

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Program dan Kegiatan Pemanfaatan Aset (terminal)

Untuk menunjang kelancaran mobilitas orang maupun arus barang dan untuk terlaksananya keterpaduan intra dan antarmoda secara lancar dan tertib, di tempat-tempat tertentu dapat dibangun dan diselenggarakan terminal. Pada hakikatnya terminal merupakan simpul dalam sistem jaringan perangkutan jalan yang terdiri atas (1) terminal penumpang dan (2) terminal barang.

Sesuai dengan fungsinya, dalam pembangunan sebuah terminal perlu dipertimbangkan antara lain: lokasi, tata ruang, kapasitas, kepadatan lalu lintas, dan keterpaduan dengan moda angkutan lainnya. Terminal juga menjadi tempat pengaturan kedatangan dan keberangkatan kendaraan umum. Dengan demikian, terminal menjadi komponen penting dalam sistem perangkutan, dan sering merupakan prasarana yang memerlukan biaya besar. Selain itu, terminal juga berfungsi sebagai tempat perbelanjaan, sebagai kegiatan usaha penunjang (Warpani, 2002).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meringankan beban pembiayaan pemerintah pada pembangunan infrastruktur adalah pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh swasta. Agar pelaksanaannya efektif hal pertama yang harus disepakati adalah menetapkan kawasan/area tertentu yang menjadi prioritas pengembangan. Pengembangan sebuah kawasan/area harus dilakukan secara komprehensif sehingga program dan kegiatan menjadi efektif (Hadi, A. 2005).

Sebaiknya sebuah kawasan / area memperoleh prioritas karena keunggulannya atau keunikannya dibanding kawasan / area lainnya. Upaya yang harus dilakukan oleh pemerintah adalah agar swasta dan masyarakat yang akan melaksanakan pembangunan fisik dan kegiatan non-fisik di kawasan / area tersebut memiliki persepsi yang sama atas keunggulan / keunikan kawasan / area tersebut. Selain keunggulan / keunikan lokasinya.

prioritas diberikan karena berbagai hal yang membedakannya dari kawasan / area lainnya (Hermawan kertajaya dalam Hadi, A, 2005).

Namun demikian kebijakan yang berkaitan dengan program dan kegiatan investasi harus dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan resiko yang mungkin timbul di masa mendatang. Investasi infrastruktur yang kurang cermat dan tidak dilengkapi dengan kebijakan lebih lanjut, hanya akan melambungkan harga tanah dan pada gilirannya meningkatkan harga jual properti sehingga kurang kondusif sebagai pemicu bisnis di lokasi tersebut (Hadi, A, 2005).

3.2 Potensi Manfaat Asset

Kata “aset” dalam kamus Bahasa Indonesia (1990) diartikan sebagai *modal* atau *kekayaan*. Demikian juga dalam kamus Bahasa Inggris – Indonesia (1991) kata “asset” diterjemahkan sebagai *modal, milik* dan *sifat yang bernilai* sedangkan kata “assets” diartikan sebagai *aktiva*.

Secara umum, aset diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai nilai. Jadi, aset adalah sesuatu yang bernilai. “Sesuatu” apapun namanya dan bagaimanapun bentuknya, baik yang sifatnya nyata (*tangible*) ataupun yang sifatnya tidak nyata (*intangible*) yang merefleksikan nilai dapat dikelompokkan sebagai aset. Nilai adalah bentuk penghargaan atau derajat penghargaan atas suatu aset karena adanya *kegunaan atau kemanfaatan yang dapat ditarik dari aset tersebut oleh siapapun yang menggunakan atau mememanfaatkannya*. Jadi, yang diukur dari suatu aset dikaitkan dengan keberadaannya, fungsinya, dan manfaatnya sebagai sesuatu yang *memfasilitasi kegiatan dan atau menghasilkan* (Barata, 1995).

Konsep **potensi manfaat** berkaitan dengan sifat dasar suatu asset – asset ada atau diperoleh untuk mendukung suatu pelayanan. Istilah **potensi** dipakai karena asset itu sendiri tidak memberikan pelayanan-aset hanya berkontribusi pada penyediaan pelayanan. Selain itu, kapasitas asset untuk mendukung penyediaan pelayanan mungkin tidak sepenuhnya digunakan.

Potensi manfaat merupakan sebuah ukuran kemampuan dari suatu asset untuk memenuhi peranannya dalam penyediaan pelayanan.¹

Kerangka Konseptual Akuntansi Pemerintah pun, khususnya paragraph 61, menyinggung tentang potensi manfaat dari suatu asset, yaitu sebagai berikut:

Manfaat ekonomi masa depan yang terwujud dalam asset adalah potensi asset tersebut untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, bagi kegiatan operasional pemerintah, berupa aliran pendapatan atau penghematan belanja bagi pemerintah.²

3.3 Kerangka Manajemen Aset

Setelah mendefinisikan asset, penting untuk melihatnya dalam perspektif yang tepat dalam suatu organisasi. Aset-aset seharusnya hanya ada untuk mendukung penyediaan pelayanan / jasa. Titik permulaan yang utama untuk memastikan hal tersebut adalah menyusun hubungan antara penyediaan pelayanan dan asset. Tujuan organisasi diterjemahkan ke dalam tujuan program, strategi penyediaan pelayanan, keluaran (outputs) dan hasil (outcomes). Aset-aset yang dipegang oleh suatu departemen merupakan satu masukan (input) bagi penyediaan pelayanan.

Strategi manajemen asset bukanlah merupakan suatu penjumlahan sederhana dari rencana-rencana individual yang dibuat untuk masing-masing fase dari siklus hidup asset. Strategi manajemen asset ini harus konsisten dengan tujuan organisasi dan terintegrasi dengan strategi manajemen lainnya.

Keputusan manajemen asset hendaknya tidak dibuat secara terpisah, melainkan harus sebagai bagian dari kerangka keseluruhan dari pembuatan keputusan dalam suatu organisasi. Hal ini mensyaratkan organisasi untuk mengkonversi / mengubah strategi penyediaan pelayanan ke dalam strategi asset yang spesifik. Hal ini memberikan kesempatan untuk mengidentifikasi metode peningkatan kinerja asset, untuk menata asset-

¹ Barata, Atep Adya. Teori, Konsep dan Implementasi Manajemen Aset, Socia Dana – IBTA Jakarta, 1995

² Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintah, *op.cit.*, paragraph 61

aset yang digunakan dan mencari solusi yang tidak memerlukan kepemilikan aset.

Keutamaan dari kerangka manajemen aset adalah:

- Manajemen aset dipicu/didorong oleh pelayanan atau output;
- Manajemen aset memakai pendekatan yang terstruktur dan sistematis;
- Manajemen aset didasarkan pada konsep “*whole-of-life*”.³

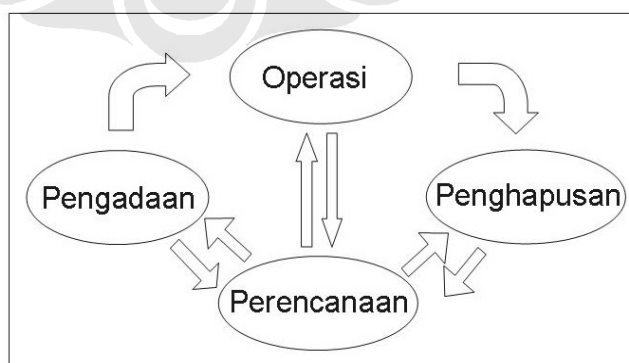
3.4 Siklus Hidup Aset

Siklus hidup fisik dari suatu aset atau kelompok aset memiliki tiga fase yang berbeda – pengadaan (*acquisition*), operasi, dan penghapusan (*disposal*). Kemudian ditambahkan fase keempat – perencanaan – yang merupakan proses lanjutan dimana *output* informasi dari setiap fase digunakan sebagai *input* untuk perencanaan.

Fakta bahwa aset memiliki siklus – hidup membedakannya dari input sumber daya lainnya. Secara khusus, tanggungjawab untuk keputusan pengadaan (dan biaya) dalam suatu organisasi, berbeda dengan tanggungjawab untuk operasi dan pemeliharaan aset; dan kedua tanggungjawab tadi berbeda dengan tanggungjawab untuk penghapusan. Masalah mungkin dapat tinggal dari pemisahan tanggungjawab manajemen selama masa siklus-hidup aset.

Gambar di bawah ini menunjukkan siklus-hidup aset

Gambar.3.1 Siklus Hidup Aset



Sumber : *Australian National Audit Office, Asset Management Handbook, dalam Barata, A. A. 1995*

³ Ibid Barata, AA. 1995

Memahami fase-fase dari siklus-hidup asset dan biaya-biaya yang menyertainya merupakan langkah penting pertama dalam mengelola asset atas dasar konsep *whole-of-life*. Biaya siklus-hidup (*life-cycle costing*) merupakan komponen penting dari perencanaan asset.

Penggunaan teknik biaya siklus hidup mengarahkan pada evaluasi penuh terhadap biaya total dari pemilikan dan pemeliharaan sebelum dilakukan pengadaan. Hal ini menimbulkan peluang untuk menentukan solusi pemberian pelayanan yang efektif biaya (hal ini bisa saja berupa solusi non-aset).

Ketika mengidentifikasi kebutuhan sumber daya, organisasi harus mempertimbangkan **solusi-solusi non-aset**. Berikut ini adalah solusi-solusi yang akan mengeliminasi, mengurangi, atau membatasi kebutuhan organisasi untuk memiliki asset baru (Barata, 1995), antara lain:

- Desain ulang terhadap pelayanan;
- Meningkatkan penggunaan atas asset-aset yang ada (*existing asset*)
- Menggunakan/melibatkan sector privat.

Dengan mengidentifikasikan pelayanan yang akan diberikan, dan setelah mempertimbangkan solusi-solusi non-aset, maka pelayanan-pelayanan yang memerlukan dukungan asset dalam hal ini **terminal penumpang dapat dikembangkan sebagai pusat niaga yang di kerjasamakan dengan pihak swasta**. Selain itu, dalam menganalisis solusi-solusi non-aset organisasi harus mempertimbangkan durasi organisasi dan antisipasi perkembangan organisasi di masa depan.

