

*“ Studi Komparasi Pasar Modern Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center  
(BTC) Kota Bukittinggi Terhadap Daya Tarik Geografis “*

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan Strata Satu (SI)*



Oleh:  
**HILMA PERMATA SUCI**  
73522/06

**PENDIDIKAN GEOGRAFI  
FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2011**

## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

### **STUDI KOMPARASI PASAR MODERN BUKITTINGGI PLAZA DENGAN BANTO TRADE CENTER (BTC) KOTA BUKITTINGGI TERHADAP DAYA TARIK GEOGRAFIS**

**Nama** : Hilma Permata Suci  
**BP/ NIM** : 2006/ 73522  
**Program Studi** : Pendidikan Geografi  
**Jurusan** : Geografi  
**Fakultas** : Ilmu-Ilmu Sosial

**Padang, Februari 2011**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Drs.Marnis Nawi, M.Pd**  
**NIP:194702151976021001**

**Yudi Antomi, S.Si, M.Si**  
**NIP:196812102008011012**

**Mengetahui,**  
**Ketua Jurusan Geografi**

**Dr.Paus Iskarni, M.Pd**  
**NIP:196305131989031003**

## HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Geografi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Padang*

### STUDI KOMPARASI PASAR MODERN BUKITTINGGI PLAZA DENGAN BANTO TRADE CENTER (BTC) KOTA BUKITTINGGI TERHADAP DAYA TARIK GEOGRAFIS

Nama : Hilma Permata Suci  
NIM : 2006.73522  
Jurusan : Geografi  
Fakultas : Ilmu-Ilmu Sosial

Padang, Februari 2011

Tim Penguji

Nama Tanda Tangan

Ketua : Drs. Marnis Nawi, M.Pd

\_\_\_\_\_

Sekretaris : Yudi Antomi, S.Si, M.Si

\_\_\_\_\_

Anggota : Dra. Rahmanelli, M.Pd

\_\_\_\_\_

Anggota : Dr. Paus Iskarni, M.Pd

\_\_\_\_\_

Anggota : Triyatno, S.Pd, M.Si

\_\_\_\_\_

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR PETA.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b>	
A. Kajian Teori.....	10
B. Penelitian yang Relevan.....	17
C. Kerangka Konseptual.....	19
D. Hipotesis.....	20

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel.....	22
C. Variabel dan Data Penelitian.....	24
D. Instrumen Penelitian.....	26
E. Teknik Analisa Data.....	29

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Daerah Penelitian.....	31
B. Temuan Penelitian.....	33
C. Pengujian Persyaratan Analisa Data.....	69
D. Pengujian Hipotesis.....	70
E. Wilayah Pengaruh Faden.....	74
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	90

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel III1. Jumlah Pedagang Pasar Modern.....	22
Tabel III2. Jumlah Sampel Responden Pasar Modern.....	23
Tabel III3. Tabel Instrumen Penelitian.....	28
Tabel 4.1. Distribusi Perbedaan Frekuensi Barang Dagangan yang Diolah Sendiri antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	34
Tabel 4. 2. Distribusi Perbedaan Frekuensi Daerah Asal Mendapatkan Barang Dagang Hingga Sampai Dipasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	36
Tabel 4. 3. Distribusi Perbedaan Frekuensi Barang Dagang yang Didominasi Untuk Dipasarkan Berdasarkan Daerah Asal Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	37
Tabel 4. 4. Distribusi Perbedaan Frekuensi Barang Dagang Berdasarkan Sarana Transportasi yang Digunakan Untuk Menjemput Barang Dagangan Kedaerah Produksi antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	39
Tabel 4. 5. Distribusi Perbedaan Frekuensi Waktu yang Dibutuhkan Dalam Mendatangkan Barang Dagang Kepasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	40
Tabel 4. 6. Distribusi Perbedaan Frekuensi Biaya Transportasi yang Dikeluarkan Dalam Mendatangkan Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	42
Tabel 4. 7. Distribusi Perbedaan Frekuensi Peningkatan Jumlah Konsumen Tiap Tahunnya antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	43
Tabel 4. 8. Distribusi Perbedaan Frekuensi Peningkatan Jumlah Pembeli Pada	

Akhir Pekan, Hari Besar dan Saat Liburan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	45
Tabel 4. 9. Distribusi Perbedaan Frekuensi Daerah Asal Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	47
Tabel 4. 10. Distribusi Perbedaan Frekuensi Tipe Konsumen yang Dilayani Berdasarkan Jumlah Barang Dagangan yang Terjual antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	48
Tabel 4. 11. Distribusi Perbedaan Frekuensi Jumlah Pembelian yang Besar Pada Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	50
Tabel 4. 12. Distribusi Perbedaan Frekuensi Tujuan Pembelian Barang Dagang Oleh Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	52
Tabel 4. 13. Distribusi Perbedaan Frekuensi Hambatan Konsumen Keparas Modern Berdasarkan Jarak Daerah Asal Konsumen Keparas Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	53
Tabel 4. 14. Distribusi Perbedaan Frekuensi Penataan dan Kelancaran Sarana Jalan Menuju Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	55
Tabel 4. 15. Distribusi Perbedaan Frekuensi Jarak Pasar Modern Kebatas Kota Terdekat antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center Kota Bukittinggi.....	56
Tabel 4. 16. Distribusi Perbedaan Frekuensi Kualitas Import Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	58
Tabel 4. 17. Distribusi Perbedaan Frekuensi Pengaruh Biaya Transportasi	

