

**POTENSI LOKASI PUSAT PERDAGANGAN SANDANG
DI KOTA SOLO**
(Studi Kasus: Pasar Klewer, Beteng Trade Center dan Pusat Grosir Solo)

TUGAS AKHIR

Oleh :

AULIA LATIF

L2D 002 389



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2007**

ABSTRAK

Kota Solo merupakan salah satu kota di Indonesia yang perekonomiannya didukung oleh sektor tersier. Pada tahun 2005 sektor perdagangan, hotel dan restoran menyumbang 23,82 persen dari PDRB. Sektor tersebut menghasilkan Rp. 1,2 triliun yang mayoritas berasal dari perdagangan besar dan eceran (Kompas, 17 Februari 2007). Pasar Klewer yang merupakan pusat perdagangan sandang terbesar di Jawa Tengah adalah salah satu penggerak roda perekonomian Kota Solo. Setiap harinya perputaran uang yang terjadi di pasar tersebut mencapai miliaran rupiah. Pada beberapa tahun terakhir omset Pasar Klewer mengalami penurunan, bersamaan dengan didirikannya pusat perdagangan sandang baru di Kota Solo, yaitu BTC (Beteng Trade Center) dan PGS (Pusat Grosir Solo). Pusat-pusat perdagangan sandang tersebut berdiri dalam satu lokasi yang berdekatan. Kedua pusat perdagangan sandang baru yang dikelola oleh swasta tersebut memberikan alternatif bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas jual-beli sandang selain di Pasar Klewer.

Keberadaan pusat perdagangan sandang baru tersebut tentunya akan mempengaruhi pusat perdagangan yang telah lebih dulu ada. Pasar dalam artian demand dari konsumen akan menjadi lebih sempit karena supply penyediaan fasilitas bertambah. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh tren berbelanja akan mempengaruhi pembagian wilayah pemasaran, mengingat fasilitas pendukung yang ditawarkan oleh pusat perdagangan sandang baru lebih baik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi lokasi yang dimiliki oleh pusat-pusat perdagangan sandang di Kota Solo. Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut digunakan sudut pandang teori pemilihan lokasi ritel mengenai luasan area perdagangan, segmentasi pasar dan preferensi konsumen. Luasan area perdagangan diketahui dari jangkauan pelayanan, batas ambang, ketergantungan lokasi dan aksesibilitas. Segmentasi pasar diketahui dari segmentasi pasar yang terjadi pada masing-masing pusat perdagangan sandang. Preferensi konsumen diketahui dengan menganalisa hubungan antara ketersediaan fasilitas dengan motivasi konsumen dalam pemilihan tempat belanja. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa potensi lokasi dari ketiga pusat perdagangan sandang yang ada di Kota Solo masih sangat besar. Luasan area perdagangan masih memiliki pasar yang sangat besar bagi ketiganya karena didukung dengan aksesibilitas yang memperluas dan mempermudah jangkauan pelayanan. Segmentasi pasar secara spesifik belum terjadi, hanya terdapat kecenderungan konsumen yang berlangganan, mengingat barang yang dijual adalah kebutuhan pokok (sandang). Strategi pemasaran massal tanpa mematok segmen tertentu masih menjanjikan pasar yang besar untuk ketiga pusat perdagangan sandang. Masing-masing pusat perdagangan sandang memiliki pelanggan yang menjadi basis pasar. Namun, melihat tren preferensi konsumen pada kenyamanan belanja, pusat-pusat perdagangan baru lebih memiliki potensi untuk mendapatkan pasar yang lebih besar di masa depan. Kecenderungan yang terjadi adalah konsumen lebih menyukai untuk berbelanja pada pusat perdagangan sandang yang menyediakan fasilitas pendukung, seperti yang dimiliki oleh BTC dan PGS.

Besarnya pasar yang ada pada lokasi pusat-pusat perdagangan sandang tersebut masih memberikan keseimbangan antara supply dan demand. Pasar yang tersedia masih jauh berada di atas batas ambang ketiga pusat perdagangan sandang. Pengaruh pusat perdagangan baru pada penurunan pangsa pasar pusat perdagangan lama dapat diminimalisir dengan penyediaan fasilitas yang setara. Pusat perdagangan lama (Pasar Klewer) merupakan aset milik Pemerintah Kota yang telah memberikan sumbangan besar bagi perkembangan perekonomian. Oleh karena itu, kendala fasilitas yang ada sudah seharusnya cepat mendapatkan penanganan dengan melakukan pengadaan fasilitas yang belum tersedia dan perbaikan fasilitas yang telah ada. Hal itu dilakukan untuk mengikuti selera konsumen yang menginginkan kenyamanan dalam melakukan aktivitas belanja, sehingga pangsa pasar yang dimiliki oleh Pasar Klewer tetap dapat dipertahankan walaupun dengan adanya pusat perdagangan baru yang lokasinya sangat berdekatan.

