

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Saat ini perkembangan dunia usaha di Indonesia sangat berkembang pesat. Terjadinya krisis moneter yang berkepanjangan menyebabkan sulitnya orang untuk mendapatkan sebuah pekerjaan, karena itu kita dapat saksikan di negara ini sektor informal berkembang semakin pesat, kegiatan wiraswasta menjadi pilihan masyarakat Indonesia untuk bertahan hidup.

Terbukti dengan penyerapan tenaga kerja yang semakin meningkat, pada sektor-sektor informal di Kota Bandung. Dalam hal ini sektor perdagangan yang terserap menjadi tenaga kerja sebesar 35,48 persen, serta sektor industri yang terserap sebesar 22,90 persen. Banyaknya tenaga kerja yang terserap di sektor industri tersebut tentunya seiring dengan Kota Bandung sebagai salah satu sentra industri di Jawa Barat. (Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Indeks Mutu Hidup (IMH) Kota Bandung tahun 2004).

Penyerapan tenaga kerja yang meningkat pada sektor perdagangan membuktikan bahwa kebutuhan pokok masyarakat Kota Bandung semakin meningkat. Hal tersebut menjadi sebuah alasan untuk para pengusaha membuka usaha yang banyak dibutuhkan masyarakat.

Untuk membuka sebuah usaha tentu setiap pengusaha harus mengetahui keadaan pasar seperti: sifat-sifat masyarakat, selera masyarakat, kebutuhan masyarakat, daya beli masyarakat, dan lain-lain, semuanya itu harus diperhitungkan supaya apabila seseorang membuka sebuah usaha, produknya dapat memberikan keuntungan baginya. Perry Trisianto adalah pengusaha pertama yang membuka toko yang menjual barang-barang sisa ekspor dengan harga yang miring. Toko pertamanya dimulai di jalan Aceh pada akhir 1995 yaitu dengan nama *The Big Price Cut*. Bisnis ini menjanjikan keuntungan besar, sehingga Perry membuka 18 gerai di Kota Bandung di tahun-tahun berikutnya. Para pengusaha lain mengikuti jejak Perry dengan membuka bisnis ini. Semakin berkembang pesat bisnis ini menjadi terkenal dengan penamaan *factory outlet*. Nama *factory outlet* semakin lama semakin *familiar* di telinga masyarakat Kota Bandung.

Kegiatan sejenis ini tumbuh dan berkembang pesat di Bandung karena adanya dukungan industri terkait, dan juga karena terus bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Dalam beberapa tahun belakangan ini konsumen cenderung semakin selektif dalam membeli dan mempertimbangkan kualitas dari produk-produk yang ditawarkan. Produk-produk yang hanya sekedar fungsional dan tidak membawakan suatu citra budaya tidak lagi diminati. Seperti yang diutarakan Buchari Alma (1992: 172), "Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi adalah; umur, jenis kelamin, pekerjaan, suku dan kebangsaan, agama, jumlah pendapatan, pendidikan".



Menurut *American Society of Planning Officials* dalam buku Anshori (2004 : 93) “ Setiap wilayah adalah daerah tertentu yang pada wilayah yang bersangkutan telah tumbuh karakteristik yang menyangkut pola penyesuaian gejala manusia terhadap lingkungannya”.

Seperti di berbagai daerah sentra industri yang menjadi tujuan daerah wisata, seperti Cibaduyut, Cigondewah menjadi mati ditinggalkan pembeli dan posisinya digantikan oleh kegiatan-kegiatan usaha yang menawarkan produk dan jasa yang lebih trendi dan kreatif, yang kemudian menjadi magnet baru serta mampu merespon keinginan pengunjung dan pembeli dengan menampilkan produk-produk kreatif yang tanggap terhadap perubahan tuntutan konsumen dalam selera dan kualitas, adalah *factory outlet*. Usaha *factory outlet* adalah usaha penjualan produk garmen dari stok pabrik (sisa ekspor) seperti pakaian, tas, dan sepatu. Mayoritas merek terkenal dengan harga lebih murah dibandingkan harga jual yang sebenarnya. Kualitas dan mode baik, yaitu keaslian produk dijamin dan selalu mengikuti *trend* serta perkembangan dunia *fashion* dan *gaya hidup masyarakat*. (www.fact-outlet.com 15 November 2000).

