

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI RITEL MODERN DI KOTA KENDARI

Fitriani¹⁾, Jul Hasan²⁾, Muhamad Azharuddin²⁾

¹⁾Dosen Fakultas Ilmu dan Teknologi Kebumian UHO

²⁾Mahasiswa Fakultas Ilmu dan Teknologi Kebumian UHO

E-mail: imaginefytry@gmail.com

ABSTRAK

Kota Kendari mengalami perkembangan pembangunan ritel modern yang lokasinya mengelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis faktor. Hasil analisis ini ditemukan dari 9 faktor yaitu demografi, sosioekonomi konsumen, psikografis, lokasi fisik, harga tanah, sewa lahan, aksesibilitas, persaingan dan kebijakan perencanaan, terseleksi 3 variabel yang mempengaruhi pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari yaitu demografi, sosioekonomi dan psikografis. Ritel modern di Kota Kendari tersebar di area padat penduduk.

Kata Kunci: Lokasi, Ritel Modern, Kota Kendari

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia dalam beberapa tahun menjadi fenomenal di Asia, khususnya di antara negara berkembang. Indonesia menempati peringkat tiga pasar ritel terbaik di Asia (PBO/Vivanews, 2011). Penghasilan Domestik Regional Bruto (PDRB) Sulawesi Tenggara tahun 2011 menunjukkan sektor perdagangan, hotel dan restoran yang mengalami peningkatan dari tahun ketahun (BPS Sultra, 2012).

Perkembangan ritel di Kota Kendari tersebar di beberapa titik lokasi yaitu di Kecamatan Mandonga dapat terlihat lokasi pusat belanjaan atau ritel Nusa Mart berdekatan dengan ritel Surya Mart, King Mart dan pasar tradisional. Lokasi ritel di Kecamatan Kadia yang terdiri dari Wua-Wua Jaya, Ade Swalayan, Mega Matahari, Nusa Mart, Briliyan Plaza, Hergo, dan Hypermart menempati lokasi yang berdekatan. Radius pencapaian pada ketentuan SNI tentang sarana perdagangan dan jasa tidak sesuai dengan keadaan lokasi di lapangan.

Syahrir (2010) menyatakan bahwa perkembangan kota khususnya Kota Kendari akan menginvasi kawasan perumahan secara umum dan fungsi lahan perumahan akan berubah fungsi menjadi perdagangan dan jasa komersil.

Penelitian ini mencoba untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari.

Tambunan dkk. (2004) membagi bisnis ritel menjadi 2 (dua) kategori yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Teori ini menempatkan minimarket pada ritel tradisional, namun minimarket termasuk dalam ritel modern dilihat dari model pengelolaannya yang menggunakan metode penjualan dengan cara swalayan (Utomo, 2011).

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 53/ M-DAG/PER/12/2008 pada pasal 10 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pelaku usaha yang akan melakukan kegiatan usaha di bidang pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, wajib memiliki Ijin Usaha Pendirian Pasar Tradisional (IUP2T) untuk pasar tradisional, ijin Usaha Pusat Perbelanjaan (IUPP) untuk mall, plasa dan pusat perdagangan dan Ijin Usaha Toko modern (IUTM) untuk minimarket, supermarket, department store (Saddewisasi dkk, 2011).

Aulia dkk. (2009) menyatakan bahwa kedekatan lokasi minimarket dengan ritel tradisional telah memberikan dampak pada usaha dan kinerja ritel tradisional. Perilaku belanja masyarakat di kota-kota kecil belum mengancam keberlangsungan ritel tradisional serta ritel-ritel modern dengan jenis toserba dan supermarket memberikan peluang yang lebih besar dalam memberikan media pemasaran bagi produk masyarakat lokal dibandingkan dengan minimarket.

METODE

Kota Kendari mulai berkembang dari Kota Lama yang merupakan awal aktivitas perdagangan, kemudian aktivitas ini menuju ke Kecamatan Poasia yang menunjukkan adanya perubahan fungsi lahan dan banyaknya aktivitas perdagangan sebagai penggerak ekonomi kota. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan.

Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data dimaksudkan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan sebagai bahan masukan untuk tahap analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui 2 metode, yaitu:

- Pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik penyebaran kuesioner kepada retailer modern (makanan dan minuman) perihal preferensi mereka dalam keputusan pemilihan lokasi retail di Kota Kendari.
- Pengumpulan data sekunder diperoleh melalui inventarisasi data umum wilayah studi, kajian struktur tata ruang Kota Kendari dan data lain yang dianggap penting berkaitan dengan penelitian.

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 24 ritel modern dan jumlah sampel yaitu 24 ritel modern, dan penelitian ini menggunakan metode penelitian sensus yang meneliti seluruh anggota populasi. Responden dalam penelitian ini yaitu para store manager atau *owner ritel* modern di Kota Kendari.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis faktor, tujuan adalah mengidentifikasi dan menemukan faktor apa yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi retail modern dari para retailer di Kota Kendari. Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu (X1): Demografi, (X2): Sosioekonomi konsumen, (X3): Psikografis, (X4): Lokasi fisik, (X5): Harga Tanah, (X6): Sewa lahan, (X7): Aksesibilitas, (X8): Persaingan dan (X9): Kebijakan perencanaan. Variabel ini akan diolah dengan skala likert dengan menggunakan analisis faktor indeks KMO yang harus lebih besar dari 0,5. Nilai eigen value harus > 1 untuk mewakili keragaman variabel dalam penelitian. Faktor loading dengan angka > 0,5 menunjukkan hubungan yang kuat dengan faktor-faktor yang terbentuk Variabel dan sub variabel penelitian (Tabel 1).

Tabel 1 . Variabel dan Sub Variabel Penelitian

(X1)	Demografi
:	X1_1 Pengaruh jumlah penduduk sebagai lokasi potensial
	X1_2 Pengaruh tingkat kepadatan sebagai lokasi potensial
	X1_3 Pengaruh jumlah kk yang tinggi terhadap lokasi potensial
(X2)	Sosio Ekonomi Konsumen
	X2_1 Pengaruh daya beli masyarakat sebagai lokasi potensial
	X2_2 Pengaruh konsumsi masyarakat yang tinggi (IKK) sebagai lokasi potensial
	X2_3 Pengaruh tingkat pendidikan sebagai lokasi potensial
	X2_4 Pengaruh jumlah kepemilikan kendaraan sebagai lokasi potensial
(X3)	Psikografis
	X3_1 Pengaruh Hidup Modern sebagai lokasi potensial
	X3_2 Pengaruh pola belanja hidup modern sebagai lokasi potensial
	X3_3 Pengaruh unsure rekreasi sebagai lokasi potensial
(X4)	Lokasi Fisik
	X4_1 Pengaruh ukuran lokasi dalam mendirikan ritel modern
	X4_2 Pengaruh luasan parkir dalam pemilihan lokasi
(X5)	Harga Tanah
	X5_1 Pengaruh harga tanah berdirinya retail
	X5_2 Pengaruh lokasi strategis terhadap harga tanah pertimbangan berdirinya retail
(X6)	Sewa Lahan
	X6_1 Kecenderungan pada lokasi baru, menyewa atau membeli lahan
	X6_2 Pengaruh Keputusan menyewa lahan

X6_3	Pengaruh memilih lokasi harga sewa yang tinggi yang dekat dengan pusat kota atau daerah pinggiran
(X7)	Aksesibilitas
(X7_1)	Akses langsung terhadap rute lalu lintas harian
(X7_2)	Dekat dengan pemberhentian transportasi umum
(X7_3)	Dekat dengan populasi tenaga kerja dalam 10 menit jalan
(X8)	Persaingan
(X8_1)	Pengaruh keputusan membuka retail terhadap pesaing utama dalam radius 1 km
(X8_2)	Pengaruh keputusan membuka retail terhadap pesaing sekunder dalam radius 500 m
(X8_3)	Pengaruh keputusan membuka retail terhadap pesaing yang kemungkinan muncul
(X9)	Kebijakan Perencanaan
(X9_1)	Pengaruh keputusan membuka retail terhadap kebijakan tata guna lahan atau berkonsultasi dengan perencana lokal
(X9_2)	Pengaruh keputusan membuka retail terhadap pembatasan ruang pada kota dan beralih pada investasi di daerah pinggiran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Keputusan Pemilihan Lokasi Retail Modern Di Kota Kendari