3.5 Optimalisasi Aset

Berbagai program telah, sedang dan akan dijalankan oleh pemerintah untuk mewujudkan reformasi struktural di bidang ekonomi maupun di bidang politik. Tanpa disadari instansi pemerintah baik pusat maupun pemerintah daerah memiliki aktiva tetap yang besar, beragam dan tersebar hampir di seluruh kota di Indonesia. Dalam kenyataannya aktiva tetap yang dimiliki

tersebut masih banyak yang belum optimal pemanfaatannya, bahkan sebagian belum dilakukan inventarisasi yang benar sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Untuk itu restrukturisasi aset di lingkungan instansi pemerintah termasuk pemerintah daerah sangat perlu dilaksanakan. Dengan restrukturisasi aset diharapkan terciptanya optimalisasi pemanfaatan aktiva tetap serta terciptanya tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi dalam pengelolaan aktiva tetap.

Aset yang dimiliki berupa tanah dan bangunan dengan jumlah sangat besar tersebar dan tidak sedikit yang berada di lokasi-lokasi strategis pada pusat kota, seperti aset kelompok perhubungan, kelompok perdagangan dan pergudangan, pariwisata, telekomunikasi, energi dan lainnya. Dapat kita lihat dengan jelas banyak sekali aset berupa tanah dan bangunan yang dimiliki tidak optimal pemanfaatannya ekonominya. Secara umum tujuan optimalisasi aset dimaksudkan untuk :

- Mengidentifikasi dan inventarisasi semua aset yang meliputi bentuk, ukuran, fisik, legal, sekaligus mengetahui nilai pasar atas masing-masing aset tersebut yang mencerminkan manfaat ekonomisnya.
- Mengoptimalkan pemanfaatan aset, apakah aset tersebut telah sesuai dengan peruntukannya atau tidak.
- Terciptanya suatu sistem informasi dan administrasi sehingga terciptanya efisiensi dan efektifitas dalam pengelolaan aset.

Privatisasi dalam rangka optimalisasi pengelolaan aset pemerintah untuk meraih keuntungan maksimum, merupakan langkah yang sangat strategis untuk keluar dari krisis ekonomi yang berkepanjangan (Siregar,2004).

3.6 Manajemen Pusat Perbelanjaan

Tujuan manajemen pusat perbelanjaan adalah untuk menarik pengunjung, mendorong mereka berbelanja, dan membuat mereka ingin kembali. Pertama, pusat perbelanjaan terlindung dari ancaman gangguan dan pengalih perhatian dari dunia luar. Bagian dalam pusat perbelanjaan seolah

tidak terpengaruh oleh waktu. Waktu seolah berhenti di dalam ruang pusat perbelanjaan yang selalu bersih mengkilat dan tampaknya tidak pernah menunjukkan tanda-tanda keusangan.

Kedua, pusat perbelanjaan merupakan bangunan tertutup. Waktu dapat dinetralisir di dalam bangunan tertutup tanpa jendela yang meredam cahaya, suara, dan cuaca dari dunia luar. Faktor tersebut menciptakan suasana yang memungkinkan pembeli berkonsentrasi. Tujuan pusat perbelanjaan adalah untuk menjauhkan pengunjung dari dunia nyata, serta menyediakan tempat yang aman, nyaman, bersih, teratur, dan menyenangkan untuk berbelanja. Pusat perbelanjaan menciptakan dunia terpisah yang istimewa serta memiliki peraturan dan realitas tersendiri.

Variabel berikut ini menentukan tingkat keberhasilan sebuah pusat perbelanjaan (Cassazza dan Spink, 1985; Landon, 1989; Muhlebach dan Alexander, 1989; Sternlieb dan Hughes, 1981):

1) Lokasi.

lokasi mencerminkan fungsi kemudahan akses dan kedekatan jarak dengan sarana dan fasilitas. Wilayah populasi tangkapan (*catchment area*) dari sebuah pusat perbelanjaan adalah berbagai jenis kawasan properti yang diharapkan akan menjadi sumber arus pengunjung yang mengunjungi pusat perbelanjaan tersebut.

2) Visibilitas.

Idealnya, pusat perbelanjaan harus tampak jelas dari arus lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki, karena keputusan pengunjung cenderung dibuat berdasarkan impuls. Reklame pusat perbelanjaan dan para penyewa sangat penting sebagai petunjuk visual bagi pengunjung. Pusat perbelanjaan harus ditandai dengan jelas, dan dapat dilihat tanpa halangan, terutama oleh para pengemudi kendaraan bermotor menuju pusat perbelanjaan tersebut.

3) Kemudahan akses.

Pusat perbelanjaan yang terhubung dengan jalan raya utama akan memperoleh manfaat dari tingginya volume arus lalu lintas sekitar.

Meskipun demikian, mereka juga harus menghadapi masalah kemungkinan terjadinya kemacetan arus lalu lintas yang memasuki dan meninggalkan pusat perbelanjaan.

4) Luas.

Luas sebuah pusat perbelanjaan biasanya merujuk pada luas kotor seluruh area lantai (gross/Zoorarea). Luas kotor adalah jumlah total dari seluruh area lantai yang dibangun di dalam bangunan. Luas kotor merupakan fungsi kombinasi dari luas lahan dan rasio plot yang ditetapkan atas lahan tersebut oleh otoritas perencanaan bangunan retail, dapat di lihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Kelompok Karakteristik retail

Keterangan	Convenience Store	Supermarket	Supercentre	Warehouse Store	Hypermarket
Luas Area Penjualan	< 350 m ²	1.500 – 3.000 m ²	3.000 – 10.000 m ²	> 13.000 m ²	> 18.000 m ²
Jumlah Barang	3.000 – 4.000	8.000 – 12.000	12.000 – 20.000	5.000 – 8.000	> 25.000
Penekanan Utama	Kebutuhan sehari-hari	Makanan hanya 5% dari barang dagangan	One stop shopping, barang dagangan 20 – 25% penjualan	Harga rendah, 60% non makanan dan 40% makanan	One stop shopping, 40% penjualan dari item non makanan
Margin kotor	25 – 30%	18 – 22%	15 – 18%	10 – 11%	12 – 15%

Sumber: Levy dan Weitz, Retail Management, 2004 (dalam Utami, CW. 2006)

5) Perencanaan dan desain ruang.

Dengan luas kotor area lantai yang telah ditetapkan, yang menerangkan **ketinggian bangunan** sesuai dengan yang direncanakan, atau melalui sejumlah gambar sketsa perspektif.(Gary Hack dalam Catanese. AJ & Syder. JC, 1988) manajemen pusat perbelanjaan harus merencanakan penggunaan ruangan yang akan mengoptimalkan imbal hasil investasi, serta memenuhi kebutuhan operasional penyewa mereka. Manajemen harus memanfaatkan sepenuhnya luas kotor area lantai yang telah ditetapkan, untuk memenuhi kebutuhan ruang penyewa utama, toko spesialis, serta konter makanan dan minuman.

6) Penyewa utama.

"Penyewa utama (anchor tenant)" biasanya merupakan satu usaha ritel besar dan kuat dengan nama terkenal yang memiliki keahlian memadai

dan menawarkan beraneka ragam produk sehingga mampu menarik pembeli dalam jumlah besar ke lokasi usaha mereka.

7) Keseimbangan penyewa.

Rencana bauran jenis usaha dari suatu pusat perbelanjaan menetapkan jenis usaha ritel yang dimasukkan oleh manajemen ke dalam properti kelolaan mereka, serta menentukan bagaimana berbagai jenis usaha ritel yang berbeda harus ditempatkan dalam tataletak yang memudahkan pembeli, dengan tujuan menciptakan efek sinergi dan menyediakan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pengunjung.

8) Strategi pembinaan citra, pemasaran, dan manajemen.

a. Strategi pembinaan citra

Di masa lalu, sebagian besar pusat perbelanjaan dikelola sebagai proyek mandiri tanpa perlu mempertimbangkan strategi pembinaan citra (branding). Hanya ada sedikit upaya atau bahkan nihil untuk membangun ekuitas citra pusat perbelanjaan melalui asosiasi dengan perusahaan induk. Pusat perbelanjaan hanya diidentifikasi berdasarkan lokasi dan/atau penyewa utama.

b. Pemasaran

Fungsi pemasaran pada manajemen pusat perbelanjaan merujuk pada aktivitas penyewaan, periklanan dan promosi.

c. Manajemen

Fungsi manajemen pada tahap pertama mencakup tiga wilayah utama sebagai berikut:

- Penetapan struktur dan fungsi korporasi untuk menangani kepemilikan, keuangan, dan akuntansi pada tingkat korporasi.
- Pengembangan struktur dan hirarki manajemen proyek untuk menangani proses pembangunan, mulai dari akuisisi lahan hingga penyelesaian final pada tingkat proyek.
- Dukungan terhadap manajer proyek dengan informasi yang terus diperbarui tentang kebutuhan dan keinginan berbagai jenis peritel, kategorisasi calon penyewa yang terkait dengan luas ruang lantai,

provisi mekanik dan teknis, serta berbagai hal lain yang terkait dengan pusat perbelanjaan.

- Kepastian bahwa bangunan pusat perbelanjaan mencerminkan citra sesuai strategi penempatan posisi, dan sesuai dengan tujuan pembangunan properti tersebut.

9) Skala Pusat Perbelanjaan

a. Pusat Belanja Super Regional

Pusat Belanja Super Regional merupakan pusat perbelanjaan yang mirip dengan Pusat Belanja Regional tetapi ukuran luasnya lebih besar dan konfigurasi dengan bangunan bertingkat banyak.

b. Pusat Belanja Regional

Pusat Belanja Regional merupakan tempat belanja yang menyediakan barang-barang umum dan jasa pelayanan yang lengkap dan bervariasi.

c. Pusat Belanja Community

Pusat Belanja Community ukurannya antara lebih dari 13.000 meter persegi, yang menjual produk makanan yang jenisnya terbatas dan produk-produk umum.

d. Pusat belanja Neighbourhood

Pusat belanja Neighbourhood atau Supercenter yang mempunyai luas lantai 3.000 hingga 10.000 meter persegi dengan variasi produk yang dijual, untuk makanan sebanyak 30% - 40% dan produk non makanan sebanyak 60% - 70%.(Utami CW, 2006)

Faktor-faktor yang disebutkan di atas saling terkait satu sama lain. Nasib pusat perbelanjaan jarang ditentukan hanya oleh satu faktor tunggal. Untuk mencapai keberhasilan, sebuah pusat perbelanjaan harus dinamis serta terus menanggapi tuntutan lingkungan secara cepat dan efisien. Manajemen harus mempunyai filosofi yang terkait dengan manajemen hubungan pelanggan yang merupakan serangkaian strategi, program, dan sistem yang berfokus pada pengidentifikasian dan pengembangan loyalitas pelanggan. Sebagai proses interaksi membutuhkan data pelanggan untuk membangun kesetiaan melalui aktivitas (1) mengumpulkan data pelanggan, (2)

menganalisis data pelanggan dan (3) mengidentifikasi pasar sasaran (Utami CW, 2006).