Definisi *factory outlet* menurut Nababan (2001:15) adalah perdagangan toko limpahan pabrik. Berdasarkan definisi ini Nababan mengidentifikasi sejumlah 40 *factory outlet* sampai dengan bulan april 2001. Selain itu juga mengidentifikasi bahwa *factory outlet* memasuki kawasan pemukiman dan kawasan jasa perkantoran yang tersebar pada tiga wilayah pembangunan (WP), yaitu WP Bojonegara, WP Cibeunying,

dan WP Karees. Dibawah ini adalah tabel daftar *factory outlet* di kota Bandung tahun 2007.

TABEL 1.1
DAFTAR FACTORY OUTLET DI KOTA BANDUNG TAHUN 2007

No	Nama <i>factory outlet</i>	Alamat	Wilayah pengembangan
1	The Summit	Jl. R.E.Martadinata No. 63	Cibeunying
2	Heritage	Jl. R.E.Martadinata	Cibeunying
3	Oasis	Jl. R.E.Martadinata No. 51	Cibeunying
4	China Emporium	Jl. R.E.Martadinata No. 47	Cibeunying
5	Renarity	Jl. R.E.Martadinata	Cibeunying
6	Formen	Jl. R.E.Martadinata	Cibeunying
7	Stamp FO	Jl. R.E.Martadinata	Cibeunying
8	Cascade	Jl. R.E.Martadinata	Cibeunying
9	D'Coral	Jl. R.E. Martadinata	Cibeunying
10	Rich & Famous	Jl. Ir.H.Juanda No. 151	Cibeunying
11	Glamour	Jl. Ir.H.Juanda	Cibeunying
12	Blossom	Jl. Ir.H.Juanda No. 112	Cibeunying
13	Happening	Jl. Ir.H.Juanda No. 151	Cibeunying
14	Dago Stock Eksport	Jl. Ir.H.Juanda	Cibeunying
15	Victoria	Jl. Ir.H.Juanda	Cibeunying
16	Raffles City	Jl. Ir.H.Juanda No. 106	Cibeunying
17	Up Town	Jl. Ir.H.Juanda No. 84	Cibeunying
18	Justine	Jl. Ir.H.Juanda No. 72	Cibeunying
19	Jetset	Jl. Ir. H. Juanda	Cibeunying
20	Episode	Jl. Ir. H. Juanda	Cibeunying
21	Cargo	Jl. Dipenogoro No. 30	Cibeunying
22	The Big Price Cut	Jl. Aceh	Cibeunying
23	HERRED'S	Jl. Aceh No. 64 A	Cibeunying
24	Bale Anak	Jl. Sumatra No. 31	Cibeunying
25	Anak Kecil	Jl. Cimandiri	Cibeunying
26	FO Merdeka	Jl. Merdeka	Cibeunying
27	Marigold	Jl. Sukajadi	Bojonegara
28	Rainbow	Jl. Sukajadi	Bojonegara
29	Barudak	Jl. Sukajadi	Bojonegara
30	Rumah Mode	Jl. Setiabudhi No. 41 F	Bojonegara
31	Forever Sale	Jl. Setiabudhi	Bojonegara
32	Mode Plus	Jl. Setiabudhi	Bojonegara
33	Natural	Jl. Setiabudhi	Bojonegara
34	Paris Van Java	Jl. Cihampelas No. 184	Bojonegara
35	Superhero	Jl. Cihampelas	Bojonegara
36	Expose	Jl. Cihampelas	Bojonegara

37	Hot Line	Jl. Cihampelas	Bojonegara
38	Tarzan	Jl. Cihampelas	Bojonegara
39	Mivi	Jl. Prof. Eyckman	Bojonegara
40	Diaz	Jl. Sederhana	Bojonegara
41	Blossom 2	Jl. BKR	Karees
42	Rumah Anak	Jl. Pelajar Pejuang No. 60	Karees

