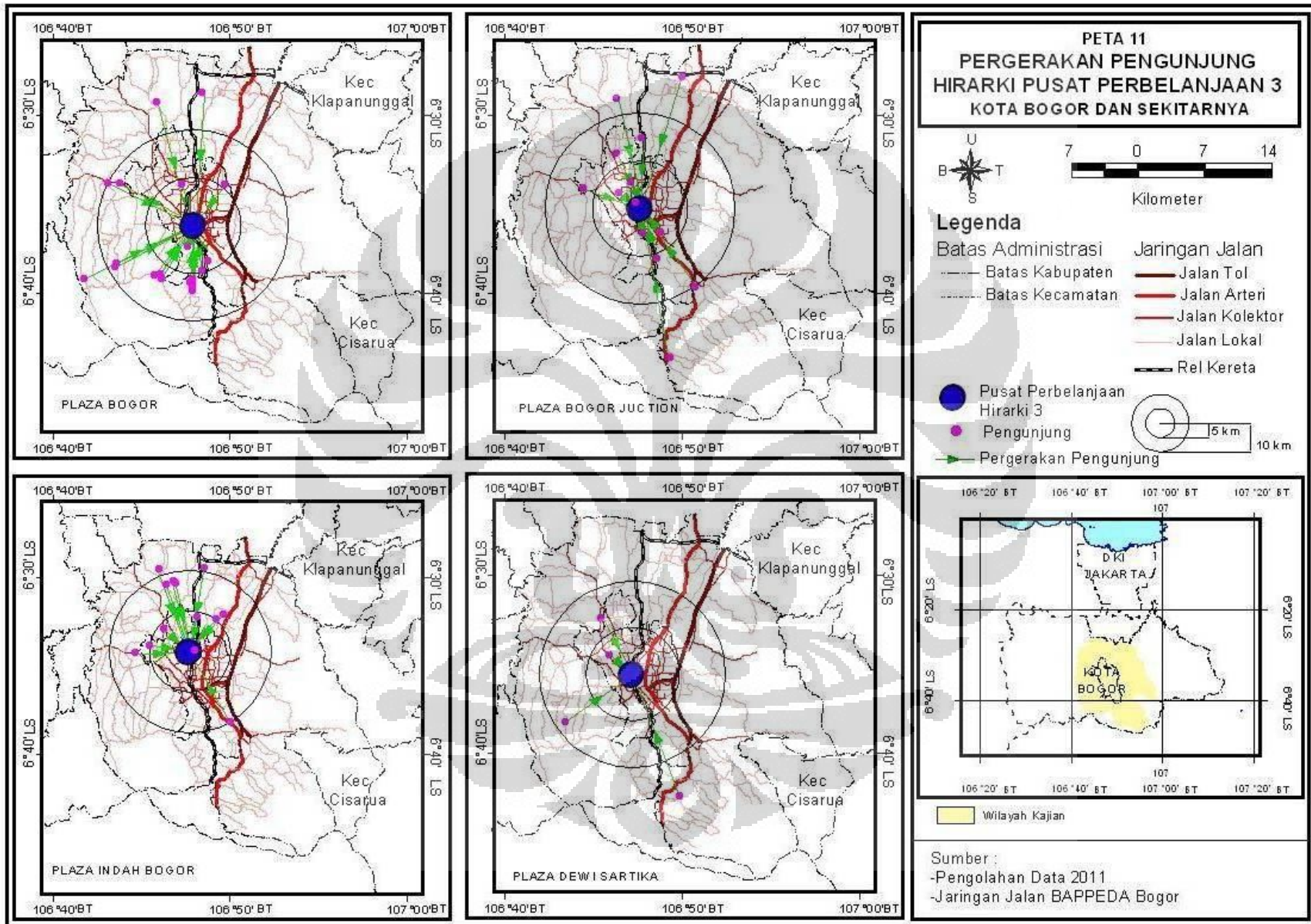


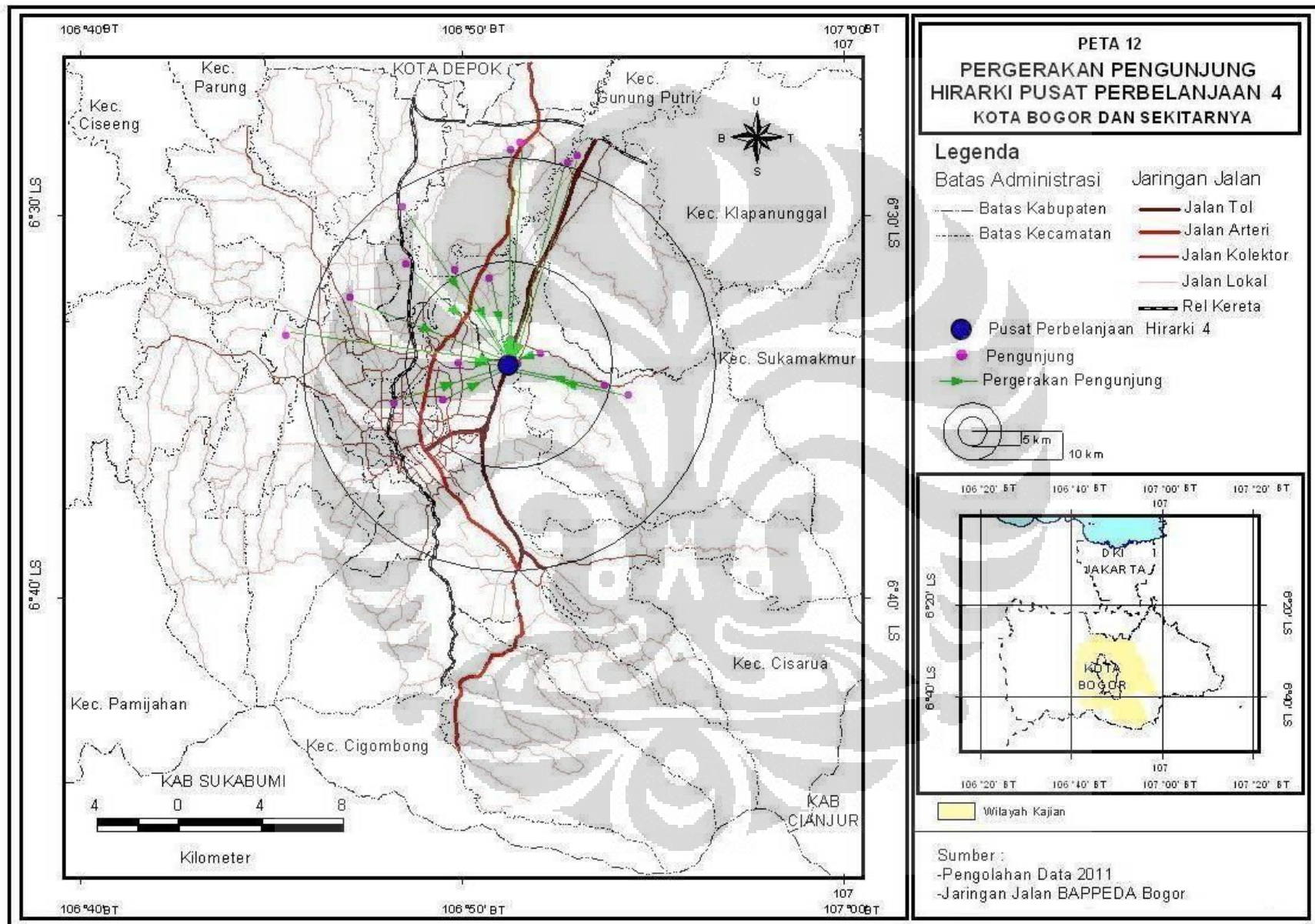


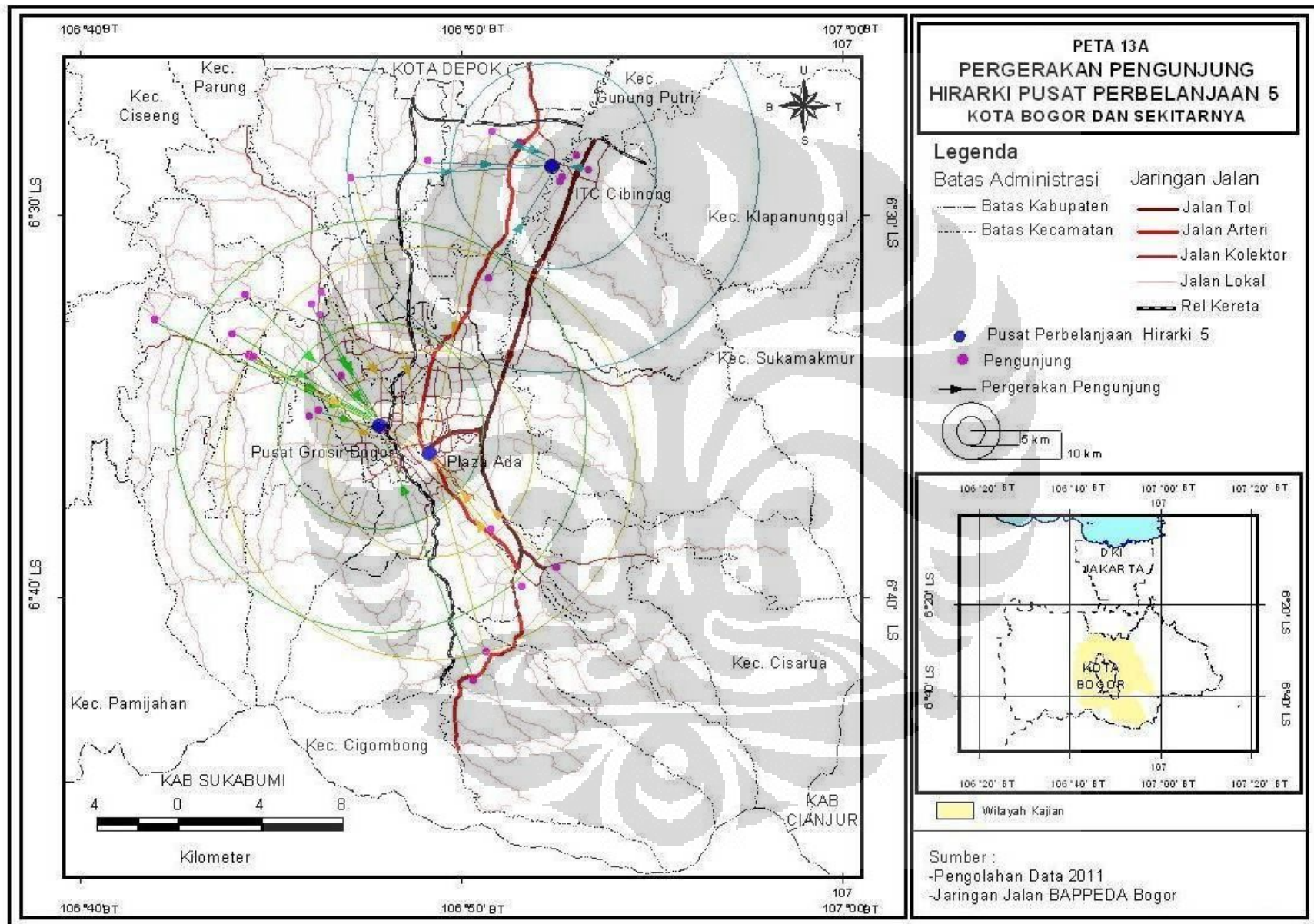


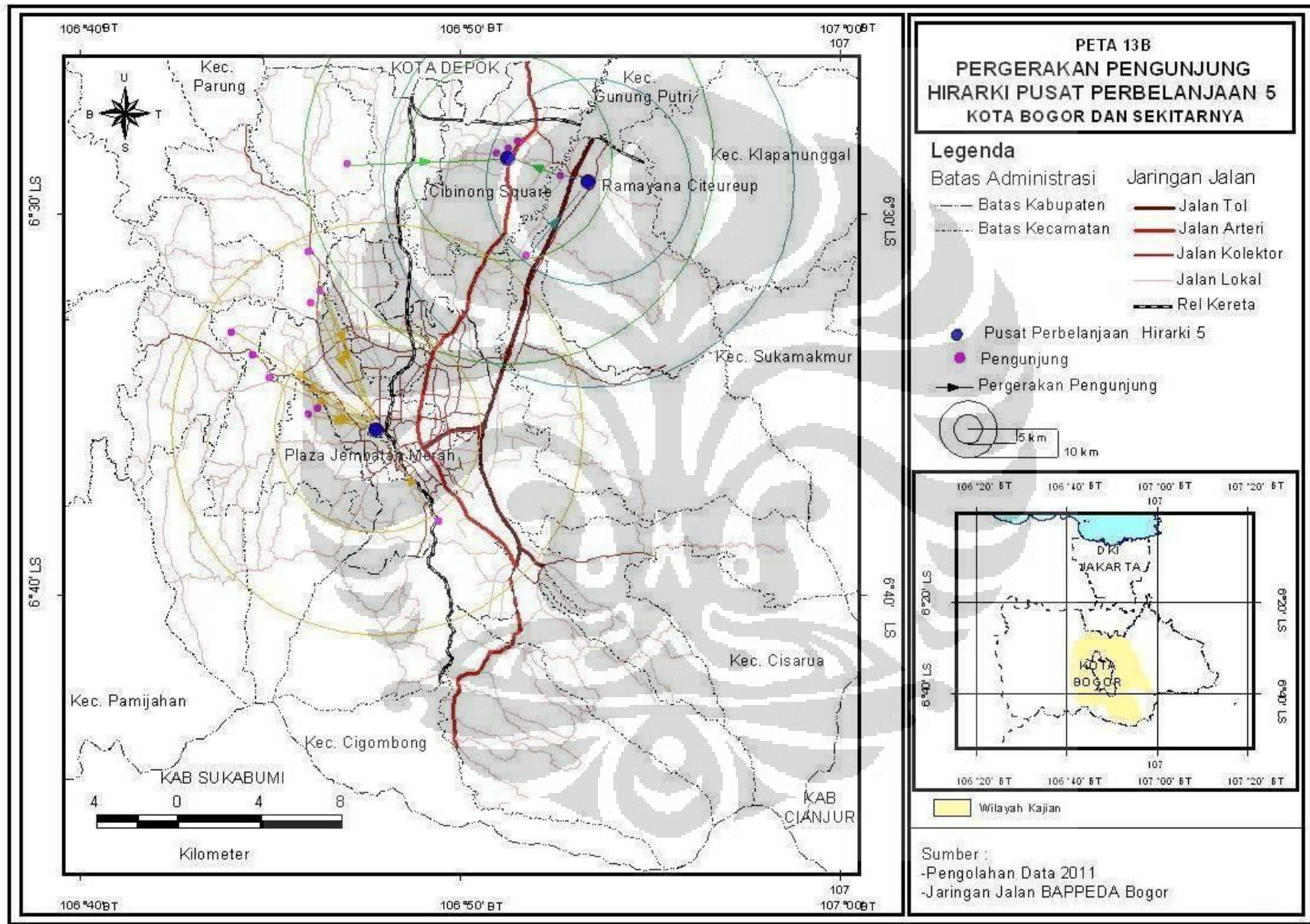


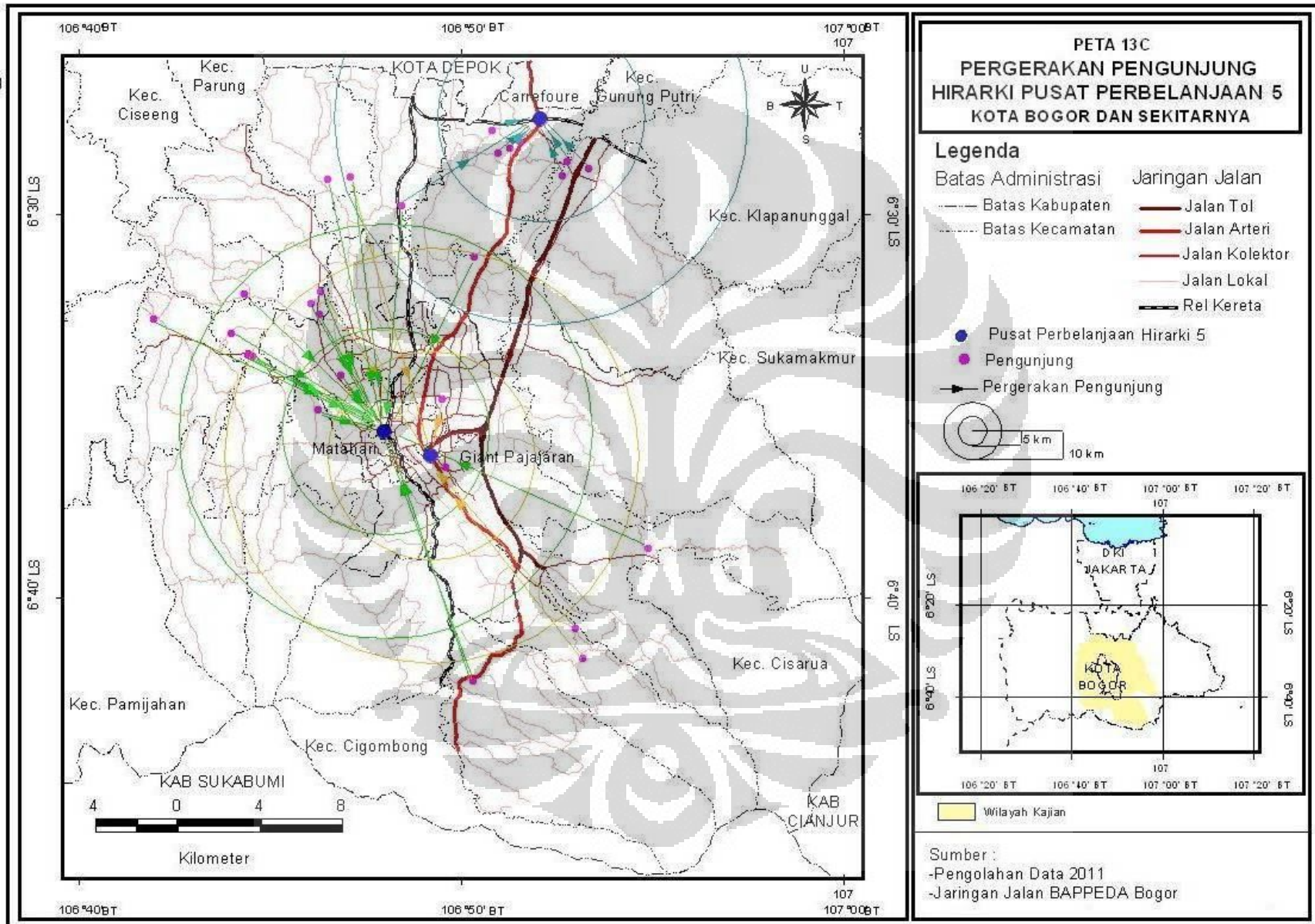












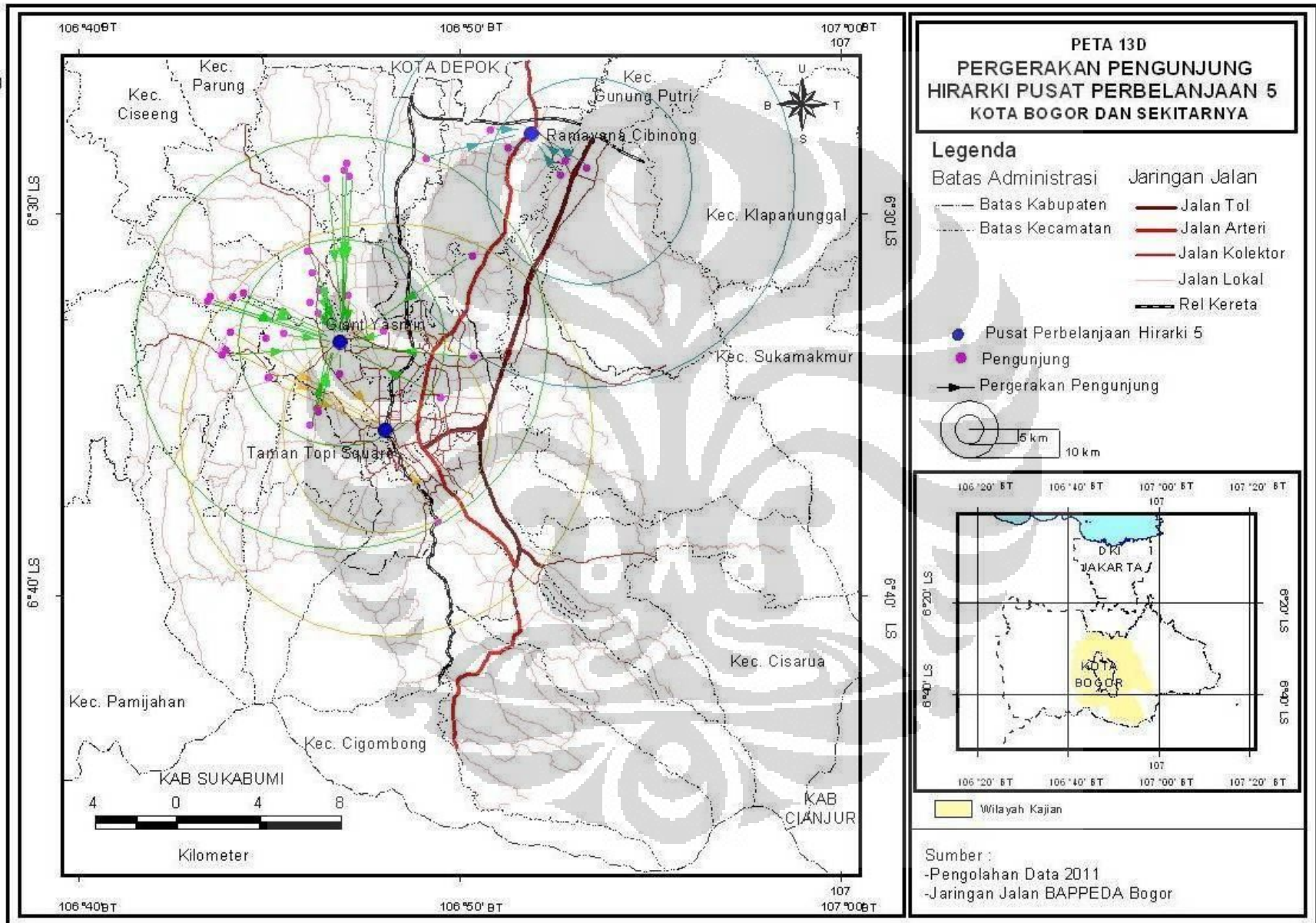




Foto 1.a Barang Elektronik
Ramayana



Foto 1.b Barang Alat Sekolah,
Mainan,dan Pajangan



Foto 1.c Barang Fashion



Foto 1.d Barang Rumah Tangga

Lampiran 1 Departemen Store Full – Line (lengkap)

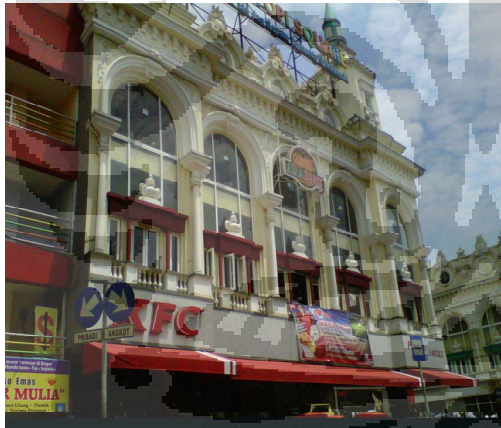


Foto 2.a Barang Sepatu/sandal



Foto 2.b Barang Pakaian

Lampiran 2 Departemen Store Soft – Line
(terbatas)



Lampiran 3 Foto Taman Topi
Square



Lampiran 4 Foto Ritel Taman Topi
Square



Lampiran 5 Foto Bellanova



Lampiran 6 Foto Kondisi Ritel di Bellanova



Lampiran 7 Foto Botani Square