Kata kunci: pusat perdagangan sandang, segmentasi pasar, area perdagangan, preferensi konsumen

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ritel merupakan usaha menjual barang dan jasa secara eceran kepada masyarakat. Investasi di dalam usaha ritel yang berkembang di Indonesia saat ini telah menjadi salah satu sektor penggerak perekonomian. Usaha ini berkembang seiring dengan geliat perekonomian nasional pasca krisis moneter yang terjadi sejak tahun 1997. Ritel menjadi penggerak perekonomian rakyat dan memberikan lapangan pekerjaan yang luas bagi masyarakat.

Bentuk kegiatan ritel skala besar yang ada di Indonesia dapat dikategorikan menjadi dua format, yaitu modern dan tradisional. Ritel modern antara lain adalah mal dan *trade center*. Sedangkan ritel tradisional adalah pasar. Pasar adalah pusat belanja versi tradisional. Pasar terdiri atas kios-kios yang berada di bagian dalam dan toko-toko di bagian luarnya yang menghadap jalan. Dalam suatu pasar tersedia berbagai gerai dengan segala macam produk yang diperlukan masyarakat, dari barang kebutuhan sehari-hari hingga produk tahan lama (Ma'ruf, 2005: 73).

Dalam kegiatan ritel, lokasi adalah salah satu faktor yang terpenting. Lokasi suatu fasilitas ritel akan mempengaruhi kesuksesan dari usaha tersebut. Luas dan kepadatan wilayah yang dilayani, kelas sosial ekonomi penduduk, luas dari pusat perbelanjaan, kondisi lalu lintas dan ketersediaan sarana angkutan umum merupakan beberapa faktor lokasi yang mempengaruhi banyaknya pengunjung. Pada kasus yang terjadi di negara berkembang termasuk di Indonesia, penempatan lokasi suatu fasilitas menumpuk di suatu kawasan, termasuk dalam fasilitas ritel skala besar/ pusat perbelanjaan.

Di Kota Solo sektor perdagangan dan jasa menjadi sektor andalan. Pada tahun 2005 sektor perdagangan, hotel dan restoran menyumbang 23,82 persen dari PDRB. Sektor tersebut menghasilkan Rp. 1,2 triliun yang mayoritas berasal dari perdagangan besar dan eceran (Kompas, 17 Februari 2007). Kegiatan ritel merupakan salah satu pendukung sektor perdagangan yang menjadi penyumbang PAD terbesar. Pasar tradisional sebagai salah satu bentuk kegiatan ritel merupakan penyumbang PAD yang cukup besar, sekitar Rp 9 miliar pada tahun 2005 (Kompas, 17 Februari 2006). Pasar-pasar tradisional yang ada umumnya telah memiliki lokasi yang strategis dengan aksesibilitas yang terjangkau. Selain pasar tradisional, kegiatan ritel modern juga tumbuh subur di Kota Solo. Beberapa perusahaan ritel nasional membuka gerainya dalam format mal dan *trade center* pada lokasi-lokasi strategis di Kota Solo.

Fenomena yang terjadi seiring dengan tumbuhnya ritel modern di Kota Solo adalah pengambilan lokasi gerai yang berdekatan dengan pasar tradisional. Berdirinya Beteng *Trade*

Center (BTC) dan Pusat Grosir Solo (PGS) di dekat Pasar Klewer merupakan salah satu kasus yang terjadi. Produk sandang menjadi komoditas utama yang dijual di Pasar Klewer, BTC dan PGS. Ketiga pusat perbelanjaan sandang tersebut berlokasi dalam satu kawasan yaitu Alun-alun Utara, dengan jarak yang berdekatan.

Pasar Klewer adalah pusat perdagangan sandang terbesar di Jawa Tengah. Sejarah Pasar Klewer bermula dari ramainya tempat yang dikunjungi orang yang menjual barang dagangan berupa kain dengan cara diletakkan di bahu. Karena barang dagangannya diletakkan di bahu, susunannya menjadi tidak beraturan yang dalam bahasa Jawa diistilahkan dengan "Kleweran". Dimulai dari bentuk tersebut kemudian berkembang menjadi pasar sandang besar yang dikenal dengan nama Pasar Klewer. Pasar Klewer pada awalnya terletak di sebelah Timur Pasar Legi Solo, kemudian pindah ke Pasar Slompretan yang terletak di Kampung Slompretan. Pasar Sandang di Kampung Slompretan berkembang sejak tahun 1947 dan sejak tahun 1950 lebih dikenal masyarakat dengan sebutan Pasar Klewer hingga saat ini. Mulai tahun 1968 mulai dibangun pasar yang representatif dengan arsitektur sesuai dengan gaya Solo. Pada tahun 1971 Pasar Klewer diresmikan oleh Presiden Soeharto sebagai pusat grosir sandang terbesar di Jawa Tengah. Keberadaan industri batik yang banyak terdapat di Kota Solo menunjang perkembangan Pasar Klewer sebagai pusat penjualan sandang terutama produk batik. Sebagai pasar tradisional kontribusi Pasar Klewer untuk PAD Solo cukup besar, mengingat perputaran uang yang terjadi di pasar ini berkisar 7 miliar rupiah per hari (Kompas, 24 Januari 2006).