Sumber : Hasil Survei, Tahun 2007

Potensi Pertumbuhan *factory outlet* tampaknya menjanjikan sehingga keunikan warisan budaya, seperti arsitektur perumahan dikawasan bersejarah, di sekitar Dago dan Riau dimanfaatkan sebagian dari promosi produk budaya dan komoditas yang ditawarkan. Karena itu, perlu dilakukan sebuah studi mengenai hal ini yang melihat seberapa jauh karakteristik wilayah menjadi salah satu pengaruh terhadap keberadaan *factory outlet*, menurut K Young dalam Anshori (2004:93), “Suatu wilayah adalah daerah geografis yang membentuk suatu kesatuan budaya, mula-mula seragam secara ekonomi dan kemudian juga dalam pemikiran-pemikiran, pendidikan, rekreasi dan lain-lain, serta dapat dibedakan dengan daerah lain”.

Faktor-faktor geosfer di Suatu wilayah akan mempengaruhi keberadaan *factory outlet*, salah satu contohnya adalah faktor lokasi. Lokasi adalah posisi suatu tempat, benda, peristiwa, atau gejala di permukaan bumi dalam hubungannya dengan tempat, benda, peristiwa. Unsur lokasi ini mempunyai beberapa faktor yang sangat berperan dalam mengembangkan suatu wilayah yakni faktor keterjangkauan, mudah dan cepat untuk dicapai pembeli, dan harga barang yang murah, merupakan salah satu faktor keberadaan *factory outlet*.

Lokasi kegiatan yang melayani kebutuhan penduduk itu harus pada tempat yang sentral. Sumaatmadja (1988: 122) mengemukakan bahwa lokasi sentral adalah “tempat yang memungkinkan partisipasi manusia yang jumlahnya maksimal baik bagi mereka yang terlibat dalam aktivitas pelayanan maupun yang menjadi konsumen dari barang-barang dan pelayanan yang dihasilkan”.

Didirikannya *factory outlet* di kota Bandung dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder masyarakat sekitar. Bahwa faktor lokasi, faktor keterjangkauan (aksesibilitas) yang mudah dan cepat untuk dicapai oleh konsumen. Serta, harga barang yang lebih murah adalah faktor yang menjadi pendorong para investor untuk menanamkan modalnya dengan mendirikan *factory outlet* di kota Bandung yang notabene memiliki *trademark* kota jasa dan kota belanja di wilayah Jawa Barat dan sekitarnya. Akibatnya, tidak heran kalau setiap akhir pekan, kondisi lalu lintas di kota Bandung sering macet. Terutama di jalan-jalan utama di kota Bandung. Hal ini merupakan salah satu dampak yang ditimbulkan dari keberadaan *Factory Outlet*.

Pertumbuhan penduduk dewasa ini semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun. Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang mempunyai jumlah penduduk cukup tinggi dan merupakan salah satu wilayah terpadat di Indonesia, menurut BPS kota Bandung (Susenas 2006) luas wilayah kota Bandung yaitu 16.729,65 hektare. Sedangkan jumlah

penduduk kota Bandung 2.340.624 jiwa, kepadatan penduduk mencapai 139 jiwa/ hektar (Bandung dalam Angka 2006)

Kegiatan *factory outlet* di kota Bandung terus berkembang dan mengalami pertumbuhan pesat hingga tahun 2000. Hanya dua buah *factory outlet* pada tahun 1995 menjadi 50 *factory outlet* pada tahun 2000. kemudian pada tahun 2003 mengalami penurunan menjadi 28 buah. Pada tahun 2005 mengalami peningkatan menjadi 39 *factory outlet*. Berdasarkan hasil survei terbaru jumlah *factory outlet* di kota Bandung mengalami peningkatan menjadi 42 *Factory Outlet* di tahun 2007. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 1.2