Nilai *eigen value* harus > 1 untuk mewakili keragaman variabel dalam penelitian. Nilai *eigen value* dari 9 faktor terdapat 6 faktor yang mewakili nilai *eigen value* > 1 , atau lebih dari 50% sehingga dalam penelitian ini sangat cukup untuk mewakili keragaman variabel. Faktor *loading* dengan angka $> 0,5$ menunjukkan hubungan yang kuat dengan faktor-faktor yang terbentuk, dengan kata lain analisis yang digunakan semakin baik. Nilai faktor *loading* yang didapatkan melebihi 0,5 sehingga dapat dikatakan analisis yang digunakan dalam penelitian ini semakin baik (Tabel 2).

Nilai indek KMO sebesar 0,614. Nilai ini menyatakan bahwa faktor ini signifikan terhadap penentuan pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor demografi yaitu (1) jumlah penduduk yang direpresentasikan sebagai pasar potensial dan deman menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan lokasi ritel modern, hal ini didukung dengan data yang menyatakan bahwa Kecamatan Mandonga, Kadia, Wua-Wua dan Kambu merupakan beberapa kecamatan yang mempunyai jumlah penduduk terbanyak sehingga menjadi pilihan para pemilik ritel terhadap berdirinya ritel modern di Kota Kendari, (2) tingkat kepadatan penduduk yang tinggi merupakan salah satu kriteria penting dalam menentukan pendirian ritel modern, hal ini dapat ditunjukkan bahwa Kecamatan Mandonga, Kadia, Wua-Wua dan Kambu menjadi titik terbanyak berdirinya ritel modern di Kota Kendari, (3) Area dengan jumlah kepala keluarga yang tinggi merupakan lokasi potensial

bagi kegiatan ritel modern, pada poin ini dapat dikaitkan dengan poin nomor 1. Hasil analisis faktor demografi, dapat terlihat letak ritel modern dominan berada pada pemukiman padat penduduk.

Sosioekonomi Konsumen, Faktor ini mempunyai nilai indeks KMO sebesar 0,523 yang signifikan terhadap penentuan pemilihan lokasi. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor sosioekonomi konsumen yaitu (1) daya beli masyarakat terkait dengan tingkat pendapatan (area yang mempunyai tingkat pendapatan tinggi) mencerminkan lokasi yang baik bagi ritel; para pemilik ritel melihat bahwa masyarakat Kota Kendari mengalami perubahan pendapatan dengan mengasumsikan banyaknya perumahan yang telah dibangun dan banyaknya masyarakat yang berminat akan hal itu, dan hal ini menandakan pendapatan masyarakat Kota Kendari bertambah, (2) konsumsi yang tinggi menjadi pasar potensial bagi sektor ritel modern; hal ini dapat didukung dengan data indeks harga konsumen yang digunakan untuk mengukur biaya yang dibayar oleh konsumen untuk membeli sekelompok konsumsi tertentu. Data Indeks Harga Konsumen (IHK) Kota Kendari menunjukkan bahwa bahan makanan, makanan jadi, minuman dan rokok meningkat dalam 5 tahun terakhir. Kelompok ini banyak ditawarkan pada ritel modern di Kota Kendari, (3) tingkat metode belanja menjadi beragam dan tidak terbatas sehingga tren ini menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi ritel; para pemilik ritel menyediakan barang untuk membuat para konsumen berbelanja dalam satu tempat atau *one stop shopping* sehingga tidak berbelanja ditempat yang lain. Masyarakat Kota Kendari pada awalnya sering berbelanja di pasar tradisional, namun dengan adanya ritel modern yang menyediakan barang yang sama dan harga bersaing dengan pasar tradisional maka sebagian kebutuhan tidak lagi dibeli di pasar tradisional namun beralih di ritel modern, dan (3) masyarakat kota berbelanja tidak hanya sekedar membeli barang kebutuhan sehari-hari, namun terdapat unsur rekreasi sebagai motivasi belanja konsumen sehingga menjadi faktor yang penting dalam mencari lokasi ritel modern; para pemilik ritel menyediakan suasana belanja yang menyenangkan dengan fasilitas pendukung.