Lampiran 8 Foto Bogor Trade Mall



Lampiran 9 Foto Ekalokasari



Lampiran 10 Foto Plaza Jambu Dua

Universitas Indonesia

Lampiran 11 Tabel Rute Angkutan Perkotaan di Kota Bogor

No	Kode Trayek	Jaringan Trayek	Jumlah	Rute Trayek
1	01	Cipinang Gading - Terminal Merdeka	52	Masuk : Cipinang Gading – Cipaku – Jl.Pahlawan – Jl.Empang – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Paledang – Jl.Kapten Muslihat – Jl.Veteran – Jl.Perintis Kemerdekaan - Terminal Merdeka Keluar: Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Jl.Mawar – Jl. Merdeka – Jl. Ma. Salmun - Jl.Nyi Raja Permas – Gg. Mesjid – Jl.Dewi Sartika – Jl.Kapten Muslihat – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Otista – Pasar Bogor – Jl.Roda – Gg.Aut – Jl.Siliwangi – Jl.Batutulis – Cipaku – Cipinang Gading
2	01.A	Terminal Baranangsiang – Ciawi	170	Masuk: Baranangsiang – Jl. Bangka – Jl.Otista – Pajajaran – Jl.Tajur – Ciawi Keluar: Ciawi – Jl.Tajur – Jl.Pajajaran – Jl.Sambu – Baranangsiang
3	02	Sukasari – Terminal Bubulak	572	Masuk: Sukasari – Jl.Lawang Gintung – Jl.Pahlawan – Jl.Empang – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Paledang – Jl.Kapten Muslihat – Jl.Veteran – Jl.Gunung Batu – Jl.Sindang Barang – Jl.Sindang Barang Pilar – Jl.R.1 - Terminal Bubulak Keluar: Terminal Bubulak – Jl.R-1 – Jl.Sindang Barang Pilar – Jl.Sindang Barang – Jl.Gunung Batu – Jl.Veteran – Jl.Perintis Kemerdekaan – Jl.Mall.1 (Terminal Merdeka) – Jl.Merdeka - Jl.Kapten Muslihat – Jl.Nyi Raja Permas – Gg.Masjid – Jl.Dewi Sartika – Jl.Kapten Muslihat – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Surya Kencana – Jl.Siliwangi – Sukasari

