

PENGEMBANGAN PUSAT PELAYANAN EKONOMI DI PINGGIRAN KOTA SEBAGAI ALTERNATIF PENANGANAN PROBLEMATIK RUANG DI KOTA YOGYAKARTA

Rini Rachmawati

r_rachmawati@geo.ugm.ac.id

Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Pusat kota merupakan konsentrasi dari pelayanan ekonomi yang mengakibatkan intensitas pergerakan yang tinggi di area tersebut. Berbagai persoalan muncul, diantaranya terkait dengan pemanfaatan ruang. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis kemungkinan pengembangan layanan ekonomi di daerah pinggiran kota sebagai alternatif untuk memecahkan masalah spasial di Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada masyarakat. Variabel dalam penelitian ini adalah distribusi dan pemanfaatan layanan ekonomi, persepsi lokasi layanan ekonomi dan orientasi perkembangan layanan ekonomi. Analisis dilakukan melalui pendekatan teoritis, data sekunder dan primer analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Pelayanan ekonomi berkonsentrasi di pusat kota diikuti oleh masalah tata ruang, 2) Preferensi menggunakan pelayanan ekonomi dipengaruhi oleh lokasi, jarak, kebiasaan, kenyamanan, kuantitas dan kualitas barang, 3) Kecenderungan perkembangan pelayanan ekonomi di daerah pinggiran kota disebabkan oleh keterbatasan ruang di pusat kota, proses urban sprawl, dan rekomendasi lokasi dari pengguna layanan.

Kata kunci: Pelayanan ekonomi, permasalahan spasial, pinggiran kota

ABSTRACT

The city center is a concentration of economic services resulted in a high intensity of movement in the area. Various problems arise, such as related to utilization of space. The main purpose of the research is to analyze possibility of economic services development in sub urban area as an alternative to solve spatial problems in the City of Yogyakarta. This research was carried out through observation and interview to the citizens. The variables in the research are distribution and utilization of economic services, perception of economic service locations and orientation of economic service developments. Analysis was carried out through theoretical approach, secondary and primary data analyses. The results show that; 1) Economic services concentrate in the centre of the city followed by spatial problems, 2) The preference using economic services location are distance, habit, comfortable, and quantity and quality of goods, 3) The trend show economic service developments in urban fringe area are caused by limited space in the centre of the city, urban sprawl process, and location recommendation from costumer.

Key words: Economic services, spatial problems, urban fringe

PENDAHULUAN

Kota besar berfungsi sebagai pusat dari segala kegiatan, baik itu terkait dengan kegiatan ekonomi (pusat bisnis atau perdagangan), politik (kantor pemerintahan), sosial (pelayanan pendidikan, kesehatan), maupun budaya (bangunan sejarah, rekreasi budaya) dan lain sebagainya. Akibat dari terkonsentrasinya berbagai kegiatan di pusat kota timbul persoalan-persoalan seperti kemacetan lalu lintas, bertambah panjangnya waktu perjalanan, pengambil alihan ruang publik, kepadatan pemanfaatan ruang dan lain sebagainya.

Pinggiran kota (*the peri-urban region*) merupakan area yang mengelilingi kota ditunjukkan dengan adanya penglaju harian (*a daily commuting*) menuju ke pusat kota dengan jarak berkisar 30 kilometer dari pusat kota (McGee, 1991). Pinggiran kota juga merupakan areal yang seringkali menerima luberan kegiatan dan keterbatasan ruang kota. Pada daerah ini seringkali terjadi *urban sprawl* atau perembetan kenampakan fisik ruang dari perkotaan ke daerah pinggiran ditandai dengan keberadaan *Shopping Centre*, kampus, bank, hotel, perkantoran dan fasilitas perkotaan lainnya.

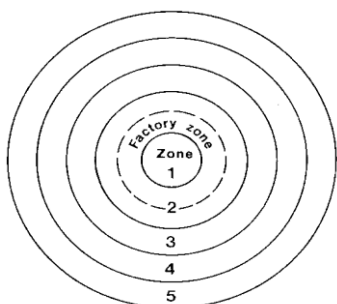
Faktor dekatnya jarak antara pinggiran kota dengan kota memungkinkan terjadi pergerakan penduduk menuju ke kota yang didorong oleh faktor kelengkapan fasilitas di kota yang lebih besar. Kondisi sebaliknya, gerakan penduduk akan mengarah ke pinggiran kota apabila pada daerah tersebut terdapat fasilitas yang mampu membangkitkan kegiatan dan menjadi tempat tujuan. Pernyataan ini diperkuat oleh hasil penelitian (Rachmawati dan Andri Kurniawan, 2006) yaitu terjadi kecenderungan penduduk pinggiran kota dalam memanfaatkan pelayanan ekonomi di kota terutama untuk memenuhi kebutuhan bulanan, tahunan dan kebutuhan barang mewah. Di sisi lain keberadaan kampus di pinggiran kota dapat menjadi magnet bagi timbulnya kegiatan pelayanan dan urbanisasi spasial (Rachmawati, 1999; Rachmawati dkk, 2004). Pada akhirnya pola-pola perilaku pergerakan akan mengakibatkan terciptanya pola-pola keruangan didalam kota (Chapin, 1965 dalam Yunus, 1999).

Gambaran tentang struktur ruang perkotaan pada era tahun 1923 dikemukakan oleh Burgess dalam Model Zona Konsentris (*Concentric Zone Model*) yang kemudian dikembangkan oleh Harris dan Ullman dalam Teori Pusat Kegiatan Banyak (*Multiple Nuclei Theory*) pada tahun 1945 (Hagget, 1965 dalam Chorley & Haggett, 1963; Ley, 1983 dalam Hall, 1998; Bourne, 1971; Chapin & Kaiser, 1979; Yunus, 2000). Pada model tersebut dinyatakan bahwa kawasan pusat kota (*Central Business district/CBD*) merupakan pusat segala kegiatan ditandai dengan aksesibilitas tinggi dan terdapatnya *Retail Business District* (RBD) dengan kegiatan dominan *department stores, office building, banks, hotels*. Harris dan Ullman menampilkan tumbuhnya *Outlying Bussines District* (OBD) pada zona di pinggiran kota, untuk memenuhi kebutuhan penduduk di permukiman kelas

menengah keatas (*medium-high class residential zone*) dan menarik fungsi-fungsi lain berada didekatnya. Posisi CBD dan OBD secara skematis ditunjukkan pada Gambar 1 dan 2.

