

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk di suatu kota akan bertambah pula kebutuhan penduduk terhadap berbagai sarana dan prasarana fisik untuk menunjang aktivitas mereka sehari-hari. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk mengimbangi keadaan tersebut, terutama pada upaya penyediaan fasilitas pelayanan yang merupakan faktor penting bagi kehidupan di daerah perkotaan. Bintarto (1977: 40) mengemukakan bahwa: 'kegairahan hidup di kota bergantung pada adanya sarana dan prasarana di dalam kota dan bagaimana mengatur sarana dan prasarana secara seimbang dan sesuai.' Dari berbagai aktivitas yang perkembangannya sangat dipengaruhi oleh pertambahan penduduk diantaranya adalah aktivitas perdagangan, dan sejalan dengan berkembangnya aktivitas tersebut, tentu secara langsung akan menambah fasilitas-fasilitas perdagangan yang diperlukan, diantaranya adalah pasar dan pusat perdagangan.

Menurut Abdurachmat dan Maryani (1998: 55) secara sederhana perdagangan dapat diartikan sebagai "pertukaran barang dan jasa antar individu dan antar wilayah di permukaan bumi", sedangkan perdagangan menurut ahli Geografi Whyne-Hammond (Abdurachmat dan Maryani, 1998: 55) adalah 'saling tukar benda atau jasa dalam ruang, dalam bentuk proses penjualan dan pembelian barang atau jasa antar wilayah di permukaan bumi.'

Kegiatan perdagangan merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi yang mempunyai peran strategis dalam rangka pembangunan yang pada dewasa ini menjadi salah satu urat nadi perekonomian bangsa Indonesia. Sektor perdagangan berperan dalam mendukung kelancaran penyaluran barang dan jasa, dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, serta pembentukan harga yang wajar. Secara umum dapat dikemukakan bahwa aktivitas perdagangan adalah segala kegiatan pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Agar sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dan fungsi keberadaan pusat perdagangan yaitu sebagai fasilitas umum yang melayani dan memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, maka penentuan lokasi maupun penyediaan sarana dan prasarana penunjang pusat perdagangan harus berada pada lokasi yang tepat. Tepat, dalam arti mampu mencapai tingkat efisiensi dan optimasi, baik dalam hal pergerakan menuju lokasi pusat perdagangan tersebut maupun dalam hal pengisian ruang untuk kemudahan pengembangan selanjutnya di masa yang akan datang.

Selain dipengaruhi oleh faktor lokasi, perkembangan suatu pusat perdagangan juga dipengaruhi oleh daya tarik yang dimiliki oleh pusat perdagangan itu sendiri. Makin besar daya tarik suatu pusat perdagangan, maka peluang masyarakat yang akan berbelanja ke pusat perdagangan tersebut akan semakin besar. Aspek daya tarik ini antara lain dapat ditinjau dari komoditas, pelayanan dan keamanan berbelanja, kebersihan, fasilitas sosial penunjang, serta kemudahan menjangkau pusat perdagangan tersebut.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang berada paling timur dari provinsi Jawa Barat. Wilayah Kota Cirebon terbentang pada suatu dataran rendah sepanjang tujuh kilometer dari Pantai Utara ke arah timur laut dengan luas wilayah sekitar 3.735 Ha. Secara geografis Kota Cirebon terletak pada $108^{\circ}33'00''$ – $108^{\circ}38'34''$ BT dan $6^{\circ}41'23''$ – $6^{\circ}47'40''$ LS. Kota Cirebon terdiri atas lima kecamatan dan 22 kelurahan. Lima kecamatan tersebut yaitu Kecamatan Harjamukti dengan luas 1.761 Ha, Kecamatan Lemahwungkuk dengan luas 651 Ha, Kecamatan Pekalipan dengan luas 157 Ha, Kecamatan Kesambi dengan luas 805 Ha, dan Kecamatan Kejaksan dengan luas 361 Ha.

Berdasarkan Perda Nomor 3 Tahun 1986 tentang Rencana Induk Kota (RIK) Kota Cirebon telah ditetapkan menjadi tujuh Bagian Wilayah Kota (BWK), yaitu meliputi: BWK I (Zone Pelabuhan), BWK II (Zone Perdagangan dan Jasa), BWK III (Zone Industri), BWK IV (Zone Pemerintahan dan Kemasyarakatan), BWK V (Zone Perumahan), BWK VI (Zone Pendidikan, Olahraga, Rekreasi) dan BWK VII (Zone Pertanian Campuran dan Konservasi).