Universitas Indonesia

4	03	Terminal Baranangsiang – Terminal Bubulak	382	<p>Masuk: Baranangsiang – Jl. Bangka – Jl. Otista – Jl. Raya Pajajaran – Jl. Jalak Harupat – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Kapten Muslihat – Jl. Veteran – Jl. Gunung Batu – Jl. Sindang Barang – Jl. Sindang Barang Pilar – Jl. R-1 – Terminal Bubulak</p> <p>Keluar: Terminal Bubulak – Jl. R-1 – Jl. Sindang Barang Pilar - Jl. Sindang Barang – Jl. Gunung Batu – Jl. Veteran – Jl. Perintis Kemerdekaan – Jl. Mall. 1 (Terminal Merdeka) – Jl. Merdeka – Jl. Kapten Muslihat – Jl. Nyi Raja Permas – Gg. Masjid – Jl. Dewi Sartika – Gg. Mekah – Jl. Gedong Sawah – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Jalak Harupat - Jl. Salak – Jl. Raya Pajajaran – Jl. Sambu - Baranangsiang</p>
5	04	Warung Nangka - Ramayana	184	<p>Masuk: Warung Nangka - Rancamaya – Detour Road / Cogreg – Jl. Cipaku - Jl. Pahlawan – Gg. Aut – Jl. Lawang Saketeng – Ramayana</p> <p>Keluar: Ramayana – Jl. Empang – Jl. Pahlawan – Jl. Cipaku – Detour Road / Cogreg - Rancamaya - Warung Nangka</p>
6	05	Ramayana – Cimahpar	162	<p>Masuk: Cimahpar – Jl. Sancang – Jl. Kumbang – Jl. Lodaya - Jl. Pangrango – Jl. Jalak Harupat – Jl. Ir. H. Djuanda – Ramayana.</p> <p>Keluar: Ramayana – Jl. Ir. H. Djuanda – Jl. Otista – Jl. Pajajaran – Jl. Lodaya – Jl. Sancang - Cimahpar</p>
7	06	Ramayana – Ciheuleut	157	<p>Masuk: Ciheuleut – Jl. Pajajaran – Jl. Sambu – Jl. Bangka – Jl. Otista – Jl. Pajajaran – Jl. Jalak Harupat – Jl. Ir. H. Djuanda – Ramayana</p>

				Keluar: Ramayana – Jl. Ir. H Djuanda – Jl. Otista – Jl. Pajajaran – Ciheuleut
8	07	Terminal Merdeka – Ciparigi	226	Masuk: Ciparigi – Jl.Raya Pemda Kd. Halang – Simpang Talang - Warung Jambu – Jl.Jend.A.Yani – Jl.Jend.Sudirman – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Kapten Muslihat – Jl.Veteran – Jl.Perintis Kemerdekaan – Terminal Merdeka Keluar: Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Jl.Mawar – Jl. Merdeka – Jl.Ma Salmun – Jl.Dewi Sartika – Pengadilan – Jl. Jend. Sudirman – Jl.Pemuda – Jl.Dadali – Warung Jambu - Simpang Talang – Jl. Raya Pemda Kd. Halang - Ciparigi
9	07.A	Pasar Anyar – Pondok Rumput	51	Masuk: Pondok Rumput – Jl.Re Martadinata – Air Mancur – Jl. Jend. Sudirman – Jl.Sawojajar - Pasar Anyar Keluar: Pasar Anyar – Jl.Pengadilan – Jl. Jend. Sudirman - Air Mancur – Jl.Re Martadinata – Pondok Rumput
10	08	Warung Jambu – Ramayana	147	Masuk: Warung Jambu – Jl.Pajajaran – Jl.Pangrango – Jl.Jalak Harupat – Jl.Ir.H.Djuanda – Ramayana Keluar: Ramayana – Jl.Otista – Jl.Pajajaran – Warung Jambu - Ciparigi – Sukasari
11	08.A	Ramayana - Taman Kencana - Wr. Jambu	80	Masuk: Ramayana - Tugu Kujang - Pajajaran - Pangrango Plaza - Taman Kencana - Ceremai - Pasar Induk wr. jambu Keluar: Wr. Jambu - Indraprasta - Ceger - Jln. Bangbarung Raya - Jln. Pajajaran - Sempur - Ramayana
12	09	Sukasari - Ciparigi	141	Masuk: Ciparigi – Jl. Pembangunan (Kopem) – Jl. Kedung Halang - Warung Jambu – Jl.Pajajaran – Sukasari

Universitas Indonesia

				<p>Keluar: Sukasari – Jl.Pajajaran – Jl.Sambu – Jl.Bangka – Jl.Otista – Jl.Pajajaran – Warung Jambu - Jl. Kedung Halang – Jl. Pembangunan (Kopem) - Ciparigi</p>
13	10	Bantar Kemang – Terminal Merdeka	100	<p>Masuk: Bantar Kemang – Jl.Pajajaran – Jl.Siliwangi – Jl.Lawang Gintung – Jl.Pahlawan – Jl.Empang – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Paledang – Jl.Veteran – Jl.Perintis Kemerdekaan – Terminal Merdeka</p> <p>Keluar: Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Jl.Mawar – Jl. Merdeka – Jl. Ma Salmun – Jl.Nyi Raja Permas – Jl.Dewi Sartika – Gg. Mesjid – Jl. Kapten Muslihat – Jl.Ir.H.Djuanda – Jl.Suryakencana – Jl.Siliwangi – Sukasari I – Jl.Pajajaran – Bantar Kemang</p>
14	11	Pajajaran Indah – Pasar Bogor	53	<p>Masuk: Pajajaran Indah – Jl.Pajajaran – Jl.Sambu – Jl.Bangka – Jl.Otista – Pasar Bogor</p> <p>Keluar: Pasar Bogor – Jl.Roda – Gg.Aut – Jl.Siliwangi – Jl.Sukasari Iii – Jl.Pajajaran – Pajajaran Indah</p>
15	12	Pasar Anyar – Cimanggu	180	<p>Masuk: Cimanggu Permai – Jl.Tentara Pelajar – Jl.Merdeka – Jl.Ma Salmun – Pasar Anyar</p> <p>Keluar: Pasar Anyar - Jl.Pengadilan – Jl. Jend. Sudirman – Jl. Re Martadinata – Jl.Tentara Pelajar – Cimanggu Permai</p>
16	13	Bantar Kemang – Ramayana	154	<p>Masuk: Bantar Kemang – Jl.Raya Pajajaran – Jl.Sambu – Jl.Bangka – Jl.Otista – Jl.Raya Pajajaran – Jl.Jalak Harupat – Jl.Ir.H.Djuanda – Ramayana</p> <p>Keluar:</p>

				Ramayana - Jl.Ir.H.Djuanda - Jl.Otista – Jl.Raya Pajajaran – Bantar Kemang
17	14	Sukasari – Pasir Kuda - Terminal Bubulak	100	Masuk: Sukasari – Jl.Lawang Gintung – Jl.Pahlawan – Jl.Layungsari – Jl.Sadane – Jl.R.Aria Suriawinata – Jl.R.Aria Surialaga – Jl.R.E.Abdullah – Jl.Mayjen Ishak Djuarsa – Jl.Letjen Ibrahim Adjie – Jl.K.H.Abdullah Bin Nuh – Terminal Bubulak Keluar: Terminal Bubulak – Jl. K.H.Abdullah Bin Nuh - Jl.Letjen Ibrahim Adji – Jl.Mayjen Ishak Djuarsa – Jl.R.E.Abdullah – Jl.R.Aria Surialaga Jl.R.Aria Suriawinata – Jl.Sadane – Jl.Layungsari – Jl.Pahlawan – Jl.Batutulis – Jl.Siliwangi – Sukasari
18	15	Sindang Barang Jero - Terminal Merdeka	105	Masuk: Sbj – Terminal Bubulak – Jl. R.1 – Jl.Sindang Barang – Jl.Darul Qur’an – Jl.Dr.Semeru – Jl.Mawar – Jl.Merdeka – Terminal Merdeka Keluar: Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Jl.Darul Qur’an – Jl.Sindang Barang – Jl.R.1 – Terminal Bubulak – Sbj
19	16	Pasar Anyar – Selabenda	219	Masuk: Pasar Anyar – Jl.Pengadilan – Jl.Jend.Sudirman – Jl.Pemuda – Kebon Pedes – Jl.Soleh Iskandar Selabenda Keluar: Selabenda – Jl.Soleh Iskandar – Kebon Pedes Jl.Pemuda – Jl.Heulang – Jl.Jend.A. Yani –Jl.Jend.Sudirman – Jl.Sawojajar – Jl. Dewi Sartika – Pasar Anyar
20	17	Pomad – Tanah Baru – Bina Marga	55	Masuk: Pomad – Jl.Pangeran Sogiri (Tanah Baru) – Jl.R.Kan An (Pasar Tanah Baru) – Jl.Pandu Raya (R3) – Jl.Padi – Jl.Bina Marga – Bina Marga Keluar: Bina Marga – Jl.Bina Marga – Jl.Padi