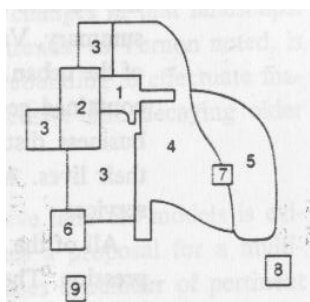
Berangkat dari dua teori besar tersebut, menarik untuk dikaji; Bagaimana lokasi pusat pelayanan ekonomi dan pemanfaatannya di perkotaan di Indonesia yang dalam hal ini dikaji melalui kasus Perkotaan Yogyakarta? Bagaimana persepsi pengguna layanan ekonomi terhadap lokasi pelayanan? Faktor-faktor apa yang mendorong pengguna layanan terhadap pemilihan lokasi pelayanan ekonomi? Bagaimana orientasi pengembangan lokasi pelayanan ekonomi di daerah penelitian?

Selanjutnya tulisan ini akan mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas melalui tujuan sebagai berikut; 1) Memberikan gambaran tentang sebaran pelayanan ekonomi dan pemanfaatannya oleh penduduk Kota Yogyakarta, 2) Memberikan gambaran tentang persepsi penduduk terhadap lokasi pelayanan ekonomi dan faktor-faktor yang mendorong pilihan lokasi pelayanan ekonomi, 3) Mengkaji kemungkinan pengembangan pelayanan ekonomi di pinggiran kota sebagai alternatif penanganan problematik ruang di Kota Yogyakarta.



1. Daerah Pusat Kegiatan (*Central Business District*)
2. Zona Peralihan (*Transition Zone*)
3. Zona Perumahan Para Pekerja (*Zone of Working Men's Homes*)
4. Zona Permukiman yang Lebih Baik (*Zone of Better Residences*)
5. Zona Para Penglaju (*Zone of Commuters*)

Gambar 1. Burgess's *Concentric Zone* (Model Zone Konsentris)



1. Daerah Pusat Kegiatan (*Central Business District*)
2. *Wholesale light Manufacturing*
3. Daerah Permukiman Klas Rendah (*Low Class Residential*)
4. Daerah Permukiman Klas Menengah (*Medium Class Residential*)
5. Daerah Permukiman Klas Tinggi (*High Class Residential*)
6. *Heavy Manufacturing*
7. *Outlying Business District*
8. *Zone Tempat Tinggal di Daerah Pinggiran (Retidential Sub-urb)*
9. *Zone Industri di daerah Pinggiran (Industrial Sub-urb)*

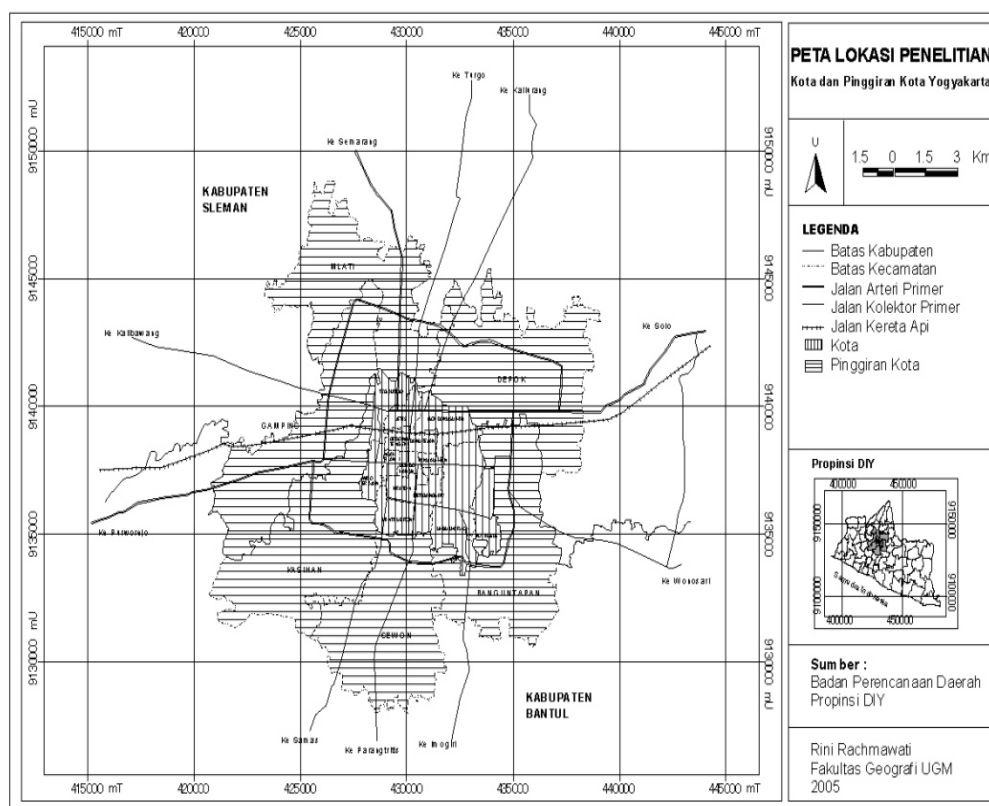
Gambar 2. Harris and Ullman's *Multiple Nuclei Theory* (Teori Pusat Kegiatan Banyak)

Sumber : Hagget, 1965 dalam Chorley & Haggett, 1963; Bourne 1971; Fielding, 1974; Ley, 1983 dalam Hall, 1998; Chapin & Kaiser, 1979; Yunus, 2000

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Perkotaan Yogyakarta, meliputi Kota Yogyakarta dan pinggiran kota yang terdiri atas kecamatan-kecamatan yang berbatasan langsung dengan Kota Yogyakarta. Beberapa kecamatan di pinggiran kota tersebut adalah Kecamatan Depok, Mlati dan Gamping yang terletak di Kabupaten Sleman serta Kecamatan Banguntapan, Sewon dan Kasihan yang terletak di Kabupaten Bantul. Untuk lebih jelasnya lokasi penelitian ditunjukkan pada Gambar 3.

Materi penelitian meliputi penggalan data dan informasi yang berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut : 1) Lokasi dan sebaran pelayanan ekonomi, 2) Pemanfaatan pelayanan ekonomi, 3) Persepsi lokasi pelayanan ekonomi, 4) Faktor pendukung penentuan lokasi pelayanan ekonomi, 5) Orientasi perkembangan pelayanan ekonomi. Penggalan data dilakukan melalui survei data sekunder, observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner.



Gambar 3. Peta Lokasi Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Ruang Perkotaan Yogyakarta

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terletak di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah penduduk 510.914 jiwa dengan kepadatan penduduk kurang lebih 15.720 jiwa per kilometer persegi pada tahun 2002. Pertumbuhan penduduk per tahun dari tahun 1985 sampai 2000 sebesar 6,38 %. Pertumbuhan penduduk yang tinggi ini disebabkan oleh tingkat urbanisasi yang tinggi pula terutama dari kelompok pelajar dan mahasiswa dan kelompok yang bekerja di sektor informal di Kota Yogyakarta.