Lokasi Fisik, Faktor lokasi fisik merupakan faktor yang tidak signifikan terhadap penentuan lokasi ritel modern. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor lokasi fisik yaitu (1) ukuran lokasi yang akan dijadikan lokasi ritel menjadi pertimbangan dalam pemilihan berbagai alternatif lokasi yang ada; lokasi ritel modern di Kota Kendari lebih dominan untuk *freestanding* atau memilih lokasi yang tidak bergabung dengan pusat perbelanjaan, dikarenakan sebagian besar pemilik ritel sudah mempunyai tanah yang telah dibeli beberapa tahun sebelumnya dan melihat perkembangan Kota Kendari maka para pemilik ritel memutuskan untuk membangun ritel modern. Lokasi *freestanding* dipilih oleh para peritel dengan pertimbangan bahwa lokasi mudah dilihat, berurusan lebih mudah, dan mudah untuk diperluas (Davidson (1980) dalam Setyawardana (2009)). Aturan untuk pembangunan ritel modern dalam satu pusat perbelanjaan hanya berlaku satu ritel saja. Para pemilik ritel dengan melihat perkembangan

ritel yang semakin banyak di tengah kota maka lokasi pinggiran kota menjadi salah satu alternatif dalam mengembangkan ritel modern, sebagian besar hasil wawancara menyatakan bahwa jika para peritel ingin mengembangkan ritelnya maka lokasi yang dipilih yaitu arah bandara yang berada di Kecamatan Wua-Wua dan Kecamatan Baruga, dan mengarah pada Kecamatan Poasia.

Nilai KMO pada faktor 0,500 lokasi fisik sudah mendekati nilai signifikan, yang kemungkinan besar untuk kedepannya para pemilik ritel akan mempertimbangkan faktor ini karena Kota Kendari terus berkembang. (2) Aspek luasan parkir menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari (faktor *loading* sebesar 0,969); para pemilik ritel telah memperhitungkan luasan parkir untuk para konsumen yang datang berbelanja dengan tanah yang telah dibeli sebelumnya.

Harga Tanah, nilai KMO dari faktor harga tanah 0,500. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor harga tanah yaitu (1) harga tanah lokasi retail yang akan dipilih, menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi untuk membuka retail, dan (2) jika mempertimbangkan faktor harga tanah dalam menentukan pemilihan lokasi retail, maka kecenderungan memilih lokasi yang strategis, meskipun lokasi tersebut memiliki harga tanah yang tinggi.

Faktor harga tanah tidak menjadi signifikan dikarenakan sebagian besar pemilik ritel sudah mempunyai lahan yang telah dibeli beberapa tahun sebelumnya namun belum dimanfaatkan dan sudah adanya bangunan yang telah dibangun untuk dimanfaatkan kegiatan lain, kemudian digantikan dengan kegiatan perdagangan yaitu ritel. Kota Kendari mengalami perkembangan sehingga membuat para pemilik tanah mempertimbangkan pendidikan yang cukup, cenderung respek terhadap info-info produk baru, hal ini menjadi target pasar yang potensial pendirian ritel.

Para pemilik ritel melihat kebutuhan para pelajar baik yang berada ditingkat sekolah dasar sampai universitas membutuhkan penyediaan peralatan belajar baik berupa buku, kertas, polpen dan berbagai peralatan belajar yang mendukung sangat diperlukan sehingga para konsumen yang berstatus pelajar dan mahasiswa dapat berbelanja dalam satu tempat dengan harga bersaing, dan (4) area dengan jumlah kepemilikan kendaraan atau alat transportasi (mobil atau motor) yang tinggi mencerminkan status sosial dan daya beli yang tinggi, sehingga cocok bagi lokasi ritel modern di Kota Kendari. Para pemilik ritel dalam mendirikan ritel menargetkan pada masyarakat menengah keatas, dengan asumsi mempunyai kendaraan berupa motor pribadi dan mobil pribadi.