Jumlah penduduk Kota Cirebon pada akhir tahun 2005 berdasarkan data yang diperoleh dari BAPPEDA Kota Cirebon tercatat sebanyak 271.795 jiwa dengan Laju Pertumbuhan Penduduk (LPP) rata-rata selama 3 tahun terakhir adalah sebesar 0,90% dan kepadatan penduduknya sekitar 73 jiwa/Ha. Data mengenai jumlah dan kepadatan penduduk di Kota Cirebon dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kota Cirebon Tahun 2001 - 2005

No	Kecamatan	Penduduk		Jumlah	Kepadatan
		L	P		
1	Harjamukti	44.056	42.448	86.504	49/Ha
2	Lemahwungkuk	22.404	24.409	46.813	72/Ha
3	Pekalipan	16.028	15.864	31.892	203/Ha
4	Kesambi	32.585	32.779	65.364	81/Ha
5	Kejaksan	20.026	21.196	41.222	114/Ha
Jumlah	2005	135.099	136.696	271.795	73/Ha
	2004	133.219	135.370	268.589	72/Ha
	2003	131.546	133.899	265.445	71/Ha
	2002	127.681	131.682	259.363	68/Ha
	2001	124.465	129.082	253.547	67/Ha

Sumber : BAPPEDA Kota Cirebon Tahun 2005

Dari Tabel 1.1 diatas diketahui bahwa persebaran penduduk Kota Cirebon relatif merata terhadap luas wilayah, dengan jumlah terbesar ada di Kecamatan Harjamukti (86.504 jiwa), dan jumlah terkecil terdapat di Kecamatan Pekalipan (31.892 jiwa). Akan tetapi jika dilihat dari kepadatannya, terlihat bahwa Kecamatan Pekalipan memiliki kepadatan penduduk tertinggi (203 jiwa/ha), sedangkan kepadatan terendah ada di Kecamatan Harjamukti (49 jiwa/ha).

Sejalan dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk di Kota Cirebon dari tahun ke tahun dan merujuk pada visi Kota Cirebon yang telah disepakati dalam Perda Nomor 1 Tahun 2004 tentang Rencana Strategis Kota Cirebon 2004 – 2009 yaitu terwujudnya Kota Cirebon sebagai kota perdagangan dan jasa yang maju tahun 2008, Pemerintah Kota Cirebon telah membangun beberapa pasar dan pusat perdagangan yang tersebar di seluruh Kota Cirebon, salah satu diantaranya adalah pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.

Sepanjang Jalan Siliwangi merupakan salah satu pusat perdagangan yang terletak di Kecamatan Kejaksan Kota Cirebon dan termasuk kedalam BWK II. Pusat perdagangan ini terdiri atas pasar tradisional yaitu Pasar Pagi, *Yogya Departement Store* dan Pusat Grosir Cirebon. Sejarah berdirinya pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi dimulai pada sekitar tahun 1960-an, ketika Pasar Pagi dibangun, kemudian pada tahun 1990 dibangun juga *Yogya Departement Store* dan terakhir pada tahun 2005 turut dibangun Pusat Grosir Cirebon yang difungsikan sebagai pusat grosir terbesar di Kota Cirebon.

Jumlah pedagang di pusat perdagangan sepanjang Jalan Siliwangi mengalami peningkatan dari hanya sekitar beberapa puluh pedagang pada tahun 1960 menjadi 1.789 pedagang pada tahun 2005. Di pusat perdagangan ini tersedia berbagai komoditas untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, mulai dari barang-barang kebutuhan primer, sekunder dan tersier.

Bila ditinjau dari lokasinya, pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi terletak pada jalan lokal dan merupakan kawasan yang memiliki tingkat kemacetan lebih tinggi jika dibandingkan dengan pasar dan pusat perdagangan lain di Kota Cirebon. Hal tersebut karena lokasi pusat perdagangan yang terletak di daerah pusat kegiatan di Kota Cirebon; ditandai dengan terdapatnya kantor-kantor pemerintahan, pusat pertokoan, perhotelan, restoran, dan fasilitas pendidikan, sehingga pada pagi dan sore sore hari terjadi kemacetan di sepanjang Jalan Siliwangi akibat adanya mobilitas yang dilakukan oleh siswa sekolah, pegawai pemerintahan, pekerja, pedagang dan pembeli yang tempat aktivitasnya berada di Jalan Siliwangi.

Kondisi tersebut tentunya akan memberikan dampak negatif bagi kemajuan pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi, mengingat pusat perdagangan merupakan pusat pelayanan yang banyak dikunjungi oleh konsumen, maka aksesibilitas menjadi bagian yang penting. Namun, pada kenyataannya pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi saat ini telah menjadi salah satu pusat perdagangan yang maju di Kota Cirebon ditandai oleh jumlah pedagang yang semakin meningkat dan semakin banyak dibangunnya berbagai fasilitas pelayanan seperti bank, dokter/apotik, masjid/mushola, hotel, restoran dan lain-lain.