Pada awalnya, tahun 1985 daerah yang mengalami kepadatan penduduk paling tinggi adalah di pusat kota demikian juga sampai dengan tahun 2002, namun demikian pada prediksi tahun 2014 menunjukkan pergeseran kepadatan penduduk sehingga terjadi pemadatan pada daerah pinggiran kota. Hal ini terjadi karena keterbatasan ruang di pusat kota sehingga perkembangan permukiman dan tempat tinggal bergeser ke arah pinggiran kota. Selanjutnya perkembangan jumlah penduduk dan kepadatan di Kota Yogyakarta dan pinggiran kota dapat dilihat melalui Tabel 1 dan Gambar 4.

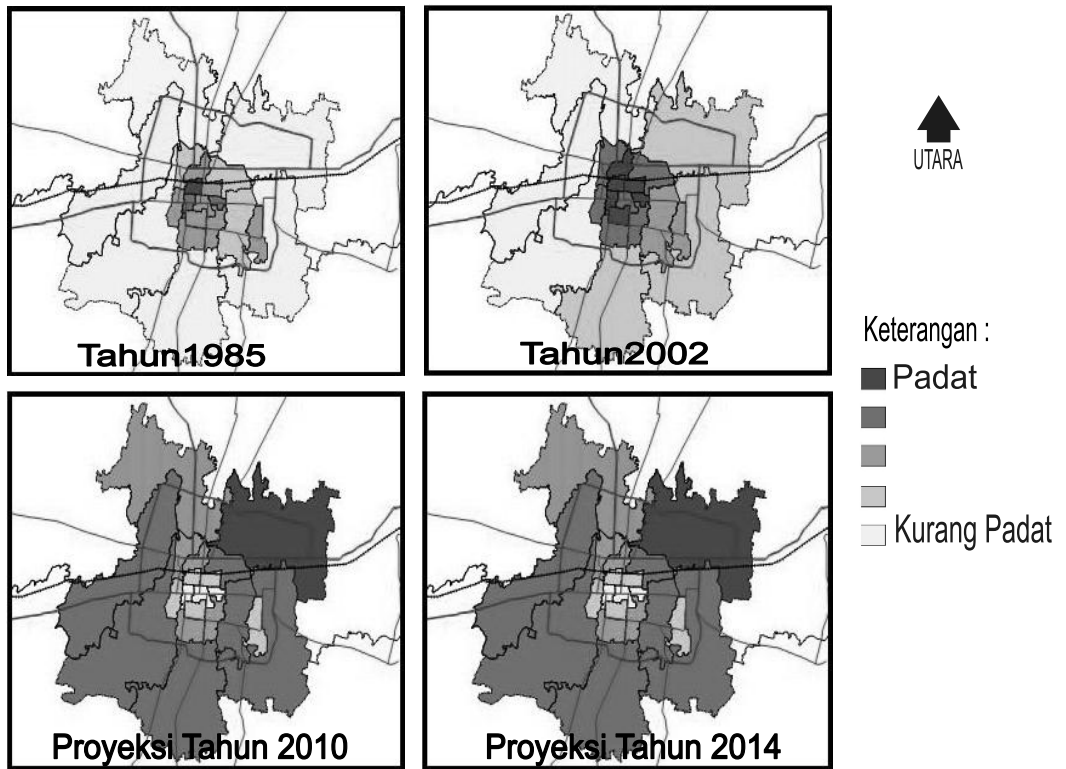
Tabel 1. Perkembangan Kepadatan Penduduk di Kota Yogyakarta dan Pinggiran Kota

Area	Luas Wilayah Km ²	Kepadatan Penduduk Th 2002	Jumlah Penduduk Th 1985	Jumlah Penduduk TH 2002	Pertumbuhan Penduduk Th 1985-2002 (%)
Kota Yogyakarta	32,5	15.720	413.549	510.914	6,38
Pinggiran Kota di Wilayah Kab. Sleman (Termasuk Kec. Gamping & Ngaglik)	158,68	2.393	283.258	379.718	8,10
Pinggiran Kota di Wilayah Kab. Bantul	88,02	2.596	178.752	228.493	7,65

Sumber : Bappeda Propinsi DIY Th 2002

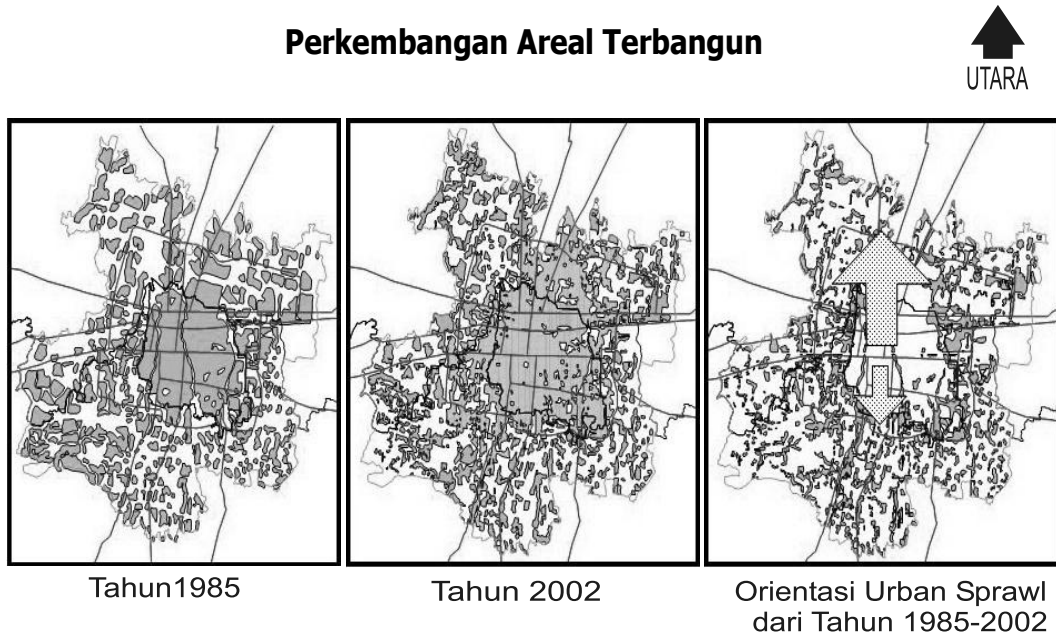
Perkembangan penduduk di Kota Yogyakarta dan pinggiran kota diikuti oleh perubahan penggunaan lahan. Perubahan penggunaan lahan dari lahan terbuka menjadi lahan terbangun pada periode waktu tahun 1990-1999 sebesar 0,38 kilometer persegi pertahun. Melalui Gambar 5 dapat dilihat perkembangan lahan terbangun (*built up area*) mengarah ke daerah pinggiran. Proses *urban sprawl* terutama menuju ke arah utara yaitu Kabupaten Sleman ditunjukkan oleh hadirnya beberapa fasilitas kota seperti Kampus (Rachmawati, 1999), *Shopping Centre* dan perumahan skala besar (Gambar 6).