	Terhadap Jumlah barang dagang yang dibeli antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	59
Tabel 4. 18.	Distribusi Perbedaan Daya Tarik Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	60
Tabel 4. 19.	Distribusi Perbedaan Frekuensi Lokasi Pasar Modern yang Strategis antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	63
Tabel 4. 20.	Distribusi Perbedaan Frekuensi Kondisi Bangunan, Fasilitas dan Dan Kenyamanan Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	65
Tabel 4. 21.	Distribusi Perbedaan Frekuensi Pengaruh Letak Pasar Modern yang Berdekatan dengan Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	66
Tabel 4. 22.	Distribusi Perbedaan Frekuensi Damapak Lokasi Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern yang Berada Dispasia yang Sama antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	68
Tabel 4. 23.	Hasil Uji Normalitas Data.....	69
Tabel 4. 24.	Hasil Uji Homogenitas Data.....	70
Tabel 4. 25.	Distribusi Rata-Rata Aksesibilitas Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	71
Tabel 4. 26.	Uji T Test Aksesibilitas Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	72
Tabel 4. 27.	Distribusi Rata-Rata Aksesibilitas Konsumen antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	73
Tabel 4. 28.	Uji T Test Aksesibilitas Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	73

Tabel 4. 29. Penetapan Jalur/Rute Angkutan Pedesaan Keluar Masuk Dalam Kota Bukittinggi.....	75
Tabel 4. 30. Penetapan Jalur/Lintasan Mobil Barang Keluar Masuk Dalam Kota Bukittinggi.....	76
Tabel 4. 31. Penetapan Jalur/Lintasan Mobil Barang Keluar Masuk Dalam Kota Bukittinggi.....	77
Tabel 4. 32. Hasil Pengolahan Data Wilayah Pengaruh Faden antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	79

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4. 1. Histogram Distribusi Perbedaan Barang Dagangan yang Diolah Sendiri antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 34
- Gambar 4. 2. Histogram Distribusi Perbedaan Daerah Asal Mendapatkan Barang Dagang Hingga Sampai Dipasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 36
- Gambar 4. 3. Histogram Distribusi Perbedaan Barang Dagang yang Didominasi Untuk Dipasarkan Berdasarkan Daerah Asal Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 38
- Gambar 4. 4. Histogram Distribusi Perbedaan Barang Dagang Berdasarkan Sarana Transportasi yang Digunakan Untuk Menjemput Barang Dagang Kedaerah Produksi antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) ..... 39
- Gambar 4. 5. Histogram Distribusi Perbedaan Waktu yang Dibutuhkan Dalam Mendatangkan Barang Dagang Kepasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 41
- Gambar 4. 6. Histogram Distribusi Perbedaan Biaya Transportasi yang Dikeluarkan Dalam Mendatangkan Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 42
- Gambar 4. 7. Histogram Distribusi Perbedaan Peningkatan Jumlah Konsumen Tiap Tahunnya antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 44
- Gambar 4. 8. Histogram Distribusi Perbedaan Peningkatan Jumlah Pembeli Pada Akhir Pekan, Hari Besar, dan Saat Liburan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi..... 45

Gambar 4. 9. Histogram Distribusi Perbedaan Daerah Asal Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	47
Gambar 4. 10. Histogram Distribusi Perbedaan Tipe Konsumen yang Dilayani Berdasarkan Jumlah Barang Dagang yang Terjual antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	49
Gambar 4. 11. Histogram Distribusi Perbedaan Jumlah Pembelian yang Besar Pada Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	50
Gambar 4. 12. Histogram Distribusi Perbedaan Tujuan Pembelian Barang Dagang Oleh Konsumen Tetap antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	52
Gambar 4. 13. Histogram Distribusi Perbedaan Hambatan Konsumen Keparas Modern Berdasarkan Jarak Daerah Asal Konsumen Keparas Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	54
Gambar 4. 14. Histogram Distribusi Perbedaan Penataan dan Kelancaran Sarana Jalan Menuju Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	55
Gambar 4. 15. Histogram Distribusi Perbedaan Jarak Pasar Modern Keatas Kota Terdekat antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	57
Gambar 4. 16. Histogram Distribusi Perbedaan Kualitas Import Barang Dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	58
Gambar 4. 17. Histogram Distribusi Perbedaan Pengaruh Biaya Transportasi Terhadap Jumlah Barang Dagang yang Dibeli antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	60

Gambar 4. 18. Histogram Distribusi Perbedaan Daya Tarik Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	61
Gambar 4. 19. Histogram Distribusi Perbedaan Lokasi Pasar Modern yang Strategis antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	63
Gambar 4. 20. Histogram Distribusi Perbedaan Kondisi Bangunan, Fasilitas dan Kenyamanan Pasar Modern antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	65
Gambar 4. 21. Histogram Distribusi Perbedaan Pengaruh Letak Pasar Modern yang Berdekatan dengan Pasar Tradisional Terhadap Jumlah Penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	66
Gambar 4. 22. Histogram Distribusi Perbedaan Dampak Lokasi Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern yang Berada Dispasial yang Sama Terhadap Jumlah Penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi.....	67