Universitas Indonesia

				– Jl.Pandu Raya (R3) – Jl.Tumenggung Wiradirdja – Jl.Pangeran Sogiri (Tanah Baru) - Pomad
21	18	Ramayana – Mulyaharja	58	Masuk: Mulyaharja - Cibeureum - Empang - Gg.Aut - Lawang Saketeng - Ramayana Keluar: Ramayana - Empang - Cibeureum - Mulyaharja
22	19	Terminal Bubulak – Kencana	39	Masuk: Terminal Bubulak – Jl. R.1 – Jl. Yasmin – Jl. Soleh Iskandar – Jl. Kayumanis – Jl. Mekar Wangi – Kencana Keluar: Kencana – Jl. Mekarwangi - Kayumanis – Jl. Soleh Iskandar – Jl. Yasmin – Jl. R.1 – Terminal Bubulak
23	20	Pasar Anyar - Vila Mutiara	26	Masuk: Pasar Anyar – Jl. Kebon Pedes – Jl. Soleh Iskandar – Kencana Keluar: Kencana – Jl. Soleh Iskandar – Jl. Kebon Pedes – Pasar Anyar

Sumber: DLLAJ Kota Bogor 2010

Lampiran 12. Tabel Rute Angkutan Perkotaan di Kabupaten Bogor

Kode Trayek	Rute Trayek	Jumlah
12	Terminal Ciampea – Rancabungur – Candali – Kemang – Tojong – Pasar Salasa – Susukan – Perum Griya Yasa Lestari – Terminal Bojonggede	42
32	Terminal Cibinong – Cikaret – DS. Tengah – Karadenan – Kota Bogor (Talang – Jl. Iskandar – Jl KH Abd Bin Nuh) – Terminal Laladon – Taman Pagelaran	201
33	Terminal Cibinong – Jl Baru – Jl Raya Gunung Putri – Cicadas – Wanaherang – Cikuda – Terminal Cileungsi	500
38	Terminal Cileungsi – Nagrak – Wanaherang – Jl Raya Gn Putri – Citeureup – Terminal Cibinong – Ds Tengah (Pengadilan Agama)	250
64	Terminal Cibinong – Citeureup – Jl Raya Gunung Putri – Proyek – Cileungsi – Terminal Jonggol	550
65	Terminal Cibinong – Citeureup – Jl Raya Gunung Putri – Proyek – Terminal Cileungsi	150
117	Terminal Parung – Sasak Panjang – terminal Bojonggede	150
05b	Terminal Leuwiliang – Dramaga – Terminal Bubulan/Laladon	-
05c	Terminal Jasinga – Leuwiliang – Terminal Bubulak/Laladon	-
T05	Terminal Cileungsi – Pintu Tol Cibubur – Tol Jagorawi – Pintu Tol Sentul City – Kota Bogor (Jl Iskandar – Jl KH Adb Nuh) – Terminal Laladon	28
11	Terminal Leuwiliang – Terminal Ciampea	176
13	Terminal Laladon/Bubulak – Cibanteng – Situ Daun – Gunung Malang – Pangkalan Curug Luhur	-
14	Terminal Laladon – Pagelaran – Cibinong – Pangkalan klapa Tujuh	-
15	Terminal Laladon/ Bubulak – Dramaga – Cibeureum – Petir	-

	- Cisasah – Gondokilan – Pangkalan Curug Nangka	
16	Terminal Laladon/ Bubulak – Ciherang – Kuripan – Nambo – Pangkalan Curug Nangka	-
17	Terminal Laladon/ Bubulak – Dramaga – Kampus IPB – Cangkurawok – Pangkalan Cangkarang	-
30	Terminal Parung – Lebak Wangi – Arco – Pangkalan Tajur Halang	22
35	Terminal Cibinong – Cikaret – Rs Cibinong – Ds Tengah – BTN – PDAM – Pangkalan Bambu Kuning	39
50	Terminal Laladon/ Bubulak – Cinangneng – Cibitung – Tapos – Pangkalan Tenjolaya	-
66	Terminal Cibinong – Jl RH Lukman – Jl Kayu Manis – Jl Dr Nurdin – Jl Mayor Oking – Jl Kranggan – Pangkalan Perum Gunung Putri	70
68	Terminal Cibinong – Tapos – Leuwinanggung – Pangkalan Sading	102
71	Terminal Cibinong – Cikaret – Puri Nirwana II – AL Falah – Pangkalan Kp Bulak	28
72	Terminal Cibinong – Cikaret – Pangkalan Kampung Sawah	71
T02	Terminal Cileungsi – Pintu Tol Cibubur – Tol Jagorawi – Pangkalan Ciawi	50
02C	Pangkalan Pasir Muncang – Pangkalan Ciawi	72
31	Pangkalan Pasar Ciluar – SMP Uswatun Hasanah – Kandang Roda – Muara Beres – SLB – Karadenan – Pangkalan Perum Pura – Bajonggede - Gaveri	69
37	Pangkalan Pasar Ciluar – Simpang Pomad – Pomad – Pasir Jambu – Pangkalan Cilebut	-
34	Pangkalan Bambu Kuning – Ds Tengah – Jl Bersih – Jl Tegar Beriman – Daralon – Asr. Angmor – Pangkalan Jl Nurdin	57
44	Pangkalan Citeureup – Pangkalan Babakan Madang	255

44A	Pangkalan Jl Siromujul Munir – Bogor Asri – Kandang Roda – Jl Baru – Tol Jagorawi – Sentul Selatan – Bukit Sentul – Babakan Madang – Karang Tengah – Pangkalan Wangun	10
44B	Pangkalan Citeureup – Babakan Madang – Karang Tengah – Pangkalan Cipanas	41
T.02A	Pangkalan Ciawi – Tol Jagorawi – Pangkalan Gunung Putri	6
23	Terminal Ciampea – Pangkalan Putat Nutug	-
29	Terminal Bojonggede – Pangkalan Citayam	-
62	Terminal Bojonggede – Pangkalan Cilebut	-
63	Terminal Bojonggede – Pangkalan Bantar Kambing	-
11A	Terminal Ciampea – Padmol – Lapangan Tembak – Galuga – Terminal Leuwiliang	-
20	Pangkalan Ciawi – Pangkalan Cigombong	-
21	Pangkalan Caringin – Pangkalan Cihideung	-
36	Pangkalan Citayam – Pangkalan Kemang	-
39	Pangkalan Lambau – Kp Gudang – Jl Baru – Kandang Roda – Perum Tatya Asri – Pangkalan Ciluar	-
43	Pangkalan Citeureup – Tajur – Pangkalan Sukamakmur	78
48	Pangkalan Citeureup – Sanding – Bojong Nangka – Pangkalan Nagrak	27
67	Pangkalan Wanaherang – Kec Gunung Putri – Bojong Kedep – Parisindo – Pangkalan Citeureup	-
73	Pangkalan Citeureup – Tangkil – Muhara – Pangkalan Lulut	-
74	Pangkalan Citeureup – Muhara – Bantar Jati – Pangkalan Nambo	-