TABEL 1
PERBANDINGAN PERKEMBANGAN JUMLAH
FACTORY OUTLET
TAHUN 1992-2002 dengan TAHUN 2003-2013
DI KOTA BANDUNG

No	Tahun 1992-2002		Sumber	Tahun 2003-2013		Sumber
	Thn	Jml		Thn	Jml	
1	1995	2	Proyek akhir Mangapul L Nababan dan Saut Aritua, 2001	2001	40	Proyek akhir Mangapul L Nababan dan Saut Aritua, 2001
2	1996	4	Tesis Titiek Sulandari, 2003	2003	28	Proyek Akhir Gianti Sumarahati, dan Akino, 2004
3	1999	6	Proyek Akhir Gianti Sumarahati, dan Akino, 2004	2005	39	Proyek Akhir Riza Vebriani, 2006
4	2000	50	Metro, 17 Desember 2000 dalam Sulandari : 2003	2007	42	Hasil survei lapangan

Sumber : Tesis Titiek S, Proyek akhir Mangapul L Nababan dan Saut Aritua, Proyek Akhir Gianti Sumarahati, dan Akino, Proyek Akhir Riza Vebriani, hasil pengamatan lapangan.

Perkembangan *Factory Outlet* dari tahun ke tahun mengalami naik turun, kenaikan yang cukup tinggi terjadi pada tahun 2000 yaitu ada 50 buah *Factory Outlet* (Metro, 17 Desember 2000 : 1). Sedangkan di Tahun ini (2007) mengalami penurunan kembali menjadi 42 buah. Beberapa *Factory Outlet* yang mengalami penutupan pada lokasi-lokasi tertentu. Seperti yang dikemukakan oleh Vebriani (2006:25) Ada beberapa hal yang menjadi alasan ditutupnya sejumlah *Factory Outlet* tersebut, diantaranya karena pemilik bangunan tidak bersedia memperpanjang sewa/kontrak.

Ada alasan lain ditutupnya *Factory Outlet* merupakan bentuk dukungan pengusaha terhadap kebijakan Tata Ruang Pemerintah Kota Bandung.

Pertumbuhan jumlah penduduk yang sangat tinggi di kota Bandung memaksa pemerintah kota untuk melakukan penataan terhadap perkembangan kota Bandung. Proses perkembangan kota ditandai dengan adanya perubahan fisik dan fungsi kota.

Perubahan fisik dan fungsi kota tersebut, selayaknya dapat memicu daya tarik kota Bandung sebagai kota bisnis. Dengan demikian banyak orang yang berasal dari Jakarta datang ke Bandung tidak hanya berbelanja pakaian, tetapi juga ingin menikmati suasana lain dibandingkan dengan kota Jakarta yang sehari-hari macet sehingga banyak membuat orang stress berat. Sebagian pemilik *Factory Outlet* di kota Bandung mengetahui betul kondisi Psikologi konsumennya. Karena itu, tak hanya menjual pakaian, tetapi juga menata tempat berjualannya sedemikian rupa agar bisa memikat konsumen untuk berkunjung ke *Factory Outlet*.

Saat ini hampir semua *Factory Outlet* di kota Bandung tidak hanya bersaing dalam menampilkan produk pakaian paling mutakhir, tetapi juga berkompetisi membuat desain dan interior yang unik serta menarik agar pengunjung tertarik untuk sekedar melihat-lihat. *Factory Outlet* di kota Bandung umumnya terletak dikawasan Jalan Ir.H.Juanda, Setiabudhi, Sukajadi, Dr. Otten, dan Jalan Aceh. Bahkan, *Factory Outlet* yang terdapat disebagian ruas Jalan R.E.Martadinata menggunakan tempat yang sebelumnya merupakan kantor milik institusi TNI.