## DAFTAR PETA

1. Peta Administratif Kota Bukittinggi.....	81
2. Peta Wilayah Pengaruh Faden Bukittinggi Plaza Wilayah Jangkauan Kabupaten Agam.....	82
3. Peta Wilayah Pengaruh Faden Banto Trade Center (BTC) Wilayah Jangkauan Kabupaten Agam.....	83
4. Peta Wilayah Pengaruh Faden Bukittinggi Plaza Wilayah Jangkauan Propinsi Sumatera Barat.....	84
5. Peta Wilayah Pengaruh Faden Banto Trade Center (BTC) Wilayah Jangkauan Propinsi Sumatera Barat.....	85
6. Peta Wilayah Pengaruh Faden Bukittinggi Plaza Wilayah Jangkauan Regional Sumatera.....	86
7. Peta Wilayah Pengaruh Faden Banto Trade Center (BTC) Wilayah Jangkauan Regional Sumatera.....	87
8. Peta Wilayah Pengaruh Faden Bukittinggi Plaza Wilayah Jangkauan Mancanegara.....	88

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3. Uji Validitas Instrumen Bukittinggi Plaza

Lampiran 4. Uji Validitas Instrumen Banto Trade Center (BTC)

Lampiran 5. Uji Reabilitas Instrumen Bukittinggi Plaza

Lampiran 6. Uji Reabilitas Instrumen Banto Trade Center (BTC)

Lampiran 7. Pengolahan data SPSS 15 Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center  
(BTC)

Lampiran 8. Surat Izin Melaksanakan Penelitian Kantor Kesatuan Bangsa, Politik  
dan Perlindungan Masyarakat Kota Bukittinggi



**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**  
**FAKULTAS ILMU-ILMU SOSIAL**  
**JURUSAN GEOGRAFI**

Jalan Prof. Dr. Hamka. Air Tawar Padang – 25131 Telp. 0751-7875159

---

**SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hilma Permata Suci  
NIM/TM : 2006/73522  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Jurusan : Geografi  
Fakultas : Ilmu-Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa Skripsi saya dengan judul “*Studi Komparasi Pasar Modern Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi Terhadap Daya Tarik Georafis*” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh,  
Ketua Jurusan Geografi

Saya yang menyatakan,

Dr. Paus Iskarni, M.Pd  
NIP.19630513 198903 1 003

Hilma Permata Suci  
NIM.73522/2006

## ABSTRAK

**Hilma Permata Suci (06/73522) : Studi Komparasi Pasar Modern Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi Terhadap Daya Tarik Geografis**

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan dan mengolah data kemudian membandingkan jumlah penjualan pasar modern Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi yang dilihat dari perbedaan daya tarik geografis pasar modern. Daya tarik geografis tersebut dapat dilihat dari faktor aksesibilitas barang dagang dan aksesibilitas konsumen kemudian digambarkan dalam sebuah peta wilayah pengaruh kedua pasar tersebut.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif komparatif dengan menggunakan hipotesis komparatif yakni hipotesis mengenai nilai perbandingan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proporsional random sampling* dengan proporsi sebesar 30% sehingga diambil sampel dipasar modern Bukittinggi Plaza sebanyak 47 orang dan Banto Trade Center (BTC) sebanyak 32 orang. Penelitian ini menggunakan teknik *analisis variouis (anova)*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis nol yang menyatakan tidak ada perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang telah berhasil ditolak. Sehingga secara keseluruhan aksesibilitas barang dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi adalah berbeda.
2. Hipotesis nol yang menyatakan tidak ada perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen telah berhasil ditolak. Sehingga secara keseluruhan aksesibilitas konsumen antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi adalah berbeda.
3. Terdapat perbedaan jauhnya wilayah pengaruh antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi. Plaza Bukittinggi menunjukkan wilayah pengaruh yang lebih jauh dibandingkan Banto Trade Center (BTC). Wilayah pengaruh Bukittinggi Plaza dimulai dari wilayah Agam, Sumatera Barat, Sumatera hingga melintasi mancanegara. Sedangkan wilayah pengaruh Banto Trade Center (BTC) dimulai dari wilayah Agam, Sumatera Barat dan Sumatera.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Geografi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dengan judul ” **Studi Komparasi Pasar Modern Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi Terhadap Daya Tarik Geografis** ”.

Penulis menyadari dalam penulisan ini banyak menemukan kesulitan baik dalam bentuk materi, pengumpulan dan pengolahan data hingga pembahasan. Semua ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis akan tetapi berkat bantuan dari pembimbing dan semua pihak, hal ini dapat terwujud sebagai mana adanya.

Dengan memberikan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini izinkanlah penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Marnis Nawi, M.Pd selaku pembimbing I yang telah memberikan dorongan, petunjuk dan arahan yang memperkaya pengetahuan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Drs. Yudi Antomi, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan mencurahkan segenap ilmunya dalam menyelesaikan skripsi.