Ini berarti manajemen pusat perbelanjaan tidak boleh beristirahat dan menikmati kejayaan mereka, bahkan jika mereka telah berhasil menemukan rumus kemenangan yang berhasil mewujudkan kesuksesan dalam periode awal. Sukses yang berkesinambungan dari sebuah pusat perbelanjaan membutuhkan inovasi terus-menerus, agar selalu selaras dengan perkembangan tren.

Menurut hasil riset konsumen yang dilakukan oleh AC Nielsen dan dikutip pada Pilar Bisnis (Juli 2003), terjadi peralihan pola belanja, di mana sekitar 24% konsumen kini cenderung untuk berbelanja di pasar modern (untuk perkotaan jumlahnya mencapai 41%). Pada 12 kota besar di Indonesia, konsumen memilih pasar modern melebihi pasar tradisional yaitu sebesar 53%. Lebih lanjut, masih berdasarkan hasil penelitian AC Nielsen dan dikutip dalam Tempo (Mei 2003), ditunjukkan bahwa kontribusi pasar tradisional terhadap penjualan barang konsumen menurun dari 84,1% tahun 1999 menjadi 74,4% di tahun 2002. Sebaliknya supermarket mengalami kenaikan dari 3% tahun 1999 menjadi 20,1% pada tahun 2002. Di sini terlihat bahwa pasar tradisional akan perlahan-lahan tergeser oleh industri ritel modern (Utami CW, 2006).

3.7 Teori Lokasi Pusat Niaga

Sebenarnya teori - teori lokasi telah lama diintroduksi kan oleh ahli-ahli ekonomi, yaitu sejak abad yang lalu terutama di Eropah Tengah, di mana pada waktu itu implikasi secara teoritik menunjukkan bahwa faktor tata ruang (*space*) dan faktor jarak (*distance*) nampak sekunder atau secara implisit dibandingkan dengan unsur waktu (*time*) dalam analisa ekonomi. Perhatian terhadap teori lokasi telah menjadi semakin besar terutama sekitar lima atau enam warsa yang lalu bertepatan waktunya dengan munculnya beberapa pemikiran yang memusatkan perhatian pada perencanaan tata, ruang, dimana dimensi tara ruang atau dimensi geografis

dan lanskap ekonomi (*economic landscape*) dimasukkan sebagai variabel tambahan yang penting dalam kerangka teori pembangunan (*Adisasmita*, 1994).

Hugh O. Nourse mengatakan untuk memilih suatu lokasi bangunan yang memiliki hubungan dengan hal-hal yang bersifat komersial perlu mempertimbangkan aksesibilitas, karakteristik penduduk sekitar, posisi atau letak, kedekatan dengan tempat berkumpulnya masyarakat, dan kondisi persaingan (Nourse, 1990)

Adapun teori tempat sentral (*central place*) yang dikemukakan oleh *Walter Christaller* dalam *Adisasmita* (1994), dimana inti pokok teori tempat sentral adalah menjelaskan evolusi hirarki perkotaan (*urban hierarchy*). Teori *Christaller* menggunakan asumsi-asumsi sebagai berikut :

- 1) Wilayah model merupakan dataran tanpa raut, tidak memiliki raut tanda khusus baik alamiah maupun buatan manusia.
- 2) Perpindahan dapat dilakukan kesegala jurusan, suatu situasi yang dilukiskan sebagai permukaan isotropik.
- 3) Penduduk serta daya belinya tersebar merata diseluruh wilayah.
- 4) Konsumen bertindak rasional sesuai dengan prinsip minimisasi jarak.

Dalam hubungannya dengan pertumbuhan kota, teori tempat sentral menyatakan bahwa fungsi-fungsi pokok pusat kota adalah sebagai pusat pelayanan bagi wilayah komplementernya (wilayah belakangnya), yaitu mensuplai barang-barang dan jasa jasa sentral seperti jasa-jasa perdagangan, perbankan, profesional, pendidikan, hiburan dan kebudayaan dan jasa jasa pemerintahan kota. Jasa jasa ini dapat disusun menurut urutan menaik dan menurun, tergantung pada ambang permintaan (*demand threshold*, yaitu tingkat permintaan minimum yang diperlukan untuk mendukung pelayanan jasa) dan lingkup permintaan (*demand range*, yaitu batas-batas luar dari wilayah pasar untuk masing-masing jasa). Kedua faktor tersebut menentukan banyaknya dan besarnya tempat-tempat sentral yang mensuplai masing-masing jasa, dan dengan demikian timbullah suatu

hirarki tempat sentral. Hal ini berarti bahwa penduduk kota tersebar dalam jumlah yang berbeda-beda pada pusat-pusat yang besarnya berbeda-beda pula (*Adisasmita, 1994*).

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi sesuatu kegiatan menurut *Morril (1982)* dapat dibedakan atas :

- 1) faktor-faktor spasial atau geografis yang berkaitan dengan karakteristik ruang seperti jarak, aksesibilitas, ukuran, bentuk, aglomerasi dan posisi relatif lokasi dalam keseluruhan;
- 2) faktor-faktor yang tidak berkaitan langsung dengan aspek spasial tetapi lokasi bergantung juga pada faktor-faktor seperti ekonomi, politik dan budaya. Saling pengaruh antara faktor spasial dan aspasial ini merupakan penyebab terjadinya pola fisik kegiatan tertentu.

Alexander (1977) mengatakan bahwa fasilitas perdagangan yang sering digunakan adalah fasilitas yang ada pada radius 10 menit perjalanan atau 1 km dari tempat tinggal pembeli. Calon pembeli masih mempertimbangkan untuk menggunakan fasilitas yang ada pada radius 10 hingga 20 menit perjalanan (1 hingga 2 km) dari tempat tinggalnya. Selanjutnya, hanya alasan khusus yang dapat mendorong calon pembeli untuk menggunakan fasilitas perdagangan yang ada pada jarak lebih dari 30 menit perjalanan. Dari pendapat *Alexander* tersebut, dapat dibuat asumsi bahwa pasar utama pusat perdagangan adalah penduduk yang berada pada radius 2 km dari lokasi tempat berdirinya pusat perdagangan.

Menurut *Utami (2006)*, faktor-faktor yang mendefinisikan area-area perdagangan adalah : Batas-batas sebenarnya dari sebuah area perdagangan ditentukan oleh aksesibilitas toko, hambatan-hambatan alami maupun fisik, jenis area perbelanjaan, jenis toko, dan kompetisi. Cara lain adalah dengan melihat bagaimana jenis toko memengaruhi ukuran dari sebuah area perdagangan, apakah toko ini merupakan toko tujuan ataukah toko parasit. Toko tujuan adalah toko di mana barang dagangan, pemilihan, presentasi, penetapan harga, atau tampilan-tampilan unik lainnya bertindak sebagai sarana untuk menarik para pelanggan. Sedangkan toko parasit adalah toko

yang tidak menciptakan lalu lintasnya sendiri dan yang area perdagangannya ditentukan oleh para pemilik ritel yang dominan dalam pusat perbelanjaan atau area ritel.

Nourse (1990) mengatakan sebelum memilih suatu lokasi untuk kebutuhan properti yang memiliki sifat komersial, karakteristik lingkungan sekitar yang perlu dianalisis adalah kondisi dan tren lingkungan sekitar, kepadatan, penduduk, dan komposisi etnis.

Berkaitan dengan pemilihan lokasi, oleh *Luhst* (1997) menyebutkan bahwa kualitas kehidupan yang berupa kenyamanan, keamanan sangat ditentukan oleh lokasinya, dalam arti daya tarik dari suatu lokasi ditentukan oleh dua hal, yaitu aksesibilitas dan lingkungan. Aksesibilitas merupakan daya tarik dari suatu lokasi dikarenakan akan memperoleh kemudahan dalam pencapaiannya dari berbagai pusat kegiatan seperti pusat perdagangan, pusat pendidikan, daerah industri, jasa pelayanan perbankan, tempat rekreasi, pelayanan pemerintahan jasa profesional dan bahkan merupakan perpaduan antara semua kegiatan tersebut.

3.8 Fungsi Jalan Perkotaan

Menurut *Herbert* dalam *Yunus* (1994) mengemukakan bahwa hubungan antara pembangunan jaringan jalan, termasuk pembangunan jaringan, perluasan pengaspalan dan pelebaran jalan dengan areal terbangun built up area mempunyai peran yang cukup besar terhadap perkembangan fisik kota, artinya dengan adanya pembangunan jalan maka akan semakin tinggi pula perkembangan areal terbangun meliputi, penggunaan lahan untuk permukiman, perdagangan, perkantoran dan fasilitas umum.

Menurut *Branch* (1995) pembangunan jaringan jalan kota akan memberikan berbagai dampak atau perubahan yang akan timbul akibat aksesibilitas pergerakan manusia maupun barang dengan menggunakan berbagai fasilitas transportasi seperti penggunaan mobil. Oleh karena itu jalan-jalan transportasi dan utilitas kota merupakan pembentuk pola penggunaan lahan, mempengaruhi pertumbuhan komunitas dan berbagai kegiatan usaha

dengan memilih lokasi disepanjang jalur jalur lalu lintas dan di tempat-tempat yang merupakan pusat para pelanggan.

3.9 Kota dan Perkembangan Kota

Banyak para ahli yang telah memberikan pengertian tentang kota. Pada kenyataannya kota memiliki berbagai komponen dan unsur, mulai dari komponen yang terlihat nyata secara fisik seperti perumahan dan prasarana umum, hingga komponen yang secara fisik tidak dapat terlihat yaitu berupa kekuatan politik dan hukum yang mengarahkan kegiatan kota (*Branch*, 1995). Disamping itu, berbagai interaksi antar unsur yang bermacam-macam memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan unsur itu sendiri. Pada saat unsur-unsur dan keterkaitan antar unsur dipandang secara bersama-sama, kota-kota yang cukup besar akan terlihat sebagai organisme yang paling rumit yang merupakan hasil karya manusia.