Perubahan Kepadatan Penduduk



Sumber : Bappeda Propinsi DIY, 2004

Gambar 4. Perkembangan Kepadatan Penduduk (Rachmawati dalam Christine Knie, 2005)

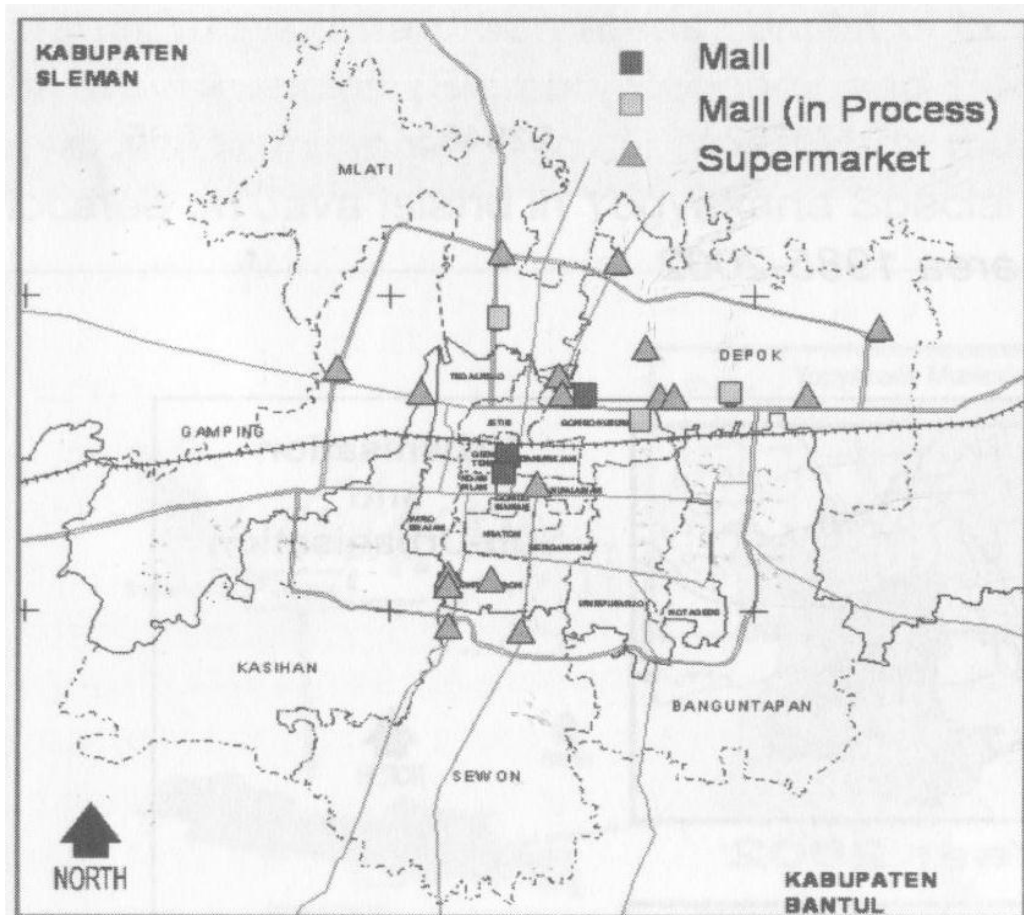


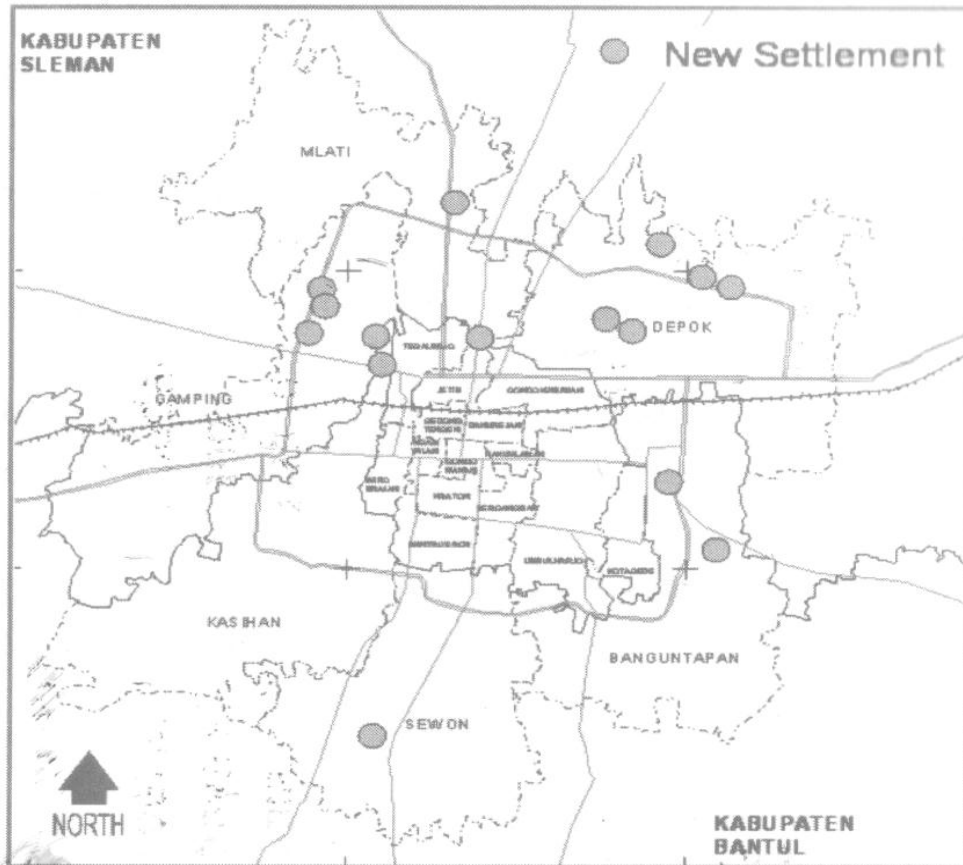
Sumber : Bappeda Propinsi DIY, 2004

Gambar 5. Perkembangan Areal Terbangun dan Orientasi Urban Sprawl di Perkotaan Yogyakarta (Rachmawati dalam Christine Knie, 2005)

Pelayanan ekonomi perkotaan seperti mall dan supermarket/hypermarket tumbuh dengan pesat di pusat kota, seperti di Kawasan Malioboro dan Kawasan Jalan Solo (Gambar 6). Hal ini mengakibatkan pada kedua kawasan tersebut tumbuh berbagai aktivitas ikutan seperti munculnya pedagang kaki lima yang menjual makanan maupun barang kerajinan dan mengambil ruang-ruang sempit dan terbatas sehingga menambah padatnya pemanfaatan ruang yang ada pada kedua kawasan tersebut.