3. Bapak Triyatno, S.Pd, M.Si selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan dalam menyelesaikan Proposal.
4. Bapak Dr. Paus Iskarni, M.Pd dan Bapak Drs. Helfia Edial, MT selaku Ketua dan Sekretaris jurusan Pendidikan Geografi FIS UNP
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf jurusan Pendidikan Geografi FIS UNP
6. Dekan FIS UNP Padang beserta seluruh staf yang telah memberikan izin rekomendasi pada penulis untuk melaksanakan penelitian.
7. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat (Kesbang Linmas) Kota Bukittinggi yang telah memberikan izin rekomendasi pada penulis untuk penelitian.
8. Teristimewa buat Ayahanda dan Ibunda tercinta beserta keluarga besar yang telah banyak berkorban, memberikan semangat, motivasi dan do'a yang tak henti-hentinya.
9. Untuk sahabat dan semua teman-teman Geografi 2006 yang senasip dan seperjuangan.

Semoga segala bimbingan dan arahan serta dorongan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari ALLAH SWT. Penulis menyadari bahwa dari penelitian dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu penulis mengharapkan saran dan bantuan yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, kirannya hasil ini dapat dimanfaatkan bagi kita semua.

**Padang, Des 2010**

**Penulis**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi terjadi perubahan yang serba cepat dan kompleks dalam segala aspek kehidupan. Setiap daerah dalam tubuh bangsa Indonesia ditantang untuk mengantisipasi dan mengatasi segala masalah yang timbul serta perubahan-perubahan yang terjadi, termasuk perekonomian. Pemerintah daerah dituntut untuk memberikan devisa yang sebesar-besarnya bagi daerah. Hal ini sesuai dengan UU No.32 tentang otonomi daerah disini dapat kita ketahui bahwa Pemda memiliki wewenang untuk mengurus dan mengatur daerahnya sendiri sesuai dilaksanakannya otonomi daerah, selanjutnya dengan memiliki wewenang dalam menjalankan kebijakan melalui Perda sesuai kebutuhan daerah untuk kesejahteraan masyarakat.

Kota Bukittinggi yang dikenal dengan kota pariwisata ini merupakan pusat perdagangan bagi kabupaten yang mengelilinginya. Penduduk dari kabupaten sekitar memusatkan hasil pemasaran produk pertanian maupun non pertanian di pasar-pasar Kota Bukittinggi.

Dalam kaitannya dengan era Globalisasi dan perkembangan tata kehidupan, Pemda memandang perlunya sebuah pasar modern bagi masyarakat Bukittinggi selain sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat juga sebagai penunjang jati diri kota Bukittinggi. Pembangunan pasar modern pertama di Kota Bukittinggi terletak di Kelurahan Aur Tajunggang

Tengah Sawah yang diberi nama Banto Trade Center (BTC). Banyak argument yang muncul di kalangan masyarakat sekitar tempat pembangunan pasar modern tersebut, tepatnya disekitar Pasar Banto bahwa dengan pembangunan pasar modern tersebut akan berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar. Pada kenyataannya pusat perbelanjaan tersebut tetap dibangun tanpa dipandang sisi perekonomian maupun sisi geografisnya. “Konsepsi pembangunan wilayah pada dasarnya adalah pembangunan proyek-proyek berdasarkan hasil analisa data spasial (Sandy dalam Kartono, 1989)”.

Pembangunan pasar modern kedua di Kota Bukittinggi terletak di Kelurahan Benteng Pasar Atas yang diberi nama Bukittinggi Plaza. Pembangunan Plaza Bukittinggi ini mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat sekitar tergambar dari apresiasi masyarakat dalam membeli toko-toko yang dibangun di Bukittinggi Plaza. Penentuan lokasi pembangunan pasar modern tersebut setidaknya didasarkan atas hasil penelitian yang cermat berbagai faktor yang menunjang dan yang mempengaruhinya. Seharusnya pembangunan pasar modern Kota Bukittinggi berdasarkan asas pembangunan yang berwawasan lingkungan sebagai acuan untuk kegiatan yang akan dibangun. Sedangkan bagi kegiatan atau proyek yang sudah berjalan, Analisis Manfaat dan Resiko Lingkungan (AMRIL) wajar sekali untuk dilakukan demi meningkatnya manfaat kegiatan atau proyek tadi dihari-hari mendatang. Pada kenyataannya pembangunan pasar modern Banto Trade Center (BTC)

kurang memperlihatkan manfaat yang besar terbukti dengan toko-toko yang telah banyak terjual lebih banyak tutup dan tidak mengadakan aktivitas jual beli (lihat lampiran 2 hal. 1).

Pada prakteknya sistem pembangunan saat ini tidak berbeda dengan masa yang lalu karena masih menggunakan istilah pembangunan sektoral dan pembangunan daerah. Bidang pembangunan dijabarkan dalam sektor, program, dan proyek pembangunan. Proyek merupakan jenjang terendah dari hirarki istilah dalam pembangunan dan pada tahap ini pelaksanaannya membutuhkan “dana dan tanah“. Dapat dimengerti, hasil pelaksanaan dari proyek pembangunan tahap inilah yang akan merubah kualitas lingkungan hidup, apakah semakin baik atau sebaliknya malah banyak menimbulkan masalah baru bagi masyarakat. (Harmantyo, 2007: 1).

Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center (BTC) adalah dua pasar modern yang dibangun Pemerintah Daerah berdekatan dengan pasar tradisional. Plaza Bukittinggi berdekatan dengan Pasar Atas sedangkan Banto Trade Center (BTC) berdekatan dengan Pasar Bawah Kota Bukittinggi. Dari segi barang dagangan yang dijual di Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) menjual barang dagangan yang sama kemudian dari segi bangunan dan sistem layanan juga menunjukkan karakteristik yang sama.