Sumber: DLLAJ Kabupaten Bogor 2010

**Lampiran 13 Tabel Rute Angkutan Kota Dalam Provinsi Kota dan
Kabupaten Bogor**

Kode Trayek	Jaringan Trayek	Rute Trayek	Kota	Kab	Jumlah
02	Cicurug - Sukasari	Sukasari – Jl.Siliwangi – Jl.Raya Tajur – Ciawi – Cicurug Pp	216	417	633
02.A	Cisarua - Sukasari	Sukasari – Jl.Siliwangi – Jl.Raya Tajur – Ciawi – Cisarua Pp.	165	534	699
02.B	Cibedug - Sukasari	Sukasari – Jl.Siliwangi – Jl.Raya Tajur – Ciawi – Cibedug Pp.	26	134	160
03	Ciapus - Ramayana	Ramayana – Jl.Otista – Lawang Saketeng – Jl.Lolongok – Pulo Empang – Ciapus Pp.	267	298	565
04.A	Cihideung - Ramayana	Ramayana – Jl.Otista Lawang Saketeng – Jl.Roda – Jl.Raya Pahlawan Jl.Batutulis – Cipaku – Cihideung Pp.	93	53	146
05.A	Ciomas - Merdeka	Terminal Merdeka – Jl.Veteran – Jl.Panaragan – Gunung Batu - - Ciomas Pp.	242	125	367
06	Parung - Merdeka	Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Semplak – Parung Pp	219	306	525
06.A	Bantar Kambing - Merdeka	Terminal Merdeka – Jl.Dr.Semeru – Semplak – Bantar Kambing Pp.	14	136	150
07	Bojonggede - Pasar Anyar	Pasar Anyar – Jl.Pengadilan – Jl.Sudirman – Jl.Pajagalan – Kebon Pedes – Bojonggede Pp.	120	90	210
08	Citeureup - Pasar Anyar	Pasar Anyar – Jl.Pengadilan – Jl.Sudirman – Jl.Pajagalan – Kedung Halang – Citeureup Pp	522	667	1,189

Sumber: Dishubkonmin Kota Bogor 2010

Lampiran 14 Tabel Jenis Ritel, Jumlah Ritel, dan Jumlah Jenis Fasilitas

No.	Pusat Perbelanjaan	Jenis Ritel	Jumlah Ritel	Jenis Fasilitas
1.	Botani Square	Supermarket	3	Eskalator
		Departemen Store	1	Toilet
		Toko Buku	1	Musholla
		Bioskop	1	Parkir
		Karoke	1	Petunjuk Arah
		Restaurant	28	Pedestrian
		Toko	185	Tempat duduk
		Food Court	18	Ruang ASI
		Tempat Bermain	1	
2.	Ekalokasari	Supermarket	1	Lift
		Departemen Store	1	eskalator
		Toko Buku	1	Toilet
		Biokop	1	Musholla
		Karoke	1	Parkir
		Toko	102	Ruang ASI
		Restaurant	4	Pedestrian
		Food Court	13	Petunjuk Arah
		Tempat Bermain	1	Tempat duduk

3.	Bogor Trend Mall	Supermarket	2	Parkir
		Departemen Store	1	Toilet
		Toko Buku	2	Musholla
		Biokop	1	Eskalator
		Karoke	1	Pedestrian
		Tempat Bermain	1	Tempat duduk
		Toko	840	Lift
		Restaurant	4	Petunjuk arah
		Food Court	24	
		Tempat Bermain	1	
4.	Pusat Grosir Bogor	Toko	340	Parkir
		Restaurant	1	Toilet
		Food court	10	Musholla
		Tempat bermain	1	Eskalator
				Ruang ASI
				Petunjuk Arah
5.	Taman Topi Square	Karoke	1	Toilet
		Toko	48	Eskalator
				parkir
6.	Plaza Jembatan Merah	Supermarket	1	Parkir
		Toko buku	1	Toilet
		Toko	9	Musholla
		Food court	8	Eskalator
		Tempat Bermain	1	

7.	Plaza Jambu Dua	Superstore	1	Parkir
		Departemen Store	1	Toilet
		Tempat bermain	1	Musholla
		Sarana Olah Raga	1	Eskalator
		Toko	478	Petunjuk arah
		Restaurant	6	
		Food court	1	
8.	Plaza Indah Bogor	Departemen Store	1	Parkir
		Supermarket	1	Toilet
		Toko buku	1	Musholla
		Toko	23	Eskalator
		Restourant	7	
		Tempat Bermain	1	
9.	Plaza Bogor Junction	Supermarket	1	Parkir
		Departemen Store	1	Toilet
		Toko	8	Musholla
		Restourant	2	Eskalator
		Food court	24	
10.	Plaza Bogor	Supermarket	1	Parkir
		Departemen Store	2	Toilet
		Tempat Bermain	1	Musholla
		Sarana Olah Raga	3	Eskalator
		Toko	310	
		Food court	5	
11.	Matahari Taman Topi	Departemen Store	1	Parkir
		Supermarket	1	Toilet Eskalator

12.	Plaza Dewi Sartika	Departemen store	1	Parkir
		Superstore	1	Toilet
		Toko	98	Musholla
				Eskalator
13.	Giant Yasmin	Superstore	1	Parkir
		toko	16	Toilet
		Restaurant	2	Musholla
		Food Court	7	Eskalator
		Tempat Bermain	1	lift Petunjuk arah
14.	Plasa Ada	Supermarket	1	Parkir
		Departemen store	1	Toilet
		Tempat Bermain	1	Musholla
				Eskalator
15.	Giant Pajajaran	Supermarket	1	Parkir
		Restoran	1	Eskalator
		Toko	5	Toilet
		Food Court	4	
16	Bellanova	Supermarket	1	Parkir
		Bioskop	1	Toilet
		Toko	87	Musholla
		Restaurant	7	Eskalator
		Tampat bermain	1	Tempat duduk
		Food court	16	Petunjuk arah
		Sarana Olah Raga	1	

17.	ITC Cibinong	Supermarket	1	Parkir
		Toko buku	1	Toilet
		Toko	266	Musholla
		Restoran	3	eskalator
		Food Court	10	
18.	Cibinong Square	Supermarket	2	Parkir
		Toko	20	Toilet
		Restoran	1	Musholla
		Food Court	3	Eskalator lift
19.	Ramayana Cibinong	Supermarket	1	Parkir
		Departemen Store	1	Toilet
		Tempat Bermain	1	eskalator musholla
20.	Ramayanan Citeureup	Supermarket	1	Parkir
		Departemen Store	1	Toilet
		Tempat Bermain	1	Eskalator
21.	Carrefour Cibinong	Supermarket	1	Parkir
		Toko	4	Tempat duduk
		Restoran	1	Toilet
		Food Court	7	Musholla

Sumber: Observasi Lapang ke Pusat Perbelanjaan, Maret dan April 2011

**Lampiran 15 Analisis Hirarki Pusat Perbelanjaan berdasarkan Metode
Crosstab**

Jenis Pusat Perbelanjaan	Sarana Hiburan	Ada	Tidak Ada
	Bioskop		
Regional		-	1
Distrik		2	3
Lokal		4	5

Sumber: Pengolahan data 2011

Lampiran 16 Perbandingan Jumlah Penduduk di DKI Jakarta dan Bogor

Kotamadya	Jumlah Penduduk (dalam 1000 jiwa)					
	SP 1961	SP 1971	SP 1980	SP 1990	SP 2000	SP 2010
Jakarta Pusat	1,002.10	1,260.30	1,236.90	1,074.80	948.2	898.9
Jakarta Utara	469.8	612.4	976.4	1,362.90	1,697.00	1,645.30
Jakarta Barat	469.5	820.8	1,231.20	1,815.30	2,389.90	2,278.80
Jakarta Selatan	466.4	1,050.90	1,579.80	1,905.00	2,090.30	2,057.10
Jakarta Timur	498.7	802.1	1,456.70	2,064.50	2,595.00	2,687.00
DKI Jakarta	2,906.50	4,546.50	6,481.00	8,222.50	9,720.40	9,567.10
Bogor	1,257.80	1,597.20	2,493.90	3,736.20	5,423.30	5,712.20

Sumber: BPS Hasil Sensus Penduduk

Lampiran 17 Kuisisioner

KUISISIONER

Nama :

Umur : Jenis Kelamin :

Alamat (Lengkap) :

Desa:..... Kecamatan:

No. Telephone :

Berikut ini daftar Pusat Perbelanjaan di Bogor, Pusat perbelanjaan manakah yang Anda kunjungi selama 4 bulan terakhir (isilah jawaban pertanyaan 1 s/d 6 ke dalam tabel pada masing-masing pusat perbelanjaan tersebut)

Contoh :

Pusat Perbelanjaan	Jawaban					
	1	2	3	4	5	6
PP	B	-	B	A,B,D	B1	D
Hypermarket	A	B	-	A	A1,A2,A3	A

Saya berkunjung ke **PP** dan **Hypermarket** selama **4 bulan terakhir**. Saya memiliki jadwal **rutin** ke Hypermarket yaitu **mingguan** dengan tujuan **berbelanja** untuk **keperluan rutin**. Motif utama saya **Jaraknya** yang dekat dengan rumah. Sementara saya **tidak memiliki jadwal rutin** ke PP. Dalam 4 bulan terakhir saya telah berkunjung **2 kali** dengan tujuan **berbelanja** keperluan **fashion (baju), mencari hiburan, dan jalan-jalan**. Motif utama saya berkunjung karena **kelengkapan barang/jasa yang ditawarkan**.