Berdasarkan kondisi diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Daya Tarik Pusat Perdagangan di Sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon.”**

B. Rumusan Masalah

Untuk menghindari pelebaran bahasan, maka diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi?
2. Faktor-faktor apa yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi?
3. Sejauh mana daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi dapat menarik minat belanja konsumen?
4. Bagaimana karakteristik konsumen di pusat perdagangan sepanjang Jalan Siliwangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.
3. Mendeskripsikan tingkat daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi dalam menarik minat belanja konsumen.
4. Mendeskripsikan karakteristik konsumen di pusat perdagangan sepanjang Jalan Siliwangi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan kontribusi tentang perkembangan pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pembangunan pusat perdagangan Jalan Siliwangi khususnya dan Kota Cirebon pada umumnya.
2. Sebagai bahan ajar pada mata pelajaran Geografi di Sekolah Menengah Umum Kelas 2 semester 2 dengan pokok bahasan mengenai proses-proses fisik dan sosial yang membentuk kenampakan dan pola-pola bumi serta pada pokok bahasan mengenai pusat pertumbuhan.

E. Definisi Operasional

Penelitian ini berjudul **“Daya Tarik Pusat Perdagangan di Sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon.”** Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai judul penelitian ini, maka diberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Daya tarik, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 241) adalah “kemampuan melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak atau kemampuan untuk memikat (menarik) perhatian.” Yang dimaksud daya tarik dalam penelitian ini adalah daya tarik pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi dalam menarik minat konsumen untuk berbelanja. Faktor daya tarik yang dibahas dalam penelitian ini meliputi faktor lokasi pusat perdagangan, aksesibilitas, faktor prasarana dan sarana transportasi, komoditas, kenyamanan, pelayanan dan fasilitas pendukung.
2. Pusat Perdagangan; menurut Anorga (1997: 445) dalam kamus istilah ekonomi yang dikutip oleh Herliani (2003: 6) adalah ‘tempat beraktivitasnya pembelian barang dengan maksud untuk dijual kembali kepada pedagang lain, konsumen akhir atau pemakai industri.’ Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pusat perdagangan adalah pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi yang terletak di Kecamatan Kejaksan Kota Cirebon.
3. Lokasi; menurut Kartawidjaja (2001: 9) adalah “posisi suatu tempat, benda, peristiwa atau gejala dipermukaan bumi dalam hubungannya dengan tempat, benda, gejala, peristiwa lain.” Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lokasi pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi. Faktor lokasi yang dibahas dalam penelitian ini adalah letak pusat perdagangan di

sepanjang Jalan Siliwangi, aksesibilitas dan transportasi meliputi kondisi jalan, jarak dan waktu tempuh konsumen menuju pusat perdagangan, rute dan jumlah trayek yang melewati pusat perdagangan, tingkat kelancaran aksesibilitas serta ongkos transportasi.

4. Komoditas; merupakan barang-barang kebutuhan sehari-hari yang dihasilkan oleh produsen dan kemudian didistribusikan untuk digunakan oleh konsumen. Faktor komoditas yang dibahas dalam penelitian ini meliputi jenis barang, volume barang, kualitas barang dan harga barang yang diperjualbelikan di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.
5. Fasilitas pendukung; merupakan sarana dan prasarana yang dapat mendukung aktivitas manusia. Fasilitas pendukung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fasilitas pendukung yang terdapat di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi diantaranya adalah fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan, hotel, restoran, telepon umum, masjid/mushola, WC/toilet, pos keamanan, tempat parkir, tempat sampah dan sebagainya.
6. Kenyamanan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 698) adalah “perasaan tenang dan segar.” Kenyamanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kenyamanan konsumen pada saat berbelanja di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon. Faktor kenyamanan dalam penelitian ini meliputi kebersihan dan keamanan pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi Kota Cirebon
7. Pelayanan; pusat perdagangan bukan cuma diharapkan mampu memberikan kepuasan secara ekonomis terhadap konsumen tetapi juga kepuasan secara

psikologis, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh pusat perdagangan kepada konsumen akan berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berbelanja ke pusat perdagangan. Faktor pelayanan dalam penelitian meliputi pelayanan yang diberikan oleh pedagang dan petugas di pusat perdagangan di sepanjang Jalan Siliwangi.

8. Konsumen; menurut Ensiklopedia Ekonomi (Abdurrachman, 1991: 241) adalah “orang perorangan atau keluarga-keluarga yang membeli barang dan jasa untuk pemakaiannya sendiri, bukan untuk dijual kembali atau untuk diolah atau dikerjakan lebih lanjut.” Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli barang kebutuhannya di Pusat perdagangan sepanjang Jalan Siliwangi.