Hubungan di dalam kota, atau antara kota dengan daerah sekitarnya dapat dipilah dari segi sosial ekonomi dan dari segi fisik. Kedua

hal tersebut saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Hal ini dijelaskan teori *central place* dimana Walter Christaller menyatakan kalau saja ada sebuah wilayah dimana muka buminya seragam dan kesuburan tanahnya seragam, baik secara duniawi dan rohaniah diwilayah itu akan tumbuh pusat-pusat pelayanan yang berjarak sama (Kartono, 1989: 24). Konsep pengembangan struktur kawasan perkotaan Bukittinggi ialah dengan pola konsentrik dimana Kota Bukittinggi merupakan pusat utama kegiatan di sekitarnya. Kabupaten Agam adalah daerah *Hinterland* Kota Bukittinggi sehingga harus mampu melayani daerah tersebut. Kabupaten Agam sangat memberikan pengaruh ekonomi terhadap Kota Bukittinggi,. Apalagi pembangunan pasar modern sebenarnya sangat sesuai dengan misi Kota Bukittinggi yaitu mewujudkan Bukittinggi sebagai kota perdagangan, pendidikan dan wisata. (RTRW Kota Bukittinggi, PU 2007: 5).

Wilayah Bukittinggi juga sangat berpotensi sebagai kawasan ekonomi dan perdagangan. Dimana, wilayah bagi sebagian orang dipandang sebagai sistem produksi dan interaksi ekonomi. Pembangunan pasar modern adalah salah satu upaya pengembangan wilayah. Pengembangan wilayah dipandang sebagai proses mobilisasi dan investasi faktor produksi (tenaga kerja, modal, lahan, teknologi) dalam rangka peningkatan produksi dan pendapatan. (Ahyuni, 2007: 5).

Masalah yang dibahas dalam bagian latar belakang ini sangat terkait dengan fenomena keruangan, atau fenomena geografis baik tentang aspek fisik maupun non fisik serta interaksi dan interralasi keduanya.

Kesenjangan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) akan dilihat dari daya tarik geografis sebuah pasar yakni bagaimana aksesibilitas barang dagang, aksesibilitas konsumen hingga wilayah pengaruh antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi sehingga memberi pengaruh terhadap jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti perbandingan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) tersebut dalam sebuah penelitian yang diberi judul “ ***Studi Komparasi Pasar Modern Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi Terhadap Daya Tarik Geografis*** “.

## **B. Identifikasi Masalah**

Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) adalah perwujudan pasar modern yang didesain sedemikian rupa untuk lebih terjaminnya kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Banyak hal yang bisa dibandingkan dari kesenjangan jumlah penjualan Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi . berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan dinamika pasar ?
2. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang ?
3. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen ?
4. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan wilayah pengaruh kedua pasar ?
5. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan dualisme pasar ?

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka masalah penelitian ini dibatasi pada aspek aksesibilitas barang dagang, aksesibilitas konsumen dan wilayah pengaruh kedua pasar sehingga menyebabkan perbedaan pada jumlah penjualan pada Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) tersebut.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang diuraikan diatas maka rumusan penelitian ini adalah menggambarkan perbandingan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Bukittinggi yang dilihat dari segi :

1. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang ?
2. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen ?
3. Apakah terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Plaza Bukittinggi dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan wilayah pengaruh kedua pasar ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan judul dan masalah penelitian yang telah dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang.
2. Untuk mengetahui perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen.
3. Untuk mengetahui perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan wilayah pengaruh kedua pasar.

### **F. Manfaat Penelitian**

1. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan sarjana pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Geografi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pedagang pasar modern, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan pentingnya aksesibilitas konsumen untuk pertimbangan persaingan antar pasar modern.
3. Bagi konsumen, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan pentingnya membandingkan harga barang antar pasar modern

berdasarkan aksesibilitas barang dagang yang menimbulkan daya tarik pasar bagi konsumen.

4. Bagi Pemerintah Daerah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Daerah untuk menjaga mekanisme pasar dengan sistem pasar yang sama.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORITIS**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Konsep Pasar Modern**

Pengertian pasar secara umum adalah tempat terjadinya transaksi jual beli barang atau jasa. Pengertian pasar menurut ilmu ekonomi adalah tempat pertemuan antara penawaran dan permintaan yang melahirkan transaksi ekonomi dan membentuk harga kesepakatan (Tim Abdi Guru, 2007: 226).

Sebuah pasar merupakan kumpulan individu yang dapat dijadikan sebagai konsumen dari produk yang dijual konsumen tersebut mempunyai umur, jenis kelamin, kelas sosial, latar belakang sosial budaya yang berbeda satu dengan yang lainnya (Susanti, 2006: 11).

Berdasarkan sistem pelayanan dan kelengkapan pasar, pasar tersebut terdiri dari pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang biasanya terdiri dari kios-kios atau emperan yang menjual kebutuhan sehari-hari, seperti sayur-sayuran, buah-buahan, beras, daging, ikan, kue, telur, dan lainnya. Pasar tradisional ini pada umumnya banyak terdapat disekitar lokasi permukiman penduduk. Pada pasar ini, pembeli dilayani oleh penjual dan masih memungkinkan terjadinya proses tawar menawar harga (Tim Abdi Guru, 2007: 228).