Selanjutnya *Bintarto* (1997) memberikan pengertian kota dari segi geografi adalah sebagai sistem jaringan kehidupan manusia yang ditandai dengan kepadatan penduduk yang tinggi yang diwarnai dengan strata sosial ekonomi yang heterogen dan coraknya materialistis, atau dapat pula diartikan sebagai benteng budaya yang ditimbulkan oleh unsur-unsur alami dan non alami dengan gejala pemusatan penduduk yang cukup besar dengan corak kehidupan yang bersifat heterogen dan materialistis dibandingkan dengan daerah belakangnya.

Menurut *Branch* (1995) bahwa perkembangan kota pada umumnya terdiri dari dua faktor yaitu : faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal merupakan suatu kekuatan yang terbentuk akibat kedudukan kota dalam kontelasi regional atau wilayah yang lebih luas sehingga memiliki kemampuan untuk menarik perkembangan dari daerah sekitarnya yang selanjutnya dikonsentrasikan dan diakomodasikan dalam kekuatan ekonomi kota. Faktor internal adalah kekuatan suatu kota untuk berkembang yang ditentukan oleh keuntungan geografis, letak, fungsi kota yang ada, sejarah kota dan ketersediaan infrastruktur sosial ekonomi.

Keterbatasan lahan dipertanian telah mendorong masyarakat untuk mencari lahan untuk kelangsungan berbagai kegiatan atau aktifitasnya di wilayah pinggiran kota. Wilayah pinggiran kota tersedia lahan yang relatif luas, harga lahan yang lebih murah dibandingkan dengan di kota, kemudahan transportasi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat pindah dan berusaha atau bekerja di pinggiran kota. Dengan adanya jalur transportasi yang lancar dan dapat menghubungkan antar daerah dengan daerah lainnya berarti akan mempercepat pergerakan orang/barang, memperpendek jarak, mempercepat informasi, sehingga akan meningkatkan kegiatan perekonomian antara daerah tersebut atau daerah yang dilaluinya.

Pembangunan jalur transportasi, selain memberikan beberapa kemudahan dan keuntungan juga akan memberikan beberapa perubahan, baik berupa perubahan yang diinginkan maupun perubahan yang tidak diinginkan. Perubahan yang nyata terlihat adalah perubahan pemanfaatan dan fungsi lahan di sepanjang jalur jalan. Perubahan tersebut adalah beralihnya lahan pertanian menjadi lahan non pertanian yang diperuntukkan buat perumahan, perdagangan, jasa, perkantoran, pendidikan, industri dan pergudangan.

3.10 Penilaian Properti.

Sebelum melakukan penilaian properti secara profesional, selayaknya kita mengetahui terlebih dahulu pengertian penilaian dan properti secara benar. Penilaian adalah gabungan antara ilmu pengetahuan dan seni (*science and art*) dalam mengestimasi nilai suatu kepentingan yang terdapat dalam suatu properti bagi tujuan tertentu dan pada waktu yang telah ditetapkan serta dengan mempertimbangkan segala karakteristik yang ada pada properti tersebut termasuk jenis-jenis investasi yang ada di pasaran.

Adanya pengertian real estate yang selama ini diartikan sebagai real property berupa perumahan mewah dan elit sebenarnya adalah suatu pengertian yang kurang tepat. Karena real estate sendiri menurut *American Institute of Real Estate Appraisers (AIREA)* mempunyai pengertian yang lebih luas dari pada sekedar perumahan saja tetapi juga dalam bentuk lain

misalnya perkebunan, pertambangan, industri dan lain-lain. Real estate lebih ditekankan pada bentuk fisiknya sedangkan real property lebih ke arah sekumpulan hak untuk penggunaannya, pemanfaatannya dan pembangunannya.

Dengan demikian penilaian properti adalah suatu proses perhitungan secara matematika dan kajian karakteristik dalam memberikan suatu estimasi dan pendapatan atas nilai ekonomis suatu properti baik berwujud maupun tidak berwujud, berdasarkan hasil analisa terhadap fakta-fakta yang obyektif dan relevan dengan menggunakan metode dan prinsip-prinsip penilaian yang berlaku. Penerapan penilaian properti dalam menghadapi otonomi daerah ini mempunyai peran andil yang cukup besar terutama dari segi manajemen aset properti daerah.

Menurut *Patterson Mark W.* (1995) Diversifikasi berdasarkan antara penyewa (tenant) dilakukan sebagai sarana untuk menghadapi kemungkinan dampak buruk dari industri yang terkait. Pengertian nilai merupakan cerminan dari harga, di mana harga dalam dunia properti adalah harga pasar wajar, (*The Appraisal of Real Estate*, 2001) dengan bekal pemahaman tersebut, maka yang dimaksud nilai properti adalah harga yang ada di pasar wajar dunia properti. Komponen dasar obyek nilai dalam properti terdiri dari dua aspek yaitu : Tanah dan Bangunan.

Secara garis besar nilai dalam properti dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu : Faktor Fisik Alami, Faktor Demografi, Sosial dan Budaya, Faktor Ekonomi Lokasi, Faktor Kebijakan Pemerintah Kota (*The Appraisal of Real Estate*, 2001). Jabaran pemahaman dari ke 4 faktor tersebut adalah:

- 1) Faktor Fisik Alami terdapat berbagai aspek fisik wilayah perkotaan, yang mempengaruhi perkembangan usaha real estate.
- 2) Faktor Demografi, Sosial dan Budaya merupakan profil masyarakat dan budayanya mempengaruhi pola kegiatan real estate yang dapat memenuhi kebutuhan mereka.
- 3) Faktor Ekonomi Lokasi pada berbagai industri memutuskan untuk memilih ibukota (misalnya Jakarta) sebagai lokasi usahanya.

- 4) Faktor Kebijakan Pemerintah Kota melalui beberapa kebijakan seperti :
Perencanaan Tata Ruang Kota, Penentuan Penggunaan Kawasan, IMB,
Penetapan Pajak dsb.

3.11 Privatisasi.

Menurut *Savas* (1987), privatisasi adalah pengalihan manajemen pengelolaan aset-aset daerah kepada pihak swasta tetapi pemerintah daerah masih sebagai pemegang sahamnya. Sehingga pemerintah daerah masih mempunyai kewenangan untuk ikut dalam proses pembuatan keputusan perihal pengelolaan aset-aset daerah tersebut.

Atas dasar prinsip-prinsip *reinventing government* kemudian muncul urgensi implementasi kebijakan melalui *privatisasi*, *contracting out*, dan model-model swastanisasi lainnya. Hal ini merupakan bentuk dari sistem *partnership* antara pemerintah dengan non pemerintah.

Untuk usaha atau bisnis ritel di Indonesia, Pemerintah berperan dalam melakukan perlindungan terhadap ritel nasional, melalui peraturan dan undang-undang. Investasi perusahaan ritel asing tetap berinvestasi ke Indonesia dengan tiga cara yaitu: (1) kemitraan sistem waralaba seperti *Body Shop*, *JC Penney*, dan *Mark & Spencer*, (2) kerja sama operasi – KSO (*technical assistance*) seperti : Sogo dan Seibu, dan (3) kemitraan bersama pengusaha kecil (*Joint Venture*). Hal ini memungkinkan ritel asing untuk berinvestasi di Indonesia (Utami CW, 2006)

Dalam manajemen aset hambatan dan masalah yang timbul di pemerintah daerah adalah tidak profesionalisnya manajemen aset daerah. Sementara itu manajemen aset daerah membutuhkan tenaga yang mempunyai jiwa dan ketrampilan kewirausahaan (*entrepreneurship skills*). Manajemen tidak sekedar pengelolaan, manajemen berarti selain mengelola juga berusaha mengoptimalkan sumber-sumber daya yang dikelolanya.

3.12 Sistem Multimoda

Menurut Gallion dan Eisner (1986), banyak sistem angkutan umum yang memerlukan suatu rencana dan program operasi yang terkoordinir dan komprehensif, di mana penumpang dapat bergerak cepat dan nyaman dari titik pemberangkatan ke tujuan. Program tersebut dapat mengkoordinir kereta, kereta bawah tanah, bus, helikopter dan ferry ke dalam suatu sistem operasi di mana perpindahan dari satu bentuk alat transport ke yang lain dapat dilakukan pada lokasi-lokasi sentral.

Untuk mengantisipasi pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan imbasan arus globalisasi maka sebagai tindak lanjut pembangunan kawasan multi fungsi secara terpadu ada persyaratan yang harus dipenuhi untuk peningkatan intensitas pembangunan kawasan multi fungsi ini, yaitu :

1. Memiliki aksesibilitas tinggi (minimal memiliki akses terhadap 2 jaringan arteri).
2. Termasuk dalam koridor pengembangan Mass Rapid Transit (MRT).
3. Memiliki kemudahan pengembangan infrastruktur, baik yang disediakan sendiri maupun yang disediakan pemerintah.
4. Menunjang strategi pengembangan kota sesuai RUTR.
5. Kepadatan bangunan existing masih rendah atau kepadatan bangunan tinggi tetapi termasuk dalam program peremajaan kota.

Sehingga nantinya diharapkan setiap pembangunan kawasan multi fungsi harus memiliki akses dengan jaringan MRT dan memberikan kontribusi kepada pembangunan sistim angkutan ini. (Abimanyu, U. 1995)

Pusat pusat Transportasi sebagian besar sistem multimodal akan memerlukan suatu terminal pusat di mana pertukaran jenis alat transport yang mudah bisa dilakukan. Dalam masa angkutan kereta api, di kota-kota besar dunia terdapat contoh-contoh bangunan terminal yang megah, dengan lokasi yang baik untuk melayani jantung kota. Pusat-pusat jaringan yang dibangun ulang ini kemudian dapat menjadi pusat-pusat perdagangan dan transportasi, membangkitkan kawasan-kawasan lama dan mendorong rehabilitasi perumahan serta pelayanan umum yang telah ada.



ini menggambarkan terminal bis di Hamburg, Germany tempat keluar masuk dari kota ke daerah, secara fungsi tempat ini merupakan tempat pertama penerimaan dari perjalanan jauh dari tempat

pejalan kaki ke kearah tempat transportasi untuk perjalanan jauh⁴.