Tingginya pengunjung mall/supermarket pada kawasan malioboro menyebabkan tingginya volume kendaraan yang lewat pada ruas Jalan Malioboro. Sempitnya ruang parkir yang tersedia menjadikan ruang publik untuk pejalan kaki (trotoar) beralih fungsi untuk ruang parkir bahkan untuk areal berjualan pedagang kaki lima. Titik-titik kemacetan selalu terjadi pada beberapa ruas jalan dan beberapa pertemuan jalan (perempatan) pada kawasan pusat kota tersebut (Gambar 7). Hal ini menyebabkan kurangnya kenyamanan dalam berlalu lintas dan dalam beraktivitas yang terkait dengan belanja maupun wisata di bagian pusat kota (kawasan *central bussines district*).





Gambar 6. Persebaran Pelayanan Ekonomi dan Perumahan Baru di Perkotaan Yogyakarta (Rachmawati dalam Christine Knie, 2005)

Pemanfaatan Pelayanan Ekonomi

Penduduk pinggiran Kota Yogyakarta sebagian masih memanfaatkan pelayanan ekonomi di pusat kota (Rachmawati, 2004). Mereka berbelanja terutama untuk kebutuhan bulanan dan tahunan di mall dan supermarket di pusat kota. Kegiatan belanja ke kota juga dipandang sebagai bagian dari kegiatan *refreshing* bersama keluarga. Adanya fenomena pola belanja penduduk pinggiran kota ke pusat kota juga ditegaskan oleh (Muta'ali, 2001) dalam penelitiannya tentang pola ruang belanja wanita di kompleks perumahan pinggiran kota. Sebesar 70 % wanita di lokasi penelitian membelanjakan uangnya di Kota Yogyakarta dan hanya 30 % yang berputar di wilayah lokal berada dan sekitarnya, semakin tinggi strata perumahan semakin jauh ruang belanjanya, hal ini dipengaruhi oleh faktor pendidikan, penghasilan, pengeluaran, lokasi sekolah, lokasi kerja, di samping juga jenis kebutuhan, harga murah, kelengkapan barang, dan kesamaan tempat kerja atau sekolah. Kondisi tersebut di atas tentunya akan membawa persoalan semakin tingginya pemanfaatan ruang jalan dan ruang kawasan di pusat kota.

Perkembangan jumlah mall di perkotaan Yogyakarta semakin bertambah dengan hadirnya beberapa mall baru (seperti Ambarukmo Plaza dan Saphir Square). Dewasa ini ada kecenderungan mall, supermarket dan hypermarket berlokasi di pinggiran kota (seperti indogrosir, alfa, makro). Hal ini didorong oleh faktor keberadaan permukiman baru yang tumbuh subur di daerah pinggiran. Penduduk di area tersebut tentunya membutuhkan layanan untuk mencukupi kebutuhannya, mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai pada barang mewah (elektronik, pakaian, kendaraan bermotor dll).

Penjelasan tentang supermarket atau *grocery store* adalah toko (*store*) yang menjual aneka macam makanan (*wide variety of food*), kebanyakan supermarket juga menjual produk rumah tangga lainnya yang dikonsumsi secara rutin/tetap seperti produk kebersihan rumah tangga (*household cleaning products*), obat-obatan, pakaian, dan produk selain makanan. Supermarket dengan layanan yang lebih besar dikombinasikan dengan *department store* (toko serba ada) dikenal dengan sebutan *hypermarket*. (<http://en.wikipedia.org/wiki/supermarket>). Sedangkan Mall (Shopping Mall) merupakan pusat pertokoan yang terdiri dari deretan toko-toko pengecer, dimana toko-toko pengecer berorientasi ke ruang terbuka/mal (Rukayah, 2005).

Terkait dengan pemanfaatan supermarket dan mall, hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan kunjungan ke mall lebih banyak untuk mencari hiburan/refreshing dibanding untuk tujuan berbelanja. Selain itu mall juga merupakan tempat yang dituju untuk bertemu teman/relasi disamping untuk kepentingan survei harga/bisnis. Sebaliknya tujuan mengunjungi supermarket terutama untuk berbelanja, hanya sebagian kecil saja yang bertujuan untuk mencari hiburan/refreshing, survei harga/bisnis dan bertemu teman/relasi. Selanjutnya tujuan kedatangan responden ke mall dan supermarket dapat dilihat melalui Tabel 2.

Tabel 2. Tujuan Kedatangan Responden ke Mall/Supermarket

Tujuan Kedatangan	Lokasi Wawancara	
	Mall	Supermarket
Belanja	45	93
Mencari hiburan/refreshing	77	19
Survei harga,/ bisnis	14	12
Bertemu teman/relasi	14	6

Sumber : Analisis Data Primer, 2005

Keterangan : jawaban responden lebih dari satu

Terdapat perbedaan alasan utama antara pemilihan mall dan supermarket pada lokasi yang dituju (Tabel 3). Pemilihan mall pada lokasi yang dituju lebih kepada suasana yang nyaman dan kelengkapan barang, sementara responden di supermarket alasan paling banyak dikemukakan adalah kedekatan dengan tempat tinggal disamping juga kelengkapan barang. Alasan yang lain yang menjadi pertimbangan keduanya adalah kualitas barang, harga murah (khususnya di supermarket) dan terletak pada lokasi yang strategis (CBD, dekat dengan tujuan lain, dekat dengan tempat kerja dan kampus/sekolah) serta adanya fasilitas pendukung parkir (khususnya di lokasi supermarket).

Terkait dengan kondisi ruang jalan yang berpengaruh terhadap kenyamanan pencapaian lokasi pelayanan ekonomi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi perjalanan menuju mall sebagian besar menyatakan bahwa lalu lintas padat dan macet. Sementara responden di supermarket mengatakan lalu lintas lancar. Sebagaimana telah digambarkan sebelumnya bahwa lokasi mall dalam penelitian ini adalah terletak di pusat kota, sedangkan lokasi supermarket berada di pinggiran kota.