Sedangkan, pasar modern pada umumnya menjual barang kebutuhan sehari-hari dan barang lain yang sifatnya tahan lama. Berbeda

dengan pasar tradisional, penjual/produsen dipasar modern menjajakan dagangannya disebuah bangunan, sistem pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga, serta tidak memungkinkan adanya proses tawar-menawar harga. Barang-barang yang dijual dipasar modern sebagian besar barang-barang yang tahan lama (Tim Abdi Guru, 2007: 229).

Sinaga (dalam jurnal pengkajian koperasi dan UKM: 2006) mengatakan bahwa pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas).

Pasar modern disebut juga dengan plaza. Kata plaza yang berarti pusat perbelanjaan yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi memiliki lebih dari tiga lantai. Sebuah plaza umumnya dibangun dengan pilihan lokasi pusat kota, karena itulah bangunannya mengutamakan banyak lantai (tinggi) dengan tujuan untuk menghemat tempat. Selain itu pengertian plaza adalah tempat berkumpul berbagai macam orang, ada yang asli dalam dan luar negeri kita dan gaya mereka pun beragam, mulai dari bayi hingga nenek, gembel hingga konglomerat, tidak hanya berbelanja plaza juga tempat bersosialisasi, penegasan identitas dan pertemuan segala budaya (Susanti, 2006: 12).

Jadi, dapat disimpulkan kategori sebuah pasar dapat dikatakan sebuah pasar modern dilihat dari lokasi, segi bangunan, pelayanan hingga fasilitas yang tersedia. Pasar modern berada dilokasi pusat kota, dibangun dengan arsitektur modern dan dirancang tinggi memiliki banyak lantai sedangkan dari segi pelayanan dan fasilitas pasar modern adalah penyedia barang dan jasa dengan pelayanan serta fasilitas yang mengutamakan kepuasan konsumen.

## **2. Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Aksesibilitas adalah kemudahan mencapai tujuan, sehingga alternatif rute menuju suatu tempat banyak dan dapat dicapai dengan gampang dari beberapa tujuan.

Tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh jarak, kondisi prasarana perhubungan, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalur tersebut. Ilmu Geografi memiliki alat ukur keruangan seperti jarak antar dua tempat, baik dalam satuan panjang, satuan nilai ekonomi, satuan waktu, dan satuan luas, hasil perhitungan jumlah objek baik berdiri sendiri maupun dalam satuan luas atau dalam satuan ratio (Harmantyo, 2007: 2).

Menurut Bakaruddin, Yurni dan Ahyuni (2006: 22) aksesibilitas adalah kedekatan dengan tempat kerja, pendidikan, kesehatan, pasar, kampung, dll serta ketersediaan modal transportasi kenyamanan dan

keamanan. Sedangkan menurut Kamaluddin (dalam Anwar, 1999: 67) mengemukakan dua nilai penting transportasi yaitu :

1. Nilai tempat (*place utility*) : perbedaan geografis baik letak tempat, kehidupan sosial budaya suatu masyarakat dapat merubah harga barang
2. Nilai waktu (*time utility*) : naik atau turunnya harga barang dipengaruhi oleh waktu atau cepat lambatnya barang tersebut sampai ditempat tujuan

Aksesibilitas sangat erat hubungannya dengan jalan dimana jalan adalah sarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, diatas permukaan tanah, dibawah permukaan tanah dan/atau air, serta diatas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori dan jalan kabel (Direktorat Lalu Lintas dan Angkutan Jalan).

Pemerintah Kota Bukittinggi mengatur jalur/rute lalu lintas angkutan orang dan barang Kota Bukittinggi dalam Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 18 Tahun 2005 Pasal 1 poin 4: Jalan/rute lalu lintas adalah bagian jalan yang dipergunakan untuk lalu lintas kendaraan.

Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 18 Tahun 2005 pasal 1 poin 6: Angkutan Orang adalah angkutan orang dengan kendaraan umum yang meliputi angkutan pedesaan, angkutan perkotaan, angkutan antar kota dalam propinsi, dan tidak termasuk angkutan kota. Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 18 Tahun 2005 pasal 1 poin 8: Angkutan Barang adalah angkutan barang dengan menggunakan kendaraan bermotor.

Terkait dengan judul penelitian, dalam analisa pasar seorang pakar Losch mempunyai landasan pemikiran tentang aksesibilitas yakni :

1. Makin jauh letak pasar dari tempat produksi makin tinggi harga satuan produksi tersebut karena meningkatnya ongkos angkutan. Akibatnya, jumlah barang yang bisa terjual akan makin berkurang, apabila ongkos pengangkutan makin meningkat.
2. Pada satu titik nanti, jumlah barang yang bisa terjual akan mencapai nol, karena ongkos angkutan terlalu tinggi. (Kartono, 1989: 23).

Jadi, yang dimaksud aksesibilitas dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah aksesibilitas mempengaruhi perbedaan hasil penjualan antara Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi. Dimana, aksesibilitas tersebut dapat dilihat dari aksesibilitas barang dagang dan aksesibilitas konsumen yang meliputi daerah asal barang dagang dan konsumen, jarak, biaya transportasi terendah hingga daya tarik pasar modern yang menyebabkan perbedaan hasil penjualan kedua pasar modern tersebut.