Terminal bis di Manhattan ini hanya merupakan terminal lokal dan tempat transit namun untuk sebagai tempat transportasi umum yang terorganisir dan operasi bis jarak jauh⁵. Gedung dengan beberapa

tingkat ini terdiri dari lebih dua blok dengan tempat parkir di atasnya, dengan pengaturan tempat berjalan kaki dan menghubungkan langsung ke Lincoln Tunnel, yang memungkinkan menangani berbagai bis untuk masuk dalam fasilitas ini dan juga kontrol atas taksi yang masuk kedalam gedung itu. Hal penting yang harus dibuat adalah bahwa tempat itu harus dapat berintegrasi antar transportasi dan kepentingan publik yang memungkinkan mereka mencapai tempat tersebut dengan perasaan aman.

Dengan imajinasi pusat multimodal ini akan dapat menjadi salah satu terminal utama dan titik perpindahan untuk semua jenis angkutan lokal, antar kota, dan jarak jauh. Tempat parkir yang luas dapat diletakkan dalam perjalanan kaki yang mudah.

⁴ Grava, sigurd, (2003), Urban Transportation Systems, choices for communities, McGraw-Hill, New York.

⁵ Ibid, hal 788

Konsep-konsep untuk penggunaannya kembali berkisar dari pusat-pusat komersial baru, menghasilkan kompleks-kompleks distribusi, dan pusat-pusat kebudayaan sampai ke penggunaan perdagangan eceran dan perkantoran, semuanya harus didukung oleh kerjasama antar sektor pemerintah dan swasta.

3.13 Rangkuman Teori untuk Penelitian

Berdasarkan konsep dan teori mengenai, pemanfaatan aset (terminal), potensi aset, manajemen aset, siklus hidup aset, optimalisasi aset, manajemen pusat perbelanjaan, lokasi pusat niaga, fungsi jalan, kota dan perkembangan kota, penilaian properti, privatisasi, sistem multimoda, maka penelitian ini akan memposisikan konsep dan teori tersebut sebagai berikut.

Untuk menunjang kelancaran mobilitas orang maupun arus barang dan untuk terlaksananya keterpaduan intra dan antarmoda secara lancar dan tertib, di tempat-tempat tertentu dapat dibangun dan diselenggarakan terminal. Dengan demikian, terminal menjadi komponen penting dalam sistem perangkutan, dan sering merupakan prasarana yang memerlukan biaya besar. Selain itu, terminal juga berfungsi sebagai tempat perbelanjaan, sebagai kegiatan usaha penunjang (Warpani, 2002).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meringankan beban pembiayaan pemerintah pada pembangunan infrastruktur adalah pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh swasta. Agar pelaksanaannya efektif hal pertama yang harus disepakati adalah menetapkan kawasan/area tertentu yang menjadi prioritas pengembangan. Pengembangan sebuah kawasan/area harus dilakukan secara komprehensif sehingga program dan kegiatan menjadi efektif (Hadi, 2005).

Konsep **potensi manfaat** berkaitan dengan sifat dasar suatu aset untuk mendukung suatu pelayanan. Istilah **potensi** dipakai karena aset itu sendiri tidak memberikan pelayanan-aset hanya berkontribusi pada penyediaan pelayanan. Selain itu, kapasitas aset untuk mendukung penyediaan pelayanan mungkin tidak sepenuhnya digunakan. Potensi

manfaat merupakan sebuah ukuran kemampuan dari suatu asset untuk memenuhi peranannya dalam penyediaan pelayanan (Barata, 1995).

Strategi manajemen asset ini harus konsisten dibuat untuk masing-masing fase dari siklus hidup asset dengan tujuan organisasi dan terintegrasi dengan strategi manajemen lainnya. Hal ini mensyaratkan organisasi untuk mengkonversi / mengubah strategi penyediaan pelayanan ke dalam strategi asset yang spesifik. Siklus hidup fisik dari suatu asset atau kelompok asset memiliki tiga fase yang berbeda – pengadaan (*acquisition*), operasi, dan penghapusan (*disposal*). Kemudian ditambahkan fase keempat – perencanaan – yang merupakan proses lanjutan dimana *output* informasi dari setiap fase digunakan sebagai *input* untuk perencanaan.

Aset yang dimiliki berupa tanah dan bangunan dengan jumlah sangat besar tersebar dan tidak sedikit yang berada di lokasi-lokasi strategis pada pusat kota, seperti aset kelompok perhubungan, kelompok perdagangan dan pergudangan, pariwisata, telekomunikasi, energi dan lainnya. Dapat kita lihat dengan jelas banyak sekali aset berupa tanah dan bangunan yang dimiliki tidak optimal pemanfaatannya ekonominya.

Dengan mengidentifikasi pelayanan yang akan diberikan, dan setelah mempertimbangkan solusi-solusi non-aset, maka pelayanan-pelayanan yang memerlukan dukungan asset dalam hal ini **terminal penumpang dapat dikembangkan sebagai pusat niaga yang di kerjasamakan dengan pihak swasta**. Selain itu, dalam menganalisis solusi-solusi non-aset organisasi harus mempertimbangkan durasi organisasi danantisipasi perkembangan organisasi di masa depan.

Tujuan manajemen pusat perbelanjaan adalah untuk menarik pengunjung, mendorong mereka berbelanja, dan membuat mereka ingin kembali. Variabel berikut ini menentukan tingkat keberhasilan sebuah pusat perbelanjaan, lokasi, visibilitas, kondisi lingkungan sekitar, luas lantai kotor, perencanaan dan desain, keseimbangan penyewa, skala pusat perbelanjaan. Berkaitan erat dengan pertimbangan lokasi yang didasari oleh teori Hugh O. Nourse, Morrill, Christaller, Alexander, Luhst, Branch tentang suatu kota

untuk berkembang yang ditentukan oleh keuntungan geografis, letak, fungsi kota yang ada, sejarah kota dan ketersediaan infrastruktur sosial ekonomi.

Manajemen harus mempunyai filosofi yang terkait dengan manajemen hubungan pelanggan yang merupakan serangkaian strategi, program, dan sistem yang berfokus pada pengidentifikasian dan pengembangan loyalitas pelanggan. Sebagai proses interaksi membutuhkan data pelanggan untuk membangun kesetiaan melalui aktivitas (1) mengumpulkan data pelanggan, (2) menganalisis data pelanggan dan (3) mengidentifikasikan pasar sasaran (Utami CW, 2006).

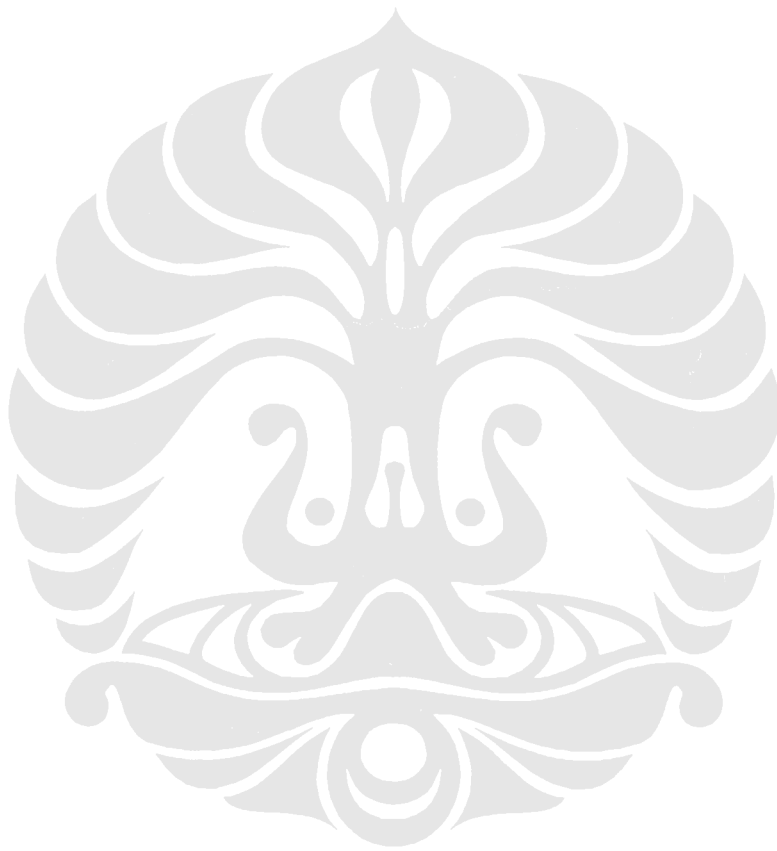
Keterbatasan lahan diperkotaan telah mendorong masyarakat untuk mencari lahan untuk kelangsungan berbagai kegiatan atau aktifitasnya kewilayah pinggiran kota. Dengan adanya jalur transportasi yang lancar dan dapat menghubungkan antar daerah dengan daerah lainnya berarti akan mempercepat pergerakan orang/barang, memperpendek jarak, mempercepat informasi, sehingga akan meningkatkan kegiatan perekonomian antara daerah tersebut atau daerah yang dilaluinya.

Menurut *Patterson Mark W.* (1995) untuk mengarahkan pengelolaan investasi real estate sehingga nilainya dapat ditingkatkan dan dimaksimalkan dalam jangka panjang sebagai benefit (manfaat) bagi investornya. Dengan mengkombinasikan berbagai disiplin ilmu seperti : keuangan, perencanaan, pengawasan, manajemen resiko dan pengelolaan dasar properti untuk mengimplementasikan strategi sehingga tercapainya tujuan jangka panjang.