Tabel 3. Alasan Memilih Mall dan Supermarket

Alasan memilih Mall dan Supermarket	Frekuensi	
	Mall	Supermarket
Dekat dengan tempat tinggal	20	52
Suasana yang nyaman	63	30
Kelengkapan barang	36	42
Kualitas barang	16	6
Harga murah	-	17
Lokasi strategis (CBD, Dekat dengan tujuan lain, Dekat dengan tempat kerja dan kampus/sekolah)	6	14
Fasilitas pendukung (parkir mudah, luas dan gratis, mudah membawa barang ke tempat parkir)	-	6

Sumber : Analisis Data Primer, 2005.

Keterangan : jawaban responden lebih dari satu

Tabel 4. Kondisi Perjalanan Menuju Mall/Supermarket

Kondisi Jalan	Mall		Supermarket	
	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Lalu lintas padat & macet	57	57.0	3	3.0
Lalu lintas padat tetapi tidak terjadi kemacetan	22	22.0	15	15.0
Lalu lintas lancar	21	21.0	82	82.0
Total	100	100.0	100	100.0

Sumber : Analisis Data Primer, 2005

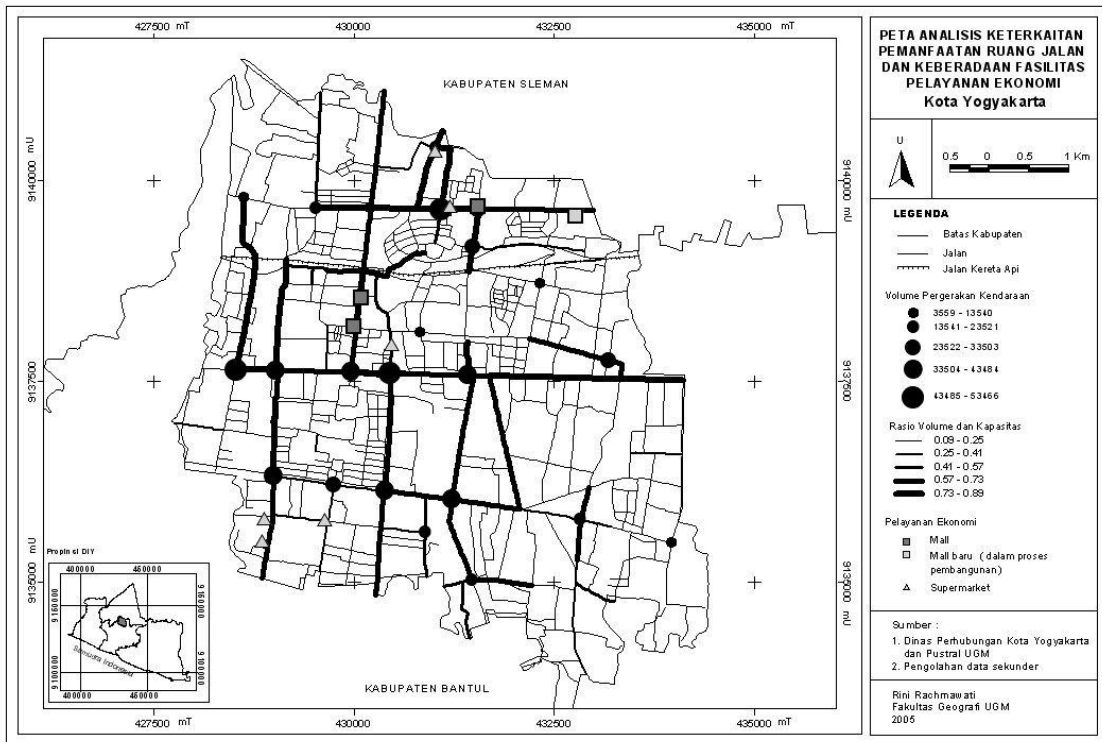
Frekuensi mengunjungi mall dan supermarket dinyatakan oleh sebagian besar responden tidak tentu atau sesuai kebutuhan (Tabel 5). Namun sebagian besar yang lain menjawab frekuensi kedatangan sebulan sekali, dua minggu sekali dan seminggu sekali. Frekuensi dari pemanfaatan pelayanan ekonomi ini terkait erat dengan pemanfaatan ruang jalan dan ruang kawasan. Semakin besar frekuensi pemanfaatan pelayanan ekonomi tentunya semakin intensif pula pemanfaatan ruang jalan dan ruang kawasan.

Tabel 5. Frekuensi Kunjungan ke Mall/Supermarket

Frekuensi kunjungan	Malioboro		Supermarket	
	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Tidak tentu/sesuai kebutuhan	39	39.0	26	26.0
Sebulan sekali	21	21.0	14	14.0
Dua minggu sekali/Sebulan dua kali	15	15.0	22	22.0
Seminggu sekali	11	11.0	22	22.0
Lebih dari sekali dalam satu minggu	6	6.0	9	9.0
Dua-Tiga bulan sekali	4	4.0	2	2.0
1 tahun sekali	2	2.0	-	-
Pertama-kedua kali kehadiran	2	2.0	5	5.0
Total	100	100.0	100	100.0

Sumber : Analisis Data Primer, 2005

Gambar 7 menunjukkan keterkaitan antara pemanfaatan ruang jalan dan keberadaan pelayanan ekonomi. Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa lokasi pelayanan ekonomi berpengaruh besar terhadap pemanfaatan ruang jalan. Pemanfaatan ruang jalan yang sangat intensif ditunjukkan oleh besarnya volume pergerakan kendaraan pada pertemuan lengan-lengan jalan (perempatan jalan) sehingga berpotensi menimbulkan kemacetan.



Gambar 7. Peta Analisis Keterkaitan Pemanfaatan Ruang Jalan dan Lokasi Pelayanan Ekonomi

Orientasi Pengembangan Lokasi Pelayanan Ekonomi

Hasil penelitian pada kedua lokasi pelayanan ekonomi, yaitu mall di pusat kota dan supermarket di pinggiran kota, menunjukkan bahwa lokasi kedua pelayanan dipandang sesuai hingga sangat sesuai oleh pengguna layanan (Tabel 6). Sebagian besar responden (91%) menyatakan bahwa lokasi mall di pusat kota dipandang sudah sesuai hingga sangat sesuai, dengan alasan strategis dan mudah dijangkau karena terletak di tengah-tengah kota. Sebagian besar responden (95 %) juga menyatakan bahwa lokasi supermarket di pinggiran kota dipandang sesuai-sangat sesuai terutama dengan alasan mudah dijangkau, strategis dan dekat dengan tempat tinggal. Nampaknya faktor kenyamanan agak terabaikan dalam memandang kesesuaian lokasi untuk mall di pusat kota, karena meski terkendala oleh kondisi ruang jalan yang sering macet ketika menuju ke lokasi mall namun lokasi tersebut masih dipandang sesuai.