### **3. Wilayah Pengaruh**

Menurut Walter Isard Wilayah menurut ilmu wilayah adalah satu wilayah administrasi pada tingkat subnasional. Wilayah kemudian dianalisa, wilayah tersebut kemudian disebut wilayah geografik. Wilayah geografik adalah produk akhir dari analisa ada yang menyebutkan *area* atau *geomer* (Kartono, 1989: 12).

Wilayah Bukittinggi merupakan kawasan pusat pertumbuhan, Hamdi Nur memberikan konsep pengembangan kawasan pusat pertumbuhan tersebut melalui pengembangan *Cluster* kawasan yaitu :

1. Kawasan Andalan yaitu kawasan yang memiliki satu atau lebih sektor unggulan yang memiliki potensi ekonomi yang besar dapat memacu perkembangan wilayah.
2. Kawasan Sentra Produksi atau kawasan agropolitan yaitu kawasan yang memiliki komoditi unggulan agribisnis atau kerajinan yang potensial dan prospektif untuk dikembangkan (Nur, 2004: 3).

Walter Christaller mempunyai teori tersendiri tentang wilayah yang dikenal dengan teori pusat pelayanan (*Central Place Theory*):

“Kalau saja ada sebuah wilayah, dimana muka buminya seragam dan kesuburan tanahnya seragam. Tingkat hidup penduduknya seragam, baik secara duniawi dan rohani di wilayah seperti itu, akan tumbuh pusat-pusat pelayanan yang berjarak sama. Kalau pusat-pusat pelayanan yang berjarak sama itu dituangkan kedalam pola keruangan, akan nampak bahwa pola pelayanan tersebut akan membentuk sebuah segi enam hexagonal (Kartono, 1989: 24)”.

Menurut Faden Pola pelayanan efisien itu bukan berbentuk segi enam yang dibatasi oleh garis-garis lurus melainkan batasnya itu adalah garis-garis yang melengkung (Kartono, 1989: 25).

Wilayah pengaruh disebut juga jangkauan pelayanan suatu pusat pertumbuhan, menurut Hartshorn (dalam Ahyuni, 2007: 8) Jangkauan pelayanan suatu pusat dikenal sebagai *range of a good*. Jangkauannya (*range*) digambarkan sebagai area pasar (luas jangkauan area yang dilayani) dari satu jenis barang dagangan. Jangkauan pelayanan dipengaruhi oleh harga barang, biaya transportasi, tingkat kebutuhan terhadap barang yang akan dibeli, selera konsumen, dan kesempatan

memilih. Jangkauan pelayanan tersebut terdiri dari jangkauan pelayanan bagian dalam (*inner range of good*) dan jangkauan pelayanan bagian luar (*ideal outer range of the good*). Jangkauan pelayanan bagian dalam (*inner range of good*) adalah perwujudan secara spasial dari konsep ambang batas, yang bukan merupakan konsep spasial. Ini merupakan bentuk wilayah belakang (*hinterland*) atau area perdagangan yang dibutuhkan untuk memenuhi ambang batas pembelian. Sedangkan, jangkauan pelayanan bagian luar (*ideal outer range of the good*) areal perluasan paling luar, yang tidak mendapatkan pelayanan dari pusat manapun. Penduduk di area ini tidak dapat dilayani karena biaya untuk menuju ke pusat pelayanan terlalu tinggi. Area ini mewujudkan adanya keterbatasan geografi dan ekonomi bagi pusat pelayanan.

Jadi, yang dimaksud wilayah pengaruh dalam penelitian ini adalah perbedaan jauhnya wilayah pengaruh antara pasar modern Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center (BTC) dalam menarik konsumen baik didaerah Hinterland maupun diluar daerah Hinterland yang mempengaruhi jumlah penjualan Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center (BTC) tersebut.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Penelitian tentang studi komparasi antara Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, baik dalam variabel dan indikator lain dalam rangka mengungkapkan perbandingan dua pasar modern dalam satu spasial.

Anita Susanti (2007) dalam penelitiannya yang berjudul Perbandingan Persepsi Konsumen Minimarket Indomaret dengan Alfamart di Komplek Cahaya Kemang Permai Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi mengemukakan bahwa Adanya perbedaan persepsi konsumen Indomaret dengan persepsi konsumen Alfamart pada indikator lokasi, pelayanan, kelengkapan produk yang ditawarkan, harga dan promosi sedang pada indikator kenyamanan berbelanja tidak di temukan perbedaan yang signifikan karena kedua *minimarket* ini memiliki fasilitas yang hampir sama setelah diadakan penelitian.

## **C. Kerangka Konseptual**

Pembangunan pasar modern di Kota Bukittinggi adalah salah satu upaya Pemko untuk mewujudkan misi Kota Bukittinggi mewujudkan Bukittinggi sebagai kota perdagangan, pendidikan dan wisata. Kota Bukittinggi adalah kota yang sangat berpotensi dijadikan wilayah yang difokuskan sebagai kawasan ekonomi dan perdagangan.