Untuk usaha atau bisnis ritel di Indonesia, Pemerintah berperan dalam melakukan perlindungan terhadap ritel nasional, melalui peraturan dan undang-undang. Investasi perusahaan ritel asing tetap berinvestasi ke Indonesia dengan tiga cara yaitu: (1) kemitraan sistem waralaba, (2) kerja sama operasi – KSO (*technical assistance*) (3) kemitraan bersama pengusaha kecil (*Joint Venture*). Hal ini memungkinkan ritel asing untuk berinvestasi di Indonesia (Utami CW, 2006)

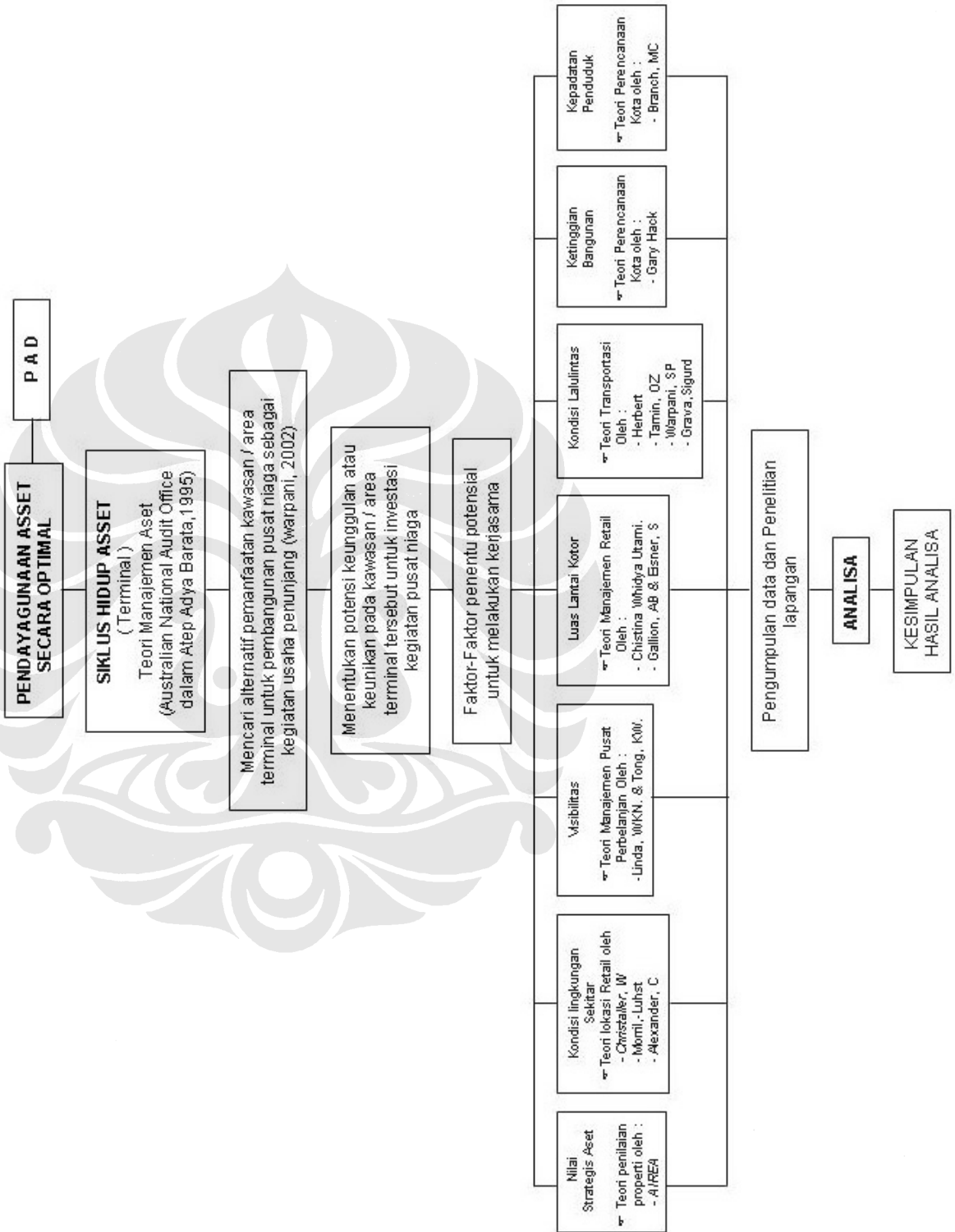
Dengan imajinasi pusat multimodal ini akan dapat menjadi salah satu terminal utama dan titik perpindahan untuk semua jenis angkutan lokal, antar

kota, dan jarak jauh. Tempat parkir yang luas dapat diletakkan di dalam. Konsep-konsep untuk penggunaannya kembali berkisar dari pusat-pusat komersial baru, sampai ke penggunaan perdagangan dan perkantoran, semuanya harus didukung oleh kerjasama antar sektor pemerintah dan swasta.



4. KERANGKA KONSEP

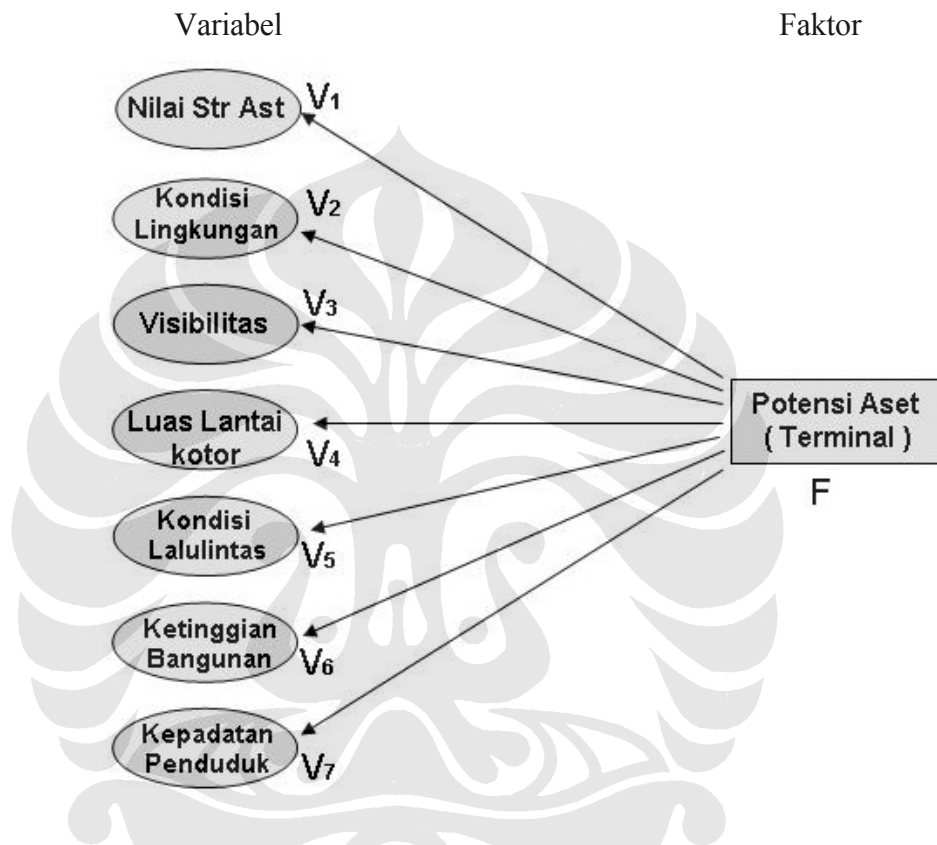
4.1 Kerangka Berpikir



4.2 Kerangka Konsep

Berdasarkan pada alur yang dikembangkan pada kerangka berpikir, model konseptual penelitian yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1
Pola hubungan antar variabel dengan faktor yang diteliti



Dari model penelitian tersebut, pola hubungan antara variabel dengan faktor yang dimaksud dengan V adalah variabel yang terdiri dari Nilai strategis aset (Lokasi), Kondisi Lingkungan, Visibilitas, Luas Lantai Kotor, Kondisi Lalulintas, Ketinggian Bangunan, dan Kepadatan Penduduk. F adalah faktor adalah Minat pihak swasta untuk kerjasama pembangunan Terminal (Potensi Aset) sebagai pusat niaga untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, bagi kegiatan operasional pemerintah daerah, berupa aliran pendapatan atau penghematan belanja bagi pemerintah daerah.

4.3 Variabel dan Definisi Operasional

Definisi Operasional Variabel sangat penting dibuat untuk memudahkan penulis mengetahui aspek-aspek apa yang terkait dengan obyek penelitian. Suryabrata (1998) menjelaskan pengertian definisi operasional sebagai berikut :

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Konsep dapat diamati atau diobservasi ini penting, karena hal yang dapat diamati itu membuka kemungkinan bagi orang lain selain peneliti untuk melakukan hal serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.

..... cara menyusun definisi operasional dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu (a) yang menekankan kegiatan (*operation*) apa yang perlu dilakukan, (b) yang menekankan bagaimana kegiatan (*operation*) itu dilakukan dan (c) yang menekankan sifat-sifat statis hal yang didefinisikan.

Dari pengertian dan batasan tersebut, maka agar memperjelas istilah yang digunakan dalam variabel dan indikator penelitian di bawah ini disampaikan definisi operasional variabel untuk :

4.3.1 Data primer

1. Pusat niaga adalah sekelompok lokasi usaha ritel dan usaha komersial lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dikelola sebagai satu properti tunggal.
2. Nilai Strategis Aset (Lokasi)
 - Pandangan responden tentang lokasi Strategis pusat niaga pada kelas jalan terminal.
3. Kondisi lingkungan
 - Pandangan responden kondisi lingkungan (dekat dengan pemukiman penduduk, kegiatan ekonomi, jenis usaha pesaing, dll) sekitar yang mendukung keberadaan pusat niaga.

4. Visibilitas
 - Pandangan responden tentang jarak pandang terminal tampak jelas dapat dilihat tanpa halangan.
5. Luas Lantai Kotor
 - Pandangan responden tentang luas lantai kotor area terminal untuk pembangunan pusat niaga.
6. Kondisi Lalulintas
 - Pandangan responden tentang jumlah jurusan / trayek kendaraan yang masuk terminal.
7. Ketinggian Bangunan
 - Pandangan responden tentang peraturan zona wilayah (guna lahan) sesuai perda 6 tahun 1999 terhadap jumlah lantai untuk pembangunan pusat niaga.
8. Kepadatan Penduduk
 - Pandangan responden tentang pertimbangan jumlah kepadatan penduduk dengan di bangunnya pusat niaga.
9. Pandangan responden tentang bobot pada masing-masing faktor yang mempengaruhi lokasi pusat niaga pada area terminal.
10. Pandangan responden tentang pengelolaan terminal yang digunakan sebagai pusat niaga.
11. Pandangan responden tentang usaha bisnis apalagi yang cocok di bangun pada lokasi terminal selain pusat niaga.