Pusat Perbelanjaan	Jawaban					
	1	2	3	4	5	6
Botani Square						
Ekalokasari						
Bogor Trade Mall						
Pusat Grosir Bogor						
Taman Topi Square						
Plaza Jembatan Merah						
Plaza Jambu Dua						
Plaza Indah Bogor						
Plaza Bogor Junction						
Plaza Bogor						
Matahari Taman Topi						

Universitas Indonesia

Plaza Dewi Sartika						
Giant Yasmin						
Plaza Ada						
Giant Pajajaran						
Bellanova						
ITC Cibinong						
Cibinong Square						
Ramayana Cibinong						
Ramayana Citeureup						
Carrefour Cibinong						

(ket: isilah tabel hanya pada pusat perbelanjaan yang dalam 4 bulan terakhir Anda kunjungi)

1. Apakah anda memiliki jadwal rutin
 - a. Ya b. Tidak

(bila ya lanjut ke nomer 2 dan bila tidak langsung ke nomer 3)
2. Bila ya, Bagaimana frekuensi kunjungan anda
 - a. Harian b. Mingguan c. 2minguan d. Bulanan e. Lainnya:.....
3. Bila tidak, Berapa kali dalam 4 bulan terakhir anda mengunjungi Pusat Perbelanjaan tersebut
 - a. Sekali b. 2 kali c. 3 kali d. 4 kali e. Lainnya:.....
4. Apakah tujuan mengunjungi pusat perbelanjaan (jawaban boleh lebih dari satu)
 - a. Berbelanja
 - b. Mencari hiburan (karoke, nonton, main games, dll)
 - c. Rapat/Berbisnis
 - d. Jalan-jalan
 - e. Lainnya.....
5. Jika Anda berbelanja, apa yang Anda beli (Jika tidak berbelanja, langsung ke pertanyaan nomer 6)(Jawaban boleh lebih dari satu)
 - a. Kebutuhan rutin
 - a.1 bahan makanan dan memasak (sayur, minyak, beras, lauk, fast food, dll)

- a.2 Buah
- a.3 Kebutuhan sehari-hari (sabun, shampoo, dll)
- a.4 lainnya.....
- b. Kebutuhan Tidak Rutin
 - b.1 Fashion (baju, tas, sepatu, aksesoris, dll)
 - b.2 elektronik (hp, tv, ac, radio, dll)
 - b.3 furniture (meja, kursi/sofa, lemari, dll)
 - b.4 lainnya.....
- 6. Alasan utama Anda mengunjungi pusat perbelanjaan tersebut
 - a. Jarak
 - b. Harga dan Kualitas barang
 - c. Keberadaan Fasilitas Pendukung
 - d. Kelengkapan Barang/jasa yang ditawarkan
 - e. Keberadaan sarana hiburan dan olah raga
 - f. Lainnya

Lampiran 18 Tabel Identitas Responden

Kecamatan	Nama	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin
Bogor Utara	Amanda Aurora	21	P
	Yani Oktaviani	21	P
	Arisa Mazidah	22	P
	Hermansyah	25	L
	Heraldly Risva	19	L
Bogor Selatan	Dini Risya P	22	P
	Febbyan V. D. Ngarzens	29	L
	Fia Dwi Adjeng Kartika	27	P
	Anna Nurhayati	21	P
	Luthfi Setyono	21	L
Bogor Timur	Erlindawati	21	P
	Anisa Rahmi Utami	20	P
	Andi	23	L
	Edna Dwi	21	P
	Sri Handayani	21	P
Bogor Barat	Nurhayati	23	P
	Eka Melia Sari	21	P
	Ikhsan	39	L
	Anita E Herwanda	21	P
	Fika	24	P
Bogor Tengah	Marasathi Indah	24	P
	Mulyana Rahmat	47	L
	Wardah Nazripah	20	P
	Mohammad Padli	21	L
	Chandra Sanjaya	26	P
Tanah Sereal	Intan Dwi Rizki	22	P
	Melly	23	P
	Fitrah	21	L
	N. Widi		
	Kusumaningtyas	21	P
	Sena Dwi Andika	26	L
Cibinong	Nurul Hasmi	22	P
	Fahrizal Hamdani	25	L
	Sri Hartati	37	P
	Agus	30	L
	Astriyani	22	P
Citeureup	Anindita Puspita	22	P
	Nelly Arimbi	20	P
	Istani Wulandari	30	P

	Indrawan	21	L
	Rida Handayani	22	P
Ciomas	Sad Hasto Agus S	42	L
	Roy	21	L
	Nia	37	P
	Carla T	21	P
	Ghazi Ahmad	21	L
	Bojong Gede	Jinan Toyib	32
Khulifa Adizia		22	P
Efriyanto		42	L
Winda Juwita		22	P
Diane Hertziane		18	P
Sukaraja	Hamdan F	21	L
	Yulistin	19	P
	Merlindyanthi	22	P
	Chira Chumaira	22	P
	Aldi Tiandi	22	L
Babakan Madang	Leni Suprihatini	23	P
	Olan Simorangkir	51	P
	Taufik Anshori	21	L
	Frisman Armando	22	L
	Ernawati	24	P
Caringin	Rani Afrianti	22	P
	Sartika R	22	P
	Ari	32	L
	Hendro	18	L
	Hanna Sutsuga	22	P
Ciampea	Jerikho E. Situmeang	21	L
	Triana Sapta Widayani	39	P
	Inne Hertanti	21	P
	Reyland Herdy	22	L
	Giga Gandani	23	L
Ciawi	M. Arifyandi	21	L
	Lita F	21	P
	Rudi Mulana	41	L
	Nur Sahlah	22	P
	Nadia Putri Utami	19	P
Cijeruk	Suryano	35	L
	Rosida R	27	P
	Doni	24	L
	Maysaroh	45	P

Universitas Indonesia

	Ines	39	P
Dramaga	Shella Kristy	21	P
	Febriyanti Limbang	21	P
	Gilang R	22	L
	Sri Rahayu	22	P
	Vincentia	20	P
Kemang	Mia Yulisti	32	P
	Tika	21	P
	Hasan Basri	54	L
	Rita	45	P
	Yana	55	P
Megamendung	Usman	27	L
	Asep Syarifuddin	40	L
	Egha Octaviani	18	P
	M. Robi Arif	16	L
	Lala Arma	21	P
Rancabungur	Lindawati	42	P
	Hendrian Bambang	21	L
	Ata Rahmawati	50	P
	Dion	18	L
	Marta	34	P
Tajurhalang	Ikhwal	22	L
	Budiarto	46	L
	Wesmo	45	L
	Alimin	41	P
	Ratna	54	P
Tamansari	Mul	55	L
	Maman	30	L
	Meti Lestari	38	P
	Rita	43	P
	Neneng Sulistri	25	P
Tenjolaya	Umay	24	L
	Julima Ayu	32	P
	Ali	23	L
	Sukristiyatun	40	P
	Agus M	28	L

Sumber: Data Primer

Lampiran 19 Tabel Jumlah dan Frekuensi Pergerakan Responden di Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Pusat Perbelanjaan	Jumlah (Jiwa)	Frekuensi		
			< 1/bln (Jiwa)	1/bln (Jiwa)	> 1/bln (Jiwa)
1	Plaza Jambu Dua	31	27	1	3
2	Botani Square	68	48	10	11
	Ekalokasari	58	44	5	9
	Bogor Trade Mall	50	37	4	6
3	Plaza Indah Bogor	13	7	1	5
	Plaza Bogor Junction	13	12	1	0
	Plaza Bogor	20	15	3	2
	Plaza Dewi Sartika	5	4	0	0
4	Bellanova	18	14	2	2
5	Matahari Taman Topi	11	10	1	0
	Pusat Grosir Bogor	10	9	1	0
	Taman Topi Square	5	5	0	0
	Plaza Jembatan Merah	9	9	0	0
	Giant Yasmin	25	10	5	10
	Plaza Ada	9	6	2	1
	Giant Pajajaran	6	2	3	1
	ITC Cibinong	9	6	0	3
	Cibinong Square	5	5	0	0
	Ramayana Cibinong	6	5	0	1
	Ramayana Citeureup	2	1	0	1
	Carrefour Cibinong	8	8	0	0