Faktor tersebut telah membuktikan bahwa bangunan telah beralih fungsi, hal ini juga akan terjadi perubahan fungsi lahan yang banyak disalahgunakan. Para pendiri *Factory Outlet* terdesak dengan meningkatnya permintaan, tetapi mereka tidak menyadari akibat yang ditimbulkannya diantaranya selain fungsi lahan saja, kekurangan ruang terbuka hijau (RTH), buruknya saluran drainase, kemacetan lalu lintas dan menjamurnya pedagang kaki lima (PKL), yang merupakan dampak yang ditimbulkan dari keberadaan *Factory Outlet*

Bagi pemerintah kota, keberadaan *Factory Outlet* apabila dikelola dengan baik maka masalah yang diakibatkan oleh keberadaan *Factory Outlet* dapat diminimalisir. Selain itu, bagi para pemilik *Factory Outlet*, apabila mengikuti ketentuan yang telah terkandung dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) maka akan memberikan kenyamanan bagi kota Bandung.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa *Factory Outlet* harus sesuai dengan penggunaan ruang yang semestinya terkandung didalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW).

Untuk membatasi permasalahan guna mempermudah dalam proses penelitian maka penulis membatasi permasalahan yang disajikan dalam bentuk pertanyaan penelitian , sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung?
2. Dampak apa saja yang ditimbulkan akibat pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung?
3. Apakah pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung telah sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) kota Bandung 2013?

C. TUJUAN

Tujuan yang ingin dicapai dari seluruh rangkaian penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung.
2. Mengevaluasi apakah *Factory Outlet* di kota Bandung telah sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) kota Bandung 2013.
3. Mewujudkan kesesuaian fungsi ruang dan mencegah serta menanggulangi dampak negatif terhadap lingkungan.
4. Menciptakan keserasian dan keseimbangan antara lingkungan dan sebaran kegiatan *Factory Outlet*.
5. Mewujudkan Terselenggaranya pemanfaatan ruang berwawasan lingkungan yang berlandaskan Wawasan Nusantara dan Ketahanan Nasional.

D. MANFAAT

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memaparkan faktor-faktor yang mempengaruhi pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung.
2. Memaparkan seberapa besar dampak yang ditimbulkan pembangunan *Factory Outlet* di kota Bandung.
3. Menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah setempat mengenai *Factory Outlet* yang tidak sesuai penggunaan ruangnya yang tertuang dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW).
4. Memberikan masukan bagi pemerintah kota agar dapat menyelesaikan permasalahan tersebut.
5. Menjadi bahan pengayaan bagi pengembangan keilmuan Geografi.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran, maka dibawah ini dijelaskan konsep-konsep yang terdapat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kesesuaian, memiliki pengertian selaras atau serasi. (Ensiklopedi Nasional)
2. Ruang, menurut istilah Geografi umum bahwa yang dimaksud dengan Ruang adalah seluruh permukaan bumi yang merupakan lapisan Biosfera tempat hidup tumbuhan, hewan, dan manusia. Menurut istilah Geografi regional bahwa suatu wilayah yang mempunyai batasan geografi, yaitu batas menurut keadaan fisik, sosial atau pemerintahan

yang terjadi dari sebagian permukaan bumi dan lapisan tanah dibawahnya, serta lapisan udara di atasnya. Dengan demikian berarti bahwa penggunaan Tanah/Lahan dapat pula diartikan sebagai penggunaan Ruang. (Pasha:2002)

3. *Factory Outlet*, berasal dari dua buah suku kata, yaitu : "*factory*" yang berarti pabrik, lebih jauh lagi merupakan suatu tempat memproses suatu produk mulai dari bahan baku (mentah) sampai pada suatu produk siap pakai. Serta, "*outlet*" yang berarti toko tempat penjualan. (kamus bahasa Inggris-Indonesia)
4. Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), memiliki pengertian suatu rencana pembangunan dan pemanfaatan, pengarahan dan penetapan lokasi, penerbitan perijinan pembangunan, pemanfaatan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang, yang disusun untuk menjaga keserasian pembangunan antara sektor dalam rangka penyusunan program-program pembangunan dalam jangka panjang.

Jadi memiliki kesimpulan bahwa adakah kesesuaian penggunaan ruang *factory outlet* dengan Rencana Tata Ruang Wilayah kota Bandung 2013.