4.3.2. Tabel Definisi Operasional Data Sekunder

Parameter	Variabel	Indikator	Data yang dibutuhkan	Skala	Sumber	Cara Mencari Data
Lokasi Terminal	Kondisi Lingkungan	Lokasi penggunaan lahan sekitar Terminal	Jumlah persil bangunan di tepi jalan radius 2 km. (Toko, Kantor, Bank, Rumah Tinggal, dll)	Interval	Peta Penggunaan Lahan (DPP)	Survei Instansional & Pengamatan lapangan
	Visibilitas	Jarak pandang dari Terminal	Jarak bebas pandang radius 2 km (m1)	Interval	Peta Penggunaan Lahan (DPP)	Pengamatan lapangan
Luas Area	Luas	Luas Lokasi Terminal	Luas area dapat di bangun (m2)	Interval	Dinas Perhubungan	Survei Instansional & Pengamatan lapangan
Lalulintas	Kondisi Lalulintas	Volume lalu lintas Kendaraan	Jumlah kendaraan yang masuk Terminal (Satuan mobil penumpang (SMP) Bis bsr/ kc, Angkot)	Rasio	Dinas Perhubungan	Survei Instansional & Pengamatan lapangan
Status Lahan	Nilai Strategis Aset	Lokasi aset berada pada kelas jalan.	Letak bidang terhadap jalan (Jl. Arteri, Jl. Utama, Jl. Tol, dll)	Ordinal	Biro Perencanaan	Survei Instansional & Pengamatan lapangan
	Ketinggian Bangunan	Ketinggian Bangunan dan Arah Penggunaan Lahan	Peruntukan lahan sebagai (KCP, STN; KKT / KPD) dan jumlah lantai	Katagorikal	Peta RTRW (DTK)	Survei Instansional & Pengamatan lapangan
Demografi	Kepadatan Penduduk	Jumlah penduduk dalam radius 2 km. (/ m2)	1. luas wilayah (kelurahan) 2. Jumlah penduduk tiap kelurahan	Interval	BPS, kantor statistik	Survei Instansional

5. METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi pemanfaatan aset (Terminal Penumpang) Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai pusat niaga yang di kerjasamakan dengan pihak swasta. Oleh karena itu diperlukan data-data dari faktor-faktor yang mempengaruhi potensi pemanfaatan aset sebagai berikut :

- Nilai strategis aset
- Kondisi Lingkungan
- Visibilitas
- Luas Lantai Kotor
- Kondisi lalulintas
- Ketinggian Bangunan
- Kepadatan Penduduk

5.1 Desain Penelitian

Desain dalam penelitian ini didasarkan kepada :

5.1.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian perlu difokuskan kepada pemilihan paradigma penelitian. Paradigma penelitian terbagi menjadi 2 pilihan. Paradigma tersebut adalah paradigma kuantitatif dan paradigma kualitatif. Dalam penelitian ini paradigma yang dipakai adalah paradigma kualitatif yaitu paradigma yang dinyatakan sebagai paradigma tradisional, positivist, eksperimental, atau empirisist (Creswell, JW & Suparlan, P. 2002).

Alasan pemilihan paradigma kualitatif pada penelitian ini didasarkan pada :

- A. Menurut pandangan peneliti, penelitian ini cocok dengan asumsi ontologis berupa realita obyektif, yaitu adanya kegiatan usaha di sepanjang jalan menuju terminal yang mana obyek penelitian terlepas dari peneliti, asumsi epistemologis yaitu peneliti mandiri dari yang diteliti (terisolasi dari yang diteliti contohnya melalui *questionnaire* kepada asosiasi pengusaha retail), asumsi aksiologis yaitu nilai bebas dan tidak bias, asumsi retorik yaitu formal, berdasarkan definisi keputusan, serta asumsi metodologis melalui proses deduktif yaitu penempatan teori dalam studi, sebab akibat dan pengelompokan dilakukan sebelum penelitian.
- B. Sebagai latihan dan mendapatkan pengalaman meneliti berupa keahlian statistik, penulisan teknis, serta penguasaan perpustakaan.
- C. Adanya peraturan dan panduan yang mendukung dalam melakukan penelitian serta waktu penelitian singkat.
- D. Sifat masalahnya, variabel diketahui dan teori - teori tersedia sehingga banyak bahan bacaan.

5.1.2 Metode dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei. Tujuan metode survei adalah menyamaratakan dari sampel ke populasi sehingga dapat dibuat kesimpulan tentang karakteristik, sikap maupun perilaku populasi atau kondisi pasar. Survei ini bersifat cross - sectional yaitu informasi survei dikumpulkan pada suatu saat.

Pengumpulan data primer atau sampel dari asosiasi pengusaha retail dilakukan pada bulan Oktober 2007 sampai dengan Desember 2007, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dari bulan Januari 2007 sampai dengan Oktober 2007.

5.1.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

A. Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti dan bukan merupakan hasil olahan dari suatu badan atau instansi penelitian. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh bertujuan untuk memberikan uraian kuantitatif maupun numerik melalui sejumlah pecahan populasi sampel melalui proses pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan pada orang (Fowler, 1988).

Pengumpulan data primer dilakukan dengan pengambilan sampel untuk populasi yang dilakukan pada tahap tunggal yaitu peneliti mengambil akses ke dalam populasi dan dapat menjadi sampel kelompok secara langsung. Data yang akan diteliti dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan dalam suatu format wawancara langsung kepada responden dalam hal ini asosiasi pengusaha retail. Format dan jenis pertanyaan (terlampiran).

B. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang sudah terlebih dahulu diolah oleh suatu badan atau instansi penelitian baik pemerintah maupun swasta. Data dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Tata Kota (DTK), Dinas Pertanahan dan Pemetaan (DPP), Biro Perlengkapan, Bappeda, dan Biro Pusat Statistik (BPS) Provinsi DKI Jakarta. Data sekunder dapat berupa dokumen, arsip - arsip, artikel penelitian dan sebagainya. Contoh data sekunder pada penelitian ini adalah kepadatan penduduk, prosentase penggunaan lahan yang diteliti dan sebagainya. Data sekunder yang diperoleh merupakan data *time series* atau data tahunan. Data sekunder yang diperlukan adalah :

- 1) Penggunaan lahan tahun 2003 - 2007 di lokasi terminal wilayah penelitian.
- 2) Tingkat kepadatan penduduk/Ha tahun 2003 - 2007 di lokasi terminal wilayah penelitian.

5.1.4 Populasi, Sample dan Responden

A. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena. Sugiyono (2001) menyatakan bahwa :

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu.

B. Sampel

Sampel dapat didefinisikan sebagai sekumpulan data yang diambil atau diseleksi dari suatu populasi yang diamati dalam penelitian. Unit sampel yang dalam pengolahan data akan menjadi unit analisa adalah asosiasi pengusaha retail di wilayah Jakarta dengan anggota 70 perusahaan.

- 1) Pendapat para ahli tentang ukuran sampel (Rahayu, 2005.), antara lain :
 - a. Gay & Diehl (1992) berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil, maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Namun ukuran sampel yang diterima, akan sangat tergantung dari jenis penelitiannya; (a)

apabila penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10% dari populasi; (b) penelitian yang bersifat korelasional, sampel minimumnya 30 subyek.

b. Fraenkel & Wallen (1993) menyarankan, besarnya sampel minimum untuk :

- Penelitian deskriptif sebanyak 100
- Penelitian korelasional sebanyak 50
- Penelitian kausal-perbandingan sebanyak 30/group
- Penelitian eksperimental sebanyak 30/1

2) Menurut Sugiyono (2001) cara menentukan ukuran sampel yang sangat praktis, yaitu dengan tabel dan nomogram. Tabel yang digunakan adalah tabel Krejcie dan nomogram yang digunakan adalah nomogram Harry King.

a. Krejcie dalam melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi. Pada tabel Krejcie terlihat bila jumlah populasi 100 maka sampelnya 80, bila jumlah populasi 70 maka sampelnya 59.

b. Harry King dalam menghitung sampelnya tidak hanya didasarkan atas kesalahan 5% saja, tetapi bervariasi sampai 15%. Tetapi jumlah populasi paling tinggi hanya 200. dari nomogram tersebut diberikan contoh bila populasi 200, kepercayaan sampel dalam mewakili populasi 95%, maka jumlah sampelnya sekitar 58% dari populasi. Jadi $0,58 \times 200 = 116$. Bila populasi 70, kepercayaan sampel 95%, maka jumlah sampelnya jadi $0,58 \times 70 = 41$, maka sampelnya 41.

Berdasarkan ukuran sampel tersebut, karena populasi 70 maka digunakan tabel Krejcie dalam menentukan jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak **59 pengusaha** sebagai pelaku usaha pusat niaga di wilayah Jakarta.

C. Responden

Responden merupakan sumber data, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti (Suharsimin, 2005). Dari jumlah sampel tersebut di atas, untuk mempermudah perolehan data serta penerapan teknik analisis data maka penulis menggunakan **59 pengusaha** sebagai responden. Hal tersebut bertujuan agar hasil penelitian akan lebih representatif. Dengan demikian, maka jumlah responden yang akan diteliti adalah **59 orang pengusaha** sebagai pelaku usaha pusat niaga di wilayah Jakarta.

5.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian adalah:

- a. Observasi langsung yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini peneliti terlibat langsung dalam pemilihan lokasi terminal yang berpotensi untuk pembangunan pusat niaga.
- b. Wawancara yaitu pembicaraan secara langsung kepada responden dalam hal ini asosiasi pengusaha retail yang terlibat dalam pemilihan lokasi terminal yang berpotensi untuk pembangunan pusat niaga.
- c. Questioner yaitu dengan membuat daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari responden. Pada penelitian ini questioner yang dibuat adalah questioner tertutup dan terbuka, untuk questioner tertutup alternatif jawaban responden sudah dipersiapkan. Bentuk format jawaban dalam questioner yang dipergunakan adalah Semantic defferensial (Sugiyono, 2001) yaitu responden diminta memberi penilaian terhadap pertanyaan lokasi terminal yang berpotensi untuk pembangunan pusat niaga yang dikaitkan dengan indikator yang dipergunakan dengan nilai terendah 1 dan tertinggi 10. Untuk pertanyaan terbuka, responden

diminta memberikan alasan mereka memberikan , penilaian tertinggi untuk kategori tertentu. Gambaran questioner lebih lengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

- d. Study kepustakaan, yaitu penulis menggunakan buku-buku, literature, artikel-artikel dari majalah dan yang diambil dari internet, peraturan-peraturan, pedoman kerja serta dokumen lain yang dapat mendukung kelengkapan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

5.2 Metode SIG - Gambaran Data

Dari hasil analisa data primer dan data sekunder maka dapat diketahui perubahan - perubahan yang terjadi dan hal tersebut perlu ditunjang dengan suatu penggambaran peta situasi dengan menggunakan program Arc View SIG 3.3 yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyimpan, menampilkan, dan mengkorelasikan data spasial dari (sebagian) fenomena ruang muka bumi untuk dapat dianalisis dan hasilnya dikomunikasikan kepada pemakai informasi untuk pengambilan keputusan. SIG adalah suatu sistem informasi yang mempunyai keterkaitan dengan data spasial suatu daerah tertentu (Wayan: 2005).