Sumber: Data Primer

Lampiran 20 Tabel Total dan Rata-rata Pengunjung Berdasarkan Hirarki Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Total (Jiwa)	Rata-rata (jiwa/pusat perbelanjaan)
1	31	31
2	176	57
3	50	13
4	18	18
5	105	9

Sumber: Data Primer



Lampiran 21 Tabel Tujuan Pergerakan Responden di Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Pusat Perbelanjaan	Tujuan Kunjungan				
		Berbelanja (jiwa)	Mencari Hiburan (jiwa)	Rapat/berbisnis (jiwa)	Jalan-jalan (jiwa)	Lainnya (jiwa)
1	Plaza Jambu Dua	30	3	0	11	1
2	Botani Square	33	47	3	39	0
	Ekalokasari	23	30	0	43	0
	Bogor Trade Mall	33	15	0	32	0
3	Plaza Indah Bogor	10	1	0	5	1
	Plaza Bogor Junction	8	2	1	8	0
	Plaza Bogor	20	3	0	3	0
	Plaza Dewi Sartika	5	0	0	0	0
4	Bellanova	9	12	0	7	0
5	Matahari Taman Topi	9	2	0	3	0
	Pusat Grosir Bogor	6	2	0	3	0
	Taman Topi Square	1	3	0	5	0
	Plaza Jembatan Merah	6	1	0	3	0
	Giant Yasmin	23	5	0	3	0
	Plaza Ada	7	1	0	4	0
	Giant Pajajaran	5	1	0	2	0
	ITC Cibinong	8	5	0	4	0
	Cibinong Square	5	1	0	1	0
	Ramayana Cibinong	5	2	0	3	0
	Ramayana Citeureup	2	1	0	2	0
	Carrefour Cibinong	7	4	0	2	0

Sumber: Data Primer

Lampiran 22 Tabel Karakteristik Berbelanjaan Responden di Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Pengbelanjaan	Pusat Perbelanjaan	Kebutuhan	
		Rutin (jiwa)	Tidak Rutin (jiwa)
1	Plaza Jambu Dua	4	28
2	Botani Square	31	35
	Ekalokasari	6	27
	Bogor Trade Mall	5	29
3	Plaza Indah Bogor	8	4
	Plaza Bogor Junction	5	4
	Plaza Bogor	7	15
	Plaza Dewi Sartika	1	4
4	Bellanova	7	4
5	Matahari Taman Topi	1	8
	Pusat Grosir Bogor	0	6
	Taman Topi Square	0	3
	Plaza Jembatan Merah	1	5
	Giant Yasmin	22	3
	Plaza Ada	7	0
	Giant Pajajaran	5	0
	ITC Cibinong	3	4
	Cibinong Square	5	0
	Ramayana Cibinong	3	3
	Ramayana Citeureup	2	1
	Carrefoure Cibinong	6	1

Sumber: Data Primer

Lampiran 23 Tabel Alasan Utama Pergerakan Responden di Pusat Perbelanjaan

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Pusat Perbelanjaan	Jarak (jiwa)	Harga/kualitas barang (jiwa)	Fasilitas Pendukung (jiwa)	Kelengkapan Barang/jasa (jiwa)	Keberadaan sarana hiburan dan olah raga (jiwa)	Lainnya (jiwa)
1	Plaza Jambu Dua	2	13	2	13	0	1
2	Botani Square	5	8	13	23	18	1
	Ekalokasari	5	13	6	16	16	2
	Bogor Trade Mall	9	12	3	20	6	0
3	Plaza Indah Bogor	8	2	2	0	0	1
	Plaza Bogor Junction	4	2	0	3	0	4
	Plaza Bogor	5	12	0	1	0	2
	Plaza Dewi Sartika	1	4	0	0	0	0
4	Bellanova	10	0	2	1	3	2
5	Matahari Taman Topi	5	4	1	0	0	1
	Pusat Grosir Bogor	2	2	3	0	2	1
	Taman Topi Square	3	0	0	0	1	1
	Plaza Jembatan Merah	5	1	1	0	1	1
	Giant Yasmin	12	3	0	8	1	1
	Plaza Ada	5	1	0	2	0	1
	Giant Pajajaran	3	2	0	1	0	0
	ITC Cibinong	5	2	0	1	1	0
	Cibinong Square	4	0	0	1	0	0
	Ramayana Cibinong	5	0	0	0	1	0
Ramayana Citeureup	2	0	0	0	0	0	
Carrefour Cibinong	5	1	0	1	1	0	

Sumber: Data Primer

Lampiran 24 Tabel Jumlah Pergerakan Responden berdasarkan Jaraknya

Hirarki Pusat Perbelanjaan	Pusat Perbelanjaan	< 5 km (jiwa)	5 - 10 km (jiwa)	> 10 km (jiwa)
1	Plaza Jambu Dua	8	13	10
2	Botani Square	17	19	30
	Ekalokasari	15	15	28
	Bogor Trade Mall	12	25	13
3	Plaza Indah Bogor	3	7	3
	Plaza Bogor Junction	6	4	3
	Plaza Bogor	5	12	3
	Plaza Dewi Sartika	1	2	1
4	Bellanova	7	6	5
5	Matahari Taman Topi	2	4	5
	Pusat Grosir Bogor	2	6	2
	Taman Topi Square	1	4	0
	Plaza Jembatan Merah	2	7	0
	Giant Yasmin	13	12	0
	Plaza Ada	1	6	2
	Giant Pajajaran	2	1	3
	ITC Cibinong	5	3	0
	Cibinong Square	4	1	0
	Ramayana Cibinong	5	1	0
	Ramayana Citeureup	2	0	0
	Carrefoure Cibinong	6	1	0

Sumber: Data Primer

Lampiran 25 Tabel Proporsi Pengunjung Pada Pusat Perbelanjaan

No	Pusat Perbelanjaan	Hirarki Pusat Perbelanjaan	Jumlah Pengunjung (jiwa)	Proporsi Pengunjung (%)
1	Botani Square	2	68	59.13
2	Ekalokasari	2	58	50.43
3	Bogor Trade Mall	2	50	43.48
4	Plaza Jambu Dua	1	31	26.96
5	Giant Yasmin	5	25	21.74
6	Plaza Bogor	3	20	17.39
7	Bellanova	4	18	15.65
8	Plaza Indah Bogor	3	13	11.3
9	Plaza Bogor Junction	3	13	11.3
10	Matahari Taman Topi	5	11	9.57
11	Pusat Grosir Bogor	5	10	8.7
12	Plaza Jembatan Merah	5	9	7.83
13	Plaza Ada	5	9	7.83
14	ITC Cibinong	5	9	7.83
15	Carrefoure Cibinong	5	8	6.96
16	Ramayana Cibinong	5	6	5.22
17	Giant Pajajaran	5	6	5.22
18	Plaza Dewi Sartika	3	5	4.35
19	Cibinong Square	5	5	4.35
20	Taman Topi Square	5	5	4.35
21	Ramayana Citeureup	5	2	1.74

Sumber: Pengolahan Data 2011 (ket: total = 115 responden)

Lampiran 26 Tabel Prosentase Pengunjung yang Berbelanja dan Prosentase Pengunjung yang Tidak Berbelanja Pada Pusat Pebelanjaan

No	Pusat Perbelanjaan	Hirarki Pusat Perbelanjaan	Jumlah Pengunjung (jiwa)	Prosentase Pengunjung yang Berbelanja (%)	Prosentase Pengunjung yang Tidak Berbelanja (%)
1	Botani Square	2	68	48.53	51.47
2	Ekalokasari	2	58	39.66	60.34
3	Bogor Trade Mall	2	50	66	34
4	Plaza Jambu Dua	1	31	96.77	3.23
5	Giant Yasmin	5	25	92	8
6	Plaza Bogor	3	20	100	0
7	Bellanova	4	18	50	50
8	Plaza Indah Bogor	3	13	76.92	23.08
9	Plaza Bogor Junction	3	13	61.54	38.49
10	Matahari Taman Topi	5	11	81.81	18.19
11	Pusat Grosir Bogor	5	10	60	40
12	Plaza Jembatan Merah	5	9	66.67	33.33
13	Plaza Ada	5	9	77.78	22.22
14	ITC Cibinong	5	9	88.89	11.11
15	Carrefour Cibinong	5	8	87.5	2.5
16	Ramayana Cibinong	5	6	83.33	16.62
17	Giant Pajajaran	5	6	83.33	16.62
18	Plaza Dewi Sartika	3	5	100	0
19	Cibinong Square	5	5	100	0
20	Taman Topi Square	5	5	20	80
21	Ramayana Citeureup	5	2	100	0

Sumber: Pengolahan Data 2011