Psikografis, Faktor ini merupakan salah satu faktor yang signifikan terhadap penentuan berdirinya lokasi ritel modern di Kota Kendari, hal ini ditandai dengan nilai indek KMO sebesar 0,651. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor psikografis yaitu (1) pola hidup modern pada masyarakat sangat adaptif dan responsif terhadap hadirnya ritel modern dan hal ini menjadi pertimbangan para peritel dalam memilih lokasi; masyarakat Kota Kendari lebih cenderung untuk berbelanja ditempat yang menyediakan barang-barang dengan

merek yang diinginkan, sehingga para pemilik ritel selain menjual makanan dan minuman bermerek maka alat pelengkap kebutuhan lain yang mempunyai merek menjadi keharusan untuk menarik konsumen tetap datang ke ritel modern. (2) pola belanja masyarakat modern mengalami perubahan, dimana skala dan untuk membangun ritel modern di Kota Kendari.

Nilai KMO pada analisis ini mendekati signifikan dalam pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari, maka kemungkinan kedepannya para pemilik ritel modern untuk mengembangkan cabangnya atau para peritel baru akan membuka ritel modern maka faktor harga tanah akan menjadi pertimbangan khusus. Kota Kendari dengan pembangunan yang terus dilakukan dengan berbagai fasilitas pendukung, maka akan berpengaruh pada harga tanah.

Sewa Lahan, nilai KMO dari ini sebesar 0,500. Faktor *loading* yang terdapat dalam faktor sewa lahan yaitu (1) jika para pemilik ritel melakukan keputusan sewa, maka kecenderungan untuk memilih lokasi di pusat perbelanjaan ataupun di pusat-pusat perdagangan dibandingkan di daerah pinggiran, dan (2) para pemilik ritel akan tetap memilih lokasi dengan harga sewa yang tinggi, tapi dekat pusat kota atau pusat perbelanjaan/area perdagangan, dibandingkan dengan lokasi di daerah pinggiran. Para Pemilik ritel memilih untuk membeli lahan dibandingkan menyewa, karena hak milik lahan lebih terjamin untuk masa yang akan datang dan untuk memperluas ritel jika diperlukan maka akan lebih mudah. Faktor sewa lahan dengan nilai KMO 0,500 yang didukung dengan keakuratan hasil analisis pada nilai *eigen value* dan nilai faktor *loading* maka faktor ini dinilai tidak signifikan dalam penentuan pemilihan lokasi oleh para pemilik ritel modern di Kota Kendari.

Aksesibilitas, nilai KMO sebesar 0,446 yang diartikan bahwa faktor ini tidak signifikan. Faktor aksesibilitas mempunyai variabel yaitu (1) akses langsung terhadap rute lalu lintas harian merupakan salah satu indikator dalam berdirinya ritel modern di Kota Kendari, (2) jarak lokasi Retail dekat dengan pemberhentian transportasi umum merupakan salah satu indikator dalam berdirinya ritel modern Kendari, dan (3) dekat dengan populasi tenaga kerja dalam 10 menit jalan dari lokasi retail merupakan salah satu indikator dalam berdirinya ritel modern. Faktor aksesibilitas tidak menjadi signifikan karena pembangunan ritel modern lebih mengutamakan pada konsumen berpenghasilan menengah keatas yaitu yang memiliki kendaraan pribadi baik berupa mobil ataupun motor. Kepemilikan kendaraan (mobil atau motor) masuk di faktor sosioekonomi konsumen pada keadaan sosioekonomi masyarakat Kota Kendari.