Proses penelitian ini dibagi menjadi 4 tahap, yaitu : (1) Pengolahan data untuk memperoleh informasi digital mengenai penggunaan lahan di Jakarta tahun 2003 dan perubahannya secara spasial. Informasi ini diperoleh dari data DPP Provinsi DKI Jakarta dengan melakukan klasifikasi penggunaan lahan, (2) Pengolahan data untuk memperoleh informasi digital faktor-faktor yang diduga mempengaruhi perubahan lahan, diantaranya faktor fisik lahan. Informasi ini diperoleh melalui proses digitasi peta atau proses pengolahan lanjut dari informasi digital awal peta, (3) Pengolahan untuk memperoleh informasi kriteria fisik daerah terminal, yang memuat informasi beberapa karakteristik fisik daerah terminal yang diduga berpengaruh terhadap perubahan lahan. Informasi ini diperoleh dengan meng-overlay peta digital faktor fisik

lahan dengan batas administrasi / daerah penelitian. (4) Pengolahan data statistik dan pembentukan model.

Pengolahan untuk memperoleh informasi kriteria fisik daerah penelitian, yang memuat informasi beberapa karakteristik fisik daerah penelitian yang berpengaruh terhadap perubahan lahan.

Untuk mendapatkan informasi kriteria fisik setiap daerah penelitian, dilakukan proses *overlay* antara Peta Administrasi dengan masing-masing (secara terpisah) peta faktor-faktor fisik yang telah berbentuk digital, yaitu Peta Elevasi, Peta Arah Penggunaan Lahan dan Peta penggunaan Lahan tahun 2003 yang diperoleh dari proses pengolahan data peta DPP dan didukung juga oleh peta penggunaan lahan (sumber DTK) dan pengetahuan di lapangan. Sehingga diperoleh poligon daerah penelitian dengan informasi kualitas fisik dan informasi sosial ekonomi.

5.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Untuk menganalisis kriteria apa sajakah yang unggul atau unik guna pelaksanaan pembangunan dan pengelolaan kegiatan pusat niaga yang dibangun dengan konsep kerjasama pada masing-masing terminal, digunakan analisis Multivariate Analysis of Variance (Manova). Teknik ini merupakan perluasan teknik dari Anova (Analysis of Variance) atau Analisis Ragam tetapi diperlakukan tidak hanya untuk satu variabel dependen tetapi lebih dari satu variabel dependen.

Teknik manova ini akan membandingkan nilai atribut antara nilai strategis aset, kondisi lingkungan, visibilitas, luas lantai kotor, kondisi lalu lintas, ketinggian bangunan, dan kepadatan penduduk, untuk masing-masing terminal, apakah terdapat perbedaan yang berarti pada suatu atribut pada masing-masing terminal. Jika uji F untuk masing-masing atribut menunjukkan nilai yang signifikan, maka diartikan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang berperan dalam menentukan keunggulan atau

keunikan suatu terminal sebagai pertimbangan penilaian pengusaha dalam rangka pembangunan dan pengelolaan kegiatan pusat niaga.

5.3.1 Analisis Anova (Analysis of Variance)

Analisis variansi merupakan analisis statistika yang mempunyai fungsi membedakan rerata lebih dari dua kelompok data dengan cara membandingkan variansinya. Analisis variansi termasuk dalam kelompok statistik parametrik. Sebagai alat statistika parametrik maka dalam penggunaannya harus memenuhi asumsi-asumsi tertentu (Wahana Komputer, 2005). Sedangkan anova satu jalur adalah analisis yang berguna untuk membedakan perbedaan tiga kelompok atau lebih dilihat dari satu variabel independen (Idem, 2005). Anova lebih dikenal dengan nama Uji-F (Fisher Test) (Riduwan, 2006.).

Asumsi yang dipergunakan dalam anova adalah sampel diambil secara acak, error percobaan berdistribusi normal dan homogenitas. Asumsi yang dapat dikerjakan dengan rumus statistik adalah normalitas dan homogenitas (Wahana Komputer, 2005). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dan untuk uji homogenitas dengan statistik uji Levene (Wahana Komputer, 2005).

Uji F akan menguji ada atau tidak perbedaan dari rerata. Di dalam Base System pada SPSS dijelaskan bahwa untuk mengetahui pada pasangan rerata manakah yang memiliki perbedaan signifikan, digunakan uji lanjut (Post Hoc). Beberapa uji lanjut yang dapat dipergunakan antara lain Least Significant Difference, Tukey, Hochberg's GT2, Gabriel, dan Scheffé jika asumsi homogenitas variansi dipenuhi.

Apabila asumsi homogenitas variansi tidak terpenuhi, uji lanjut yang dapat dipergunakan antara lain Tamhane's T2, Dunnett's T3, Games-Howell, and Dunnett's C.

5.3.2 Analisis Manova (Multivariate Analysis of Variance)

Perbedaan utama antara Anova dan Manova adalah terletak pada banyaknya jumlah variabel dependennya. Pada Manova, jumlah variabel dependen lebih dari satu (metrik atau interval) dan variabel independen jumlahnya dapat satu atau lebih (non-metrik atau nominal). (Ghozali, 2006.).

5.3.3 Deskripsi data masing-masing atribut untuk masing-masing terminal

Gambaran mengenai bagaimana nilai-nilai atribut untuk masing-masing terminal disajikan dalam tabel 5.1.(terlampir) Secara kasat mata, dengan membaca tabel 5.1 dapat dilihat beberapa terminal memiliki nilai atribut yang lebih besar dari yang lainnya. Tetapi untuk menguji apakah suatu terminal memiliki suatu atribut yang lebih besar dari yang lainnya perlu dilakukan uji-uji statistik untuk mengambil kesimpulan apakah perbedaan nilai-nilai tersebut signifikan atau tidak.

5.3.3.1 Uji – F (Fisher Test)

Sebelum dilakukan pemeriksaan apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada masing-masing nilai untuk masing-masing terminal, terlebih dahulu diperiksa dengan Uji F untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan (paling tidak satu) dari nilai atribut-atribut untuk suatu terminal. Atribut yang tidak memiliki perbedaan signifikan pada uji F, diartikan bahwa atribut tersebut tidak memiliki peranan dalam pertimbangan pengusaha dalam rangka pembangunan dan pengelolaan kegiatan pusat niaga.

Hipotesis kerja untuk analisis ini adalah:

H_0 ke -i: Tidak ada perbedaan nilai atribut ke-i pada setiap terminal
(untuk $i = 1$ sampai 7)

H_a ke -i: Ada setidaknya satu pasang terminal yang memiliki nilai atribut ke-i yang berbeda secara signifikan.

Pada tabel 5.2 (terlampir) Rangkuman nilai Uji F dan nilai R^2 memperlihatkan bahwa untuk seluruh atribut, kecuali pada atribut ketinggian bangunan, Statistik Uji F menunjukkan nilai yang signifikan (karena di

bawah 0,05). Artinya, terdapat perbedaan nilai yang signifikan di antara terminal-terminal untuk nilai-nilai atribut Lokasi (Nilai Strategis Aset), Kondisi Lingkungan Sekitar, Visibilitas, Luas Lantai Kotor, Kondisi Lalu Lintas dan Kepadatan Penduduk. Dengan demikian, variabel Ketinggian Bangunan tidak menjadi faktor yang menentukan, atau dengan kata lain variabel Ketinggian Bangunan bukanlah variabel yang menjadi pertimbangan sebagai atribut yang diperhatikan oleh pengusaha dalam rangka pengembangan pusat niaga.

5.3.3.2 Uji Asumsi

A. Normalitas residu

Salah satu asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis Manova ini adalah residu berdistribusi normal. Setelah dilakukan manova diperoleh nilai-nilai residu untuk setiap penilaian yang dilakukan oleh responden. Residu yang dimaksud adalah selisih antara nilai prediksi penilaian tersebut (didasarkan model linear Manova) dengan nilai yang diberikan oleh responden.

Hasil pengujian normalitas residu di sajikan dalam tabel 5.3.(terlampir). Hipotesis-null yang dipergunakan dalam pengujian ini adalah residu berdistribusi normal, sedangkan Hipotesis alternatifnya adalah residu tidak berdistribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan ditentukan untuk menolak Hipotesis-null apabila nilai signifikansi pada statistik Kolmogorov-Smirnov kurang dari 0,05. Hasil pengujian normalitas residu menunjukkan bahwa semua residu berdistribusi normal, artinya Uji-F yang dilakukan layak untuk dipergunakan dalam analisis.

B. Homogenitas

Asumsi selanjutnya dalam Manova ini adalah asumsi kesamaan variansi untuk data masing-masing atribut pada setiap faktor tetap (dalam hal ini adalah Terminal).

Dalam pengujian ini, penyusunan hipotesis kerja disusun sebagai berikut.

H_0 ke-i : Variansi data atribut ke-i homogen

H_a ke-i : Variansi data atribut ke-i tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan dilakukan berdasar nilai signifikansi dari statistik Levene (Levene's Test). Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka diputuskan untuk menolak H_0 .

Berdasarkan tabel 5.4 (terlampir) Levene's Test diperoleh bahwa untuk atribut Lokasi (Nilai Strategis Aset), Kondisi Lingkungan Sekitar, dan Visibilitas variansi datanya homogen (karena nilai sig. lebih besar dari 0,05) sedangkan untuk atribut Luas Lantai Kotor, Kondisi Lalu Lintas, Ketinggian Bangunan dan Kepadatan Penduduk variansinya tidak homogen.

Oleh karena pada beberapa nilai atribut asumsi homogenitas tidak terpenuhi, maka dalam uji lanjut (Post Hoc) tidak dapat digunakan statistik-statistik yang mensyaratkan homogenitas variansi.

5.3.3.3 Post Hoc (Uji Lanjut).

Pengujian selanjutnya adalah pengujian nilai masing-masing atribut yang memiliki pengaruh pada penilaian terminal (untuk semua atribut kecuali atribut ketinggian Bangunan, karena atribut ketinggian bangunan tidak memiliki perbedaan untuk semua terminal). Pada terminal manakah nilai-nilai suatu atribut memiliki keunggulan/keunikan dibandingkan dengan yang lain. Dikarenakan beberapa nilai atribut tidak homogen, maka dipilih sebagai statistik dalam uji lanjut adalah statistik yang tidak mensyaratkan homogenitas, yaitu statistik Tamhane.