Tabel 6. Pendapat tentang Lokasi yang Dituju

Waktu	Malioboro Mall		Supermarket Indogrosir	
	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Sangat sesuai	10	10.0	19	19.0
Sesuai	81	81.0	76	76.0
Tidak sesuai	9	9.0	4	4.0
Sangat tidak sesuai	0	0.0	1	1.0
Total	100	100.0	100	100.0

Sumber : Analisis Data Primer, 2005

Selanjutnya untuk mendapatkan data yang lebih valid terkait dengan orientasi pengembangan pelayanan ekonomi, analisis akan diperdalam dengan hasil wawancara terhadap penduduk kota yang diwakili oleh rumah tangga yang ada di Kota Yogyakarta dengan sampel berjumlah 1000 responden. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 46,40% responden mengatakan bahwa lokasi mall sebaiknya di pusat kota dengan alasan karena pusat kota merupakan tempat konsentrasi penduduk. Namun demikian sebesar 42,50% dari responden mengatakan lokasi yang sesuai untuk mall justru di pinggiran kota dengan alasan karena pinggiran lebih luas (ketersediaan ruang) dan nyaman. Untuk pelayanan supermarket, pendapat terbanyak mengatakan bahwa lokasi yang paling sesuai untuk supermarket adalah di pinggiran kota (51,2%) dengan alasan untuk mengurangi kepadatan dan kemacetan di pusat kota. Namun 34,1% responden menyatakan supermarket lebih sesuai di pusat kota dengan alasan untuk mengurangi persaingan dengan pasar tradisional dan toko kelontong. Selanjutnya pendapat responden tentang lokasi yang sesuai untuk pelayanan ekonomi (mall dan supermarket) disajikan pada Tabel 7.

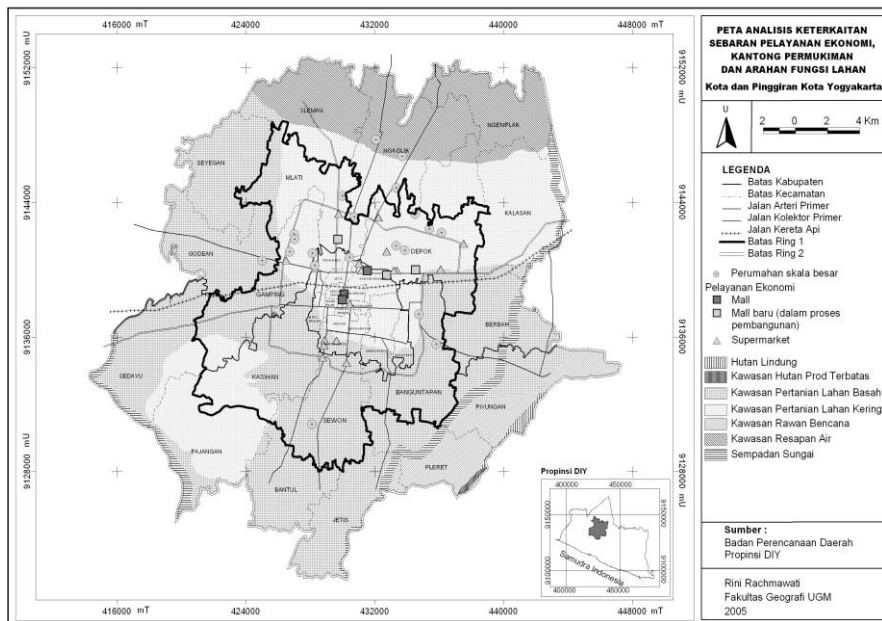
Berdasarkan hasil wawancara dengan kuesioner tersebut nampak bahwa pinggiran kota merupakan alternatif lain dalam pengembangan lokasi pelayanan ekonomi dengan alasan-alasan lebih nyaman, ketersediaan ruang, mengurangi kepadatan dan kemacetan kota. Kembali pada model struktur keruangan yang dikemukakan oleh Burgess bahwa *Central Business District* merupakan pusat segala kegiatan kota dengan aksesibilitas tinggi, didalamnya terdapat *Retail Business District* ditandai dengan kegiatan dominan retail (*department stores* dll), nampaknya Kota Yogyakarta juga mengikuti model struktur keruangan ini dimana pusat kota sebagai pusat pelayanan ekonomi. Munculnya *OB* (*Outlying Business District*) yang dikemukakan Haris dan Ullman pada zone *medium class* dan *high class residential* di pinggiran kota nampaknya juga terjadi di Perkotaan Yogyakarta yang ditunjukkan oleh beberapa supermarket berlokasi di pinggiran kota seiring dengan berkembangnya permukiman-permukiman baru di pinggiran

kota. Namun demikian perlu dilakukan kajian lebih lanjut berkaitan dengan analisis sebaran lokasi pelayanan ekonomi, kantong permukiman dan arahan fungsi lahan. Berdasarkan peta analisis yang ditunjukkan pada Gambar 8, kedepan perlu lebih dipertimbangkan lagi dalam penentuan lokasi pelayanan ekonomi dengan mempertimbangkan pada arahan fungsi lahan.

Tabel 7. Pendapat tentang Lokasi yang Sesuai untuk Pelayanan Mall/Supermarket

No	Lokasi Yang Sesuai untuk Pelayanan Mal	Mall		Supermarket	
		f	%	f	%
1	Di pusat kota	464	46.4	341	34.1
2	Di pinggiran kota	425	42.5	512	51.2
3	Di luar kota	30	3.0	27	2.7
4	Di pusat dan pinggiran kota (merata)	26	2.6	45	4.5
5	Di pusat, pinggiran dan luar kota	9	0.9	14	1.4
6	Tempat strategis	5	0.5	11	1.1
7	Di tiap kelurahan	-	-	2	0.2
8	Tidak menjawab	41	4.1	48	4.8
Total		1000	100.00	1000	100.0

Sumber : Analisis Data Primer, 2005



Gambar 8. Peta Analisis Keterkaitan Sebaran Pelayanan Ekonomi, Kantong Permukiman dan Arahan Fungsi Lahan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa; 1) Penumpukan pelayanan ekonomi di pusat kota diikuti oleh permasalahan terkait dengan ruang, 2) Pilihan lokasi pemanfaatan pelayanan ekonomi oleh penduduk didorong oleh faktor kedekatan, kebiasaan, kenyamanan dan variasi/kelengkapan barang (kuantitas) serta kualitas barang, 3) Terjadi kecenderungan pengembangan pelayanan ekonomi di pinggiran Kota Yogyakarta oleh faktor keterbatasan ruang kota, adanya pengembangan kawasan pinggiran kota (proses *urban sprawl*) serta rekomendasi lokasi oleh pengguna layanan (penduduk kota).

Beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah; 1) Pengembangan pelayanan ekonomi khususnya mall dan supermarket pada masa depan harus mempertimbangkan dan memperhitungkan pada perkiraan kebutuhan penduduk akan pelayanan ekonomi, 2) Penentuan lokasi pelayanan ekonomi perlu memperhatikan pada dampak terhadap lingkungan sekitar, yaitu dampak terhadap pemanfaatan ruang jalan, ruang kawasan dan dampak terhadap kegiatan lain seperti kemungkinan bangkitnya kegiatan baru lainnya (PKL) dan kelangsungan dari pelayanan ekonomi skala kecil (warung, toko, pasar tradisional), 3) Pelayanan ekonomi (mall dan supermarket) yang ada di area CBD tetap dapat dipertahankan keberadaannya namun perlu pembatasan terhadap hadirnya atau munculnya mall dan supermarket baru. Pengembangan selanjutnya lebih diarahkan pada daerah pinggiran sebagai OBD yang melayani kelompok permukiman baru di pinggiran kota pada kelas ekonomi menengah keatas. Dimungkinkan pengembangan pelayanan ekonomi di daerah pinggiran tersebut nantinya dapat tumbuh menjadi CBD "baru". Sehingga dimungkinkan juga penduduk di pusat kota mengakses pelayanan ekonomi di pinggiran kota tidak hanya sekedar untuk pemenuhan kebutuhan namun dapat juga untuk kegiatan *refreshing* atau wisata belanja keluarga, mengingat kondisi dan situasi di pinggiran kota relatif lebih nyaman, 4) Pengembangan pelayanan ekonomi tidak hanya ditujukan pada keuntungan (*profit oriented*) tetapi harus memandang pula pada faktor keseimbangan ruang (*spatial balance*) sehingga masih dapat menampilkan keserasian, keindahan dan kenyamanan kota disamping kemegahan dan keramaian kota dengan hadirnya berbagai fungsi pelayanan tersebut, 5) Pengembangan pelayanan ekonomi di daerah pinggiran harus memperhatikan pada fungsi lahan utama yang akan dipergunakan sebagai lokasi. Diupayakan lokasi pengembangan baru tidak menempati pada lahan produktif maupun kawasan yang lindung (kawasan resapan air). Lokasi pengembangan pelayanan ekonomi tidak tersebar tetapi berada pada satu kawasan dengan didukung oleh infrastruktur yang memadai, sehingga tidak akan terjadi inefisiensi dalam penyediaan infrastruktur (menghindari pola lompat katak atau *leap frog*).

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini terlaksana atas dukungan dana dari Lembaga Penelitian Universitas Gadjah Mada melalui Anggaran DIPA dengan surat perjanjian pelaksanaan penelitian nomor 2747/PIII/Set.r./2005 tanggal 1 Juni 2005, untuk itu diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan yang diberikan. Terimakasih pula kepada Prof. Dr. R. Rijanta, M.Sc yang telah memberikan arahan dalam penelitian ini dan semua pihak yang telah memberikan bantuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda DIY, 2004, Strategi Pertumbuhan Perkotaan Yogyakarta.
- Bourne, L.S., 1971, *Internal Structure of The City*, Oxford University Press, New York.
- Chapin, F. Stuart, Jr. and Edward J. Kaiser, 1979, *Urban Land Use Planning*. Third Edition, University of Lillinois Press Urbana Chicago London.
- Fielding, G.J., 1974, *Geography as Social Science*, Harper & Row Publishers, New York.
- Hall, Tim, 1998, *Urban Geography*, Routledge Contemporary Human Geography, London and New York.
- McGee, 1991, *The Emergence of Desakota Regions in Asia : Expanding a Hypothesis*, 6-7, in Ginsburg N at al, *The Extended Metropolis :settlement Transition in Asia*, 1991, University of Hawaii Press, Honolulu.
- Muta'ali , 2001, Peranan Wanita Dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal Studi Kasus Pola Ruang Belanja Wanita di Kompleks Perumahan, daerah Pinggitan Kota, *Majalah Geografi Indonesia*, Vol. 15 Nomor 2.
- Rachmawati, R,1999, Peranan Kampus Sebagai Pemicu Kegiatan Pelayanan dan Urbanisasi Spasial Serta Faktor-faktor yang Mempengaruhi, Studi Kasus di Pinggiran Kota Yogyakarta, *Tesis*, Program Studi Magister Perencanaan Kota dan Daerah, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Rachmawati, R, R. Rijanta, Leksono P.S., 2004. Peranan Kampus Sebagai Pemicu Urbanisasi Spasial di Pinggiran Kota Yogyakarta. *Majalah Geografi Indonesia*, 18 (1):45-56.

- Rachmawati,R. dan Andri Kurniawan, 2006, Pola Perilaku Keruangan Penduduk Pinggiran Kota dan Pengaruhnya Terhadap Konsentrasi Kegiatan di Kota Yogyakarta, *Jurnal Majalah Geografi Indonesia*, 20 (1),20-31.
- Rachmawati, R, 2005 Urbanization and Development in Technology Case Studies of Yogyakarta Urban Area dalam Christine Knie, 2005, *Urban and Periurban Developments-Structures, Processes and Solutions*, Souteast-German Summer School, Cologne, Germany.
- Rachmawati, R, 2008, Transformasi Spasial, Ekonomi dan Sosial di Daerah Perdesaan Pinggiran Kota : Studi Kasus Pada Kawasan Sekitar Kampus UII, Kabupaten Sleman. Dalam Suhardjo, A.J., 2008, *Geografi Perdesaan : Sebuah Antologi*, IdeAs, Yogyakarta.
- Rukayah, S, 2005, Simpang Lima Semarang, Lapangan Dikepung Ritel., Badan Penerbit UNiversitas Diponegoro ISBN 979 704-245-6.
- Yunus, H.S. 1999, *Struktur Tata Ruang Kota*, 173-175, Pustaka Pelajar ,Yogyakarta.
- <http://en.wikipedia.org/wiki/supermarket>, *Supermarket From Wikipedia, the free encyclopedia.*