Persaingan, Nilai KMO pada faktor ini yaitu 0,499. Faktor persaingan mempunyai variabel yaitu (1) pesaing utama dalam radius 1 km dari gerai retail terhadap kompetitor menjadi perhatian khusus dalam penentuan ritel modern di Kota Kendari, (2) pesaing sekunder dalam radius 500 m terhadap kompetitor menjadi perhatian khusus dalam penentuan ritel modern, dan (3) menganalisis dan mengukur tipe dan jenis persaingan

(*lower-hypercompetition*) yang kemungkinan akan muncul, dari suatu lokasi yang kemungkinan potensial bagi gerai retail yang akan pilih.

Faktor persaingan tidak menjadi signifikan karena mayoritas pemilik ritel menganggap bahwa para pemilik ritel telah memiliki pasar potensial yang berbeda-beda di Kota Kendari. Para pemilik ritel terus meningkatkan kualitas tiap ritel untuk tetap bertahan agar para konsumen tidak beralih pada ritel lainnya.

Kebijakan Perencanaan, faktor ini memiliki nilai KMO 0,500 yang diartikan ketidaksignifikan terhadap pemilihan lokasi ritel modern. Variabel yang masuk kedalam faktor ini yaitu (1) apakah melakukan keputusan pemilihan lokasi retail, para pemilik ritel akan bertanya dan berkonsultasi dengan perencana lokal, serta melihat tata guna lahan di kawasan. Para pemilik ritel melakukan untuk memastikan bahwa lokasi yang saudara akan dirikan retail, diproyeksikan bagi area perdagangan besar atau grosir, dan (2) jika otoritas perencana lokal, membatasi dan melarang, dibangunnya ritel modern di pusat kota, karena struktur perdagangan di area ini sudah tidak terbuka bagi sektor ritel, apakah akan mengalihkan investasi ke daerah pinggiran. Faktor persaingan dengan nilai KMO 0,500 yang didukung dengan keakuratan hasil analisis pada nilai *eigen value* dan nilai faktor *loading* maka faktor ini dinilai tidak signifikan dalam penentuan pemilihan lokasi oleh para pemilik ritel modern di Kota Kendari.

Para pemilik ritel secara umum tidak menjadikan perencana lokal sebagai tempat untuk meminta pertimbangan dalam memilih tempat membangun ritel modern di Kota Kendari. Pemilik ritel mensurvei sendiri tempat yang akan dijadikan sebagai lokasi berdirinya ritel. Lahan yang dibeli oleh para pemilik ritel modern menjadi hak milik, hal ini penting bagi para pemilik ritel karena lahan tidak bisa diganggu gugat.

Analisis faktor telah menghasilkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan lokasi ritel modern di Kota Kendari. Faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu:

1. Demografi (X1)
2. Sosioekonomi Konsumen (X2)
3. Psikografis (X3)

Tabel 3. Hasil Analisis Faktor Terhadap Faktor *Loading* dan *Engine Value*

Nama Faktor	Variabel-Variabel Yang Masuk Kedalam Faktor	Faktor Loading	<i>Eigen Value</i>
Demografi (X1)	X1_1	0,959	6,703
	X1_2	0,920	
	X1_3	0,976	
Sosioekonomi Konsumen (X2)	X2_1	0,926	4,513
	X2_2	0,889	
	X2_3	0,915	

Nama Faktor	Variabel-Variabel Yang Masuk Kedalam Faktor	Faktor Loading	Eigen Value
	X2_4	0,951	
Psikografis (X3)	X3_1	0,864	2,998
	X3_2	0,956	
	X3_3	0,974	
Lokasi Fisik (X4)	X4_1	0,931	2,772
	X4_2	0,969	
Harga Tanah (X5)	X5_1	0,953	1,934
	X5_2	0,947	
Sewa Lahan (X6)	X6_1	0,921	1,385
	X6_2	0,946	
Aksesibilitas (X7)	X7_1	0,967	0,890
	X7_2	0,972	
	X7_3	0,959	
Persaingan (X8)	X8_1	0,911	0,797
	X8_2	0,904	
	X8_3	0,978	
Kebijakan Perencanaan (X9)	X9_1	0,964	0,552
	X9_2	0,893	