Pada perkembangan suatu kota selalu terdapat lokasi yang menjadi pusat pelayanan pada luasan tertentu-bertindak sebagai pasar dan tempat untuk beribadah, mencari hiburan dan pusat pemerintahan (Simpson,1988:1). Fenomena ini terjadi pada perkembangan Pasar Klewer yang lokasinya dalam satu komplek dengan pusat pemerintahan, Masjid Agung dan Keraton Kasunanan. Pasar Klewer terletak di pusat Kota Solo dan termasuk dalam lingkungan budaya keraton. Keberadaan wisata keraton didukung oleh keberadaan pasar ini, sehingga menunjang kegiatan pariwisata. Pengunjung dapat membeli cinderamata di Pasar Klewer setelah mengunjungi keraton.

Saat ini kondisi Pasar Klewer mengalami penurunan. Intensitas aktivitas yang meningkat tidak dapat diimbangi dengan penyediaan fasilitas. Kondisi bangunan tampak kurang terawat ditambah dengan semakin berjubelnya pedagang kaki lima yang berjualan di depan kios, lorong pasar dan sepanjang jalan, dan kondisi parkir yang tidak teratur. Kemacetan lalu lintas kerap terjadi akibat dari luapan aktivitas dari pasar ini.

Kondisi Pasar Klewer yang telah melampaui kapasitas karena kelebihan beban menunjukkan bahwa pangsa pasar (*demand*) yang ada masih menjanjikan. Kesempatan ini dibaca oleh pengembang properti dengan mendirikan pusat perbelanjaan sandang baru untuk membidik pangsa pasar yang belum atau kurang terlayani oleh Pasar Klewer. Indikasi pendirian lokasi di

dekat Pasar Klewer menunjukkan tren imitasi. Kedekatan lokasi dengan Pasar Klewer menjadi kekuatan utama bagi BTC dan PGS, dengan menawarkan fasilitas yang lebih memadai.

Dari sudut pandang analisis lokasi dan pola ruang berdirinya BTC dan PGS menarik untuk dipelajari, terutama pengaruhnya terhadap Pasar Klewer. Pergeseran fungsi pasar menjadi tujuan rekreasi dan tren belanja di pasar modern diperkirakan akan merubah pola aktivitas berbelanja masyarakat. Awal tahun 2005, Lembaga Swadaya Masyarakat Lesmatra Solo menggelar penelitian dengan sampel 291 pedagang yang tersebar di lima pasar kelas I, empat pasar kelas II, dan lima pasar kelas III. Hasil penelitian menunjukkan, pendapatan pedagang menurun 30-50 persen, pembeli menurun 64,9 persen, dan terjadi pergeseran jenis pembeli hingga 46,7 persen, dari pembeli grosir menjadi eceran (Kompas, 17 Februari 2006). Penelitian yang telah dilakukan tersebut tidak memperinci pasar yang menjadi objek penelitiannya berdasarkan komoditas yang dijual dan dilihat dari segi pendapatan pedagang. Dalam penelitian ini, akan dilihat dari sisi potensi pangsa pasar dari pusat-pusat perdagangan sandang yang diperoleh dari aspek pemilihan lokasi ritel.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut Rusthon beberapa permasalahan lokasi yang ada di negara berkembang adalah *“integration of multi facility location pattern”* dan *“serving demand or creating demand?”* (Rushton, 1979:30). Permasalahan lokasi ada pada pola lokasi beberapa fasilitas yang terintegrasi dan fasilitas melayani permintaan yang ada, atau menciptakan permintaan baru. Saat ini di kawasan Alun-alun Utara, berdekatan dengan lokasi Pasar Klewer berdiri dua pusat sandang baru dengan fasilitas yang lebih baik. Terjadi penumpukan fasilitas dengan aktivitas yang sama dalam suatu lokasi.

Pasar Klewer sebagai pusat perdagangan sandang terbesar di Jawa Tengah telah memiliki jangkauan pelayanan baik lokal, regional bahkan nasional. Dengan jangkauan pasar yang demikian luas dapat disimpulkan bahwa permintaan untuk produk sandang yang dijual di pasar ini cukup besar. Dengan kondisi fasilitas pendukung yang mulai menurun, kemampuan Pasar Klewer dalam memenuhi permintaan yang ada tidak lagi mencukupi. Permasalahan kemacetan dan ruang parkir yang tidak mencukupi menjadikan Pasar Klewer tidak lagi nyaman bagi konsumen.

Kemudian berdiri dua pusat perbelanjaan sandang baru (BTC dan PGS) dengan konsep modern yang mengambil lokasi berdekatan dengan Pasar Klewer. Keduanya memberikan fasilitas pendukung yang lebih memadai dibandingkan Pasar Klewer dengan parkir yang luas dan fasilitas pendukung lain. Perilaku penempatan lokasi yang dilakukan oleh pengembang yang mendirikan BTC dan PGS mengindikasikan pola imitasi. Penempatan pusat sandang modern dengan mengambil lokasi berdekatan dengan Pasar Klewer yang telah terkenal sebagai pusat sandang dan