Sumber: Hasil Analisis

Penelitian ini mengaitkan kondisi struktur ruang terhadap faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi ritel modern. Teori struktur tata ruang kota (Yunus (2005) dan Chapin (1965)), pada teori ini menjelaskan mengenai 3 struktur ruang yaitu kosentris, sektoral, dan inti berganda. Pola struktur ruang Kota Kendari yang cenderung berpola kosentris, yang dicirikan dari beberapa hal, yaitu:

1. Sebaran pola tata guna lahan mengikuti pola kosentris dari pada bentuk sektoral maupun inti berganda. Sektor perdagangan dan jasa berada di tengah kota, kemudian diikuti oleh permukiman padat dan sedang yang mengelilingi area sektor perdagangan dan jasa, hal ini didukung oleh RTWR Kota Kendari tentang pola struktur tata ruang.
2. Sebagian besar ritel modern tidak terletak di area perdagangan dan jasa. Para peritel meletakkan ritel pada area padat penduduk, sehingga hasil analisis terhadap faktor demografi bisa terlihat pada peta ini.

KESIMPULAN

Faktor-Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi ritel modern yaitu demografi, sosioekonomi dan psikografis. Ritel modern di Kota Kendari tersebar di area padat penduduk.

REFERENSI

- Aulia, Astri, Adisti Madella Elmanisa & Myra P Gunawan, 2009. "Pola Distribusi Spasial Minimarket Di Kota-Kota Kecil, Institut Teknologi Bandung". *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 20.2, pp. 78-94.
- Bernier, Thomas R. 2012. "Urban Retail of A Developer's Perspective". *Internasional Council of Shopping Centers Special Urban Retail Issue*, Vol. 19.3, pp. 20-23.
- Crites, Wendy, 2012. "Creatively Adapting to Urban Retail". *Internasional Council of Shopping Centers Special Urban Retail Issue*, Vol.19.3, pp 67-71.
- Jhamb, Deepika dan Ravi Kiran. 2012. *Emerging Retail Formats and It's Attributes An Insight to Convenient Shopping*, *Global Journal of Management and Business Research* Vol. 12 No. 2 p. 63-71
- PBO, Vivaneews. 2011. *Perkembangan Baru Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, <http://indonesianconsume.blogspot.com/2013/02/perkembangan-baru-bisnis-ritel-modern.html#XBm0JCQUV0u6p82q.99>. 21
- Saddewisasi, Wyati, Teguh Ariefiantoro, dan Aprih Santoso. 2011. *Analisis Dampak Usaha Ritel Modern Terhadap Usaha Ritel Tradisional (Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Gunungpati, Mijen, Tembalang, Dan Banyumanik)*, *Riptek* Vol.5 No. 1 p. 31-43
- Setyawardman, Adityo. 2009. *Pola Sebaran dan Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Retail Modern (Studi Kasus Kota Surakarta)*. Tesis Pasca Sarjana UNDIP, 21 November 2013.
- Sholiha, Euis, 2008. "Analisis Industri Ritel Di Indonesia". *Universitas Stikubank Semarang, Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 15.2.
- Supatra, Michelle Indriyanti dan dan Berta Bekti Retnawati. 2009. *Pengaruh Tanggapan Konsumen Terhadap Ritel Modern Baru 2010 Di Kota Semarang Terhadap Perubahan Perilaku Pembelian (Studi Perempuan Pekerja di Semarang)*, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2 p. 130-138
- Syahrir, 2010. *Kajian Perubahan Pemanfaatan Lahan Perumahan Menjadi Perdagangan Dan Jasa Komersial Di Perumahan Tumbuh I Dan Perumahan Tumbuh II Kota Kendari*. Tesis, Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 10 Oktober 2013.
- Utami, Christina Whidya, 2006. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utomo, Tri Joko, 2011. "Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern". *Jurnal Fokus Ekonomi*, Vol. 6.1, pp. 122-133.
- Yunus, Hadi Sabari. 2005. *Struktur Tata Ruang Kota*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.