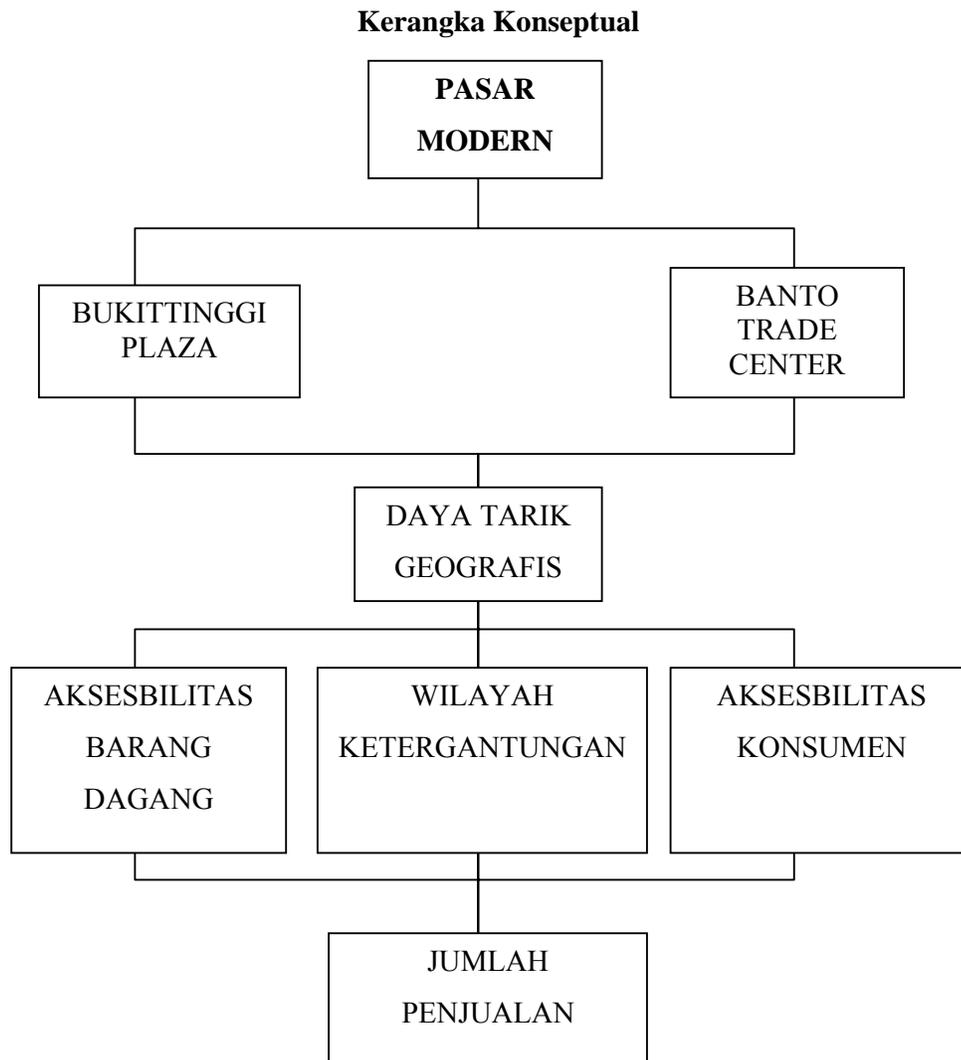
Pembangunan pasar modern pertama di Bukittinggi adalah pembangunan Banto Trade Center (BTC), pasar modern ini dibangun

dengan merombak pasar tradisional yang dahulunya bernama Pasar Banto. Dari pengamatan awal yang peneliti lakukan ternyata jumlah penjualan di Pasar Modern Banto Trade Center ini tidak memperlihatkan hasil yang memuaskan.

Tidak berselang lama dengan pembangunan Banto Trade Center kemudian dibangun pula pasar modern yang diberi nama Bukittinggi Plaza. Setelah peneliti melakukan pengamatan awal ternyata jumlah penjualan Plaza Bukittinggi memperlihatkan jumlah penjualan yang memuaskan.

Banto Trade Center (BTC) dan Plaza Bukittinggi adalah dua pasar modern yang dibangun Pemerintah Daerah berada dekat dengan pasar tradisional. Banto Trade Center (BTC) berdekatan dengan Pasar Bawah sedangkan Plaza Bukittinggi berdekatan dengan Pasar Atas Bukittinggi. Dari segi barang dagangan yang dijual Banto Trade Center (BTC) dan Bukittinggi Plaza juga menjual barang dagangan yang sama, dari segi bangunan juga menunjukkan karakteristik yang sama. Kedua pasar modern ini dibangun dengan empat lantai dan dengan sistem layanan yang sama. Untuk itulah peneliti tertarik mengangkat masalah ini dalam sebuah penelitian yang dilihat dari daya tarik geografis kedua pasar modern ini.

Perbandingan jumlah penjualan kedua pasar ini akan dilihat dari daya tarik geografis kedua pasar modern tersebut. Dari kacamata ilmu geografi pasar dapat dilihat dari aksesibilitas barang dagang, aksesibilitas konsumen kemudian wilayah pengaruh kedua pasar modern tersebut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Tentang Studi Komparasi Plaza Bukittinggi dan Banto Trade Center Kota Bukittinggi.

#### **D. Hipotesis**

Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian dan kerangka teoritis pada hipotesis penelitian ini adalah :

1. Terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang.
2. Terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen.
3. Wilayah ketergantungan menyebabkan perbedaan aksesibilitas barang dan aksesibilitas konsumen untuk kedua pasar.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan dan beberapa saran dalam penelitian.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan hasil pengujian hipotesis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas barang dagang. Sehingga secara keseluruhan aksesibilitas barang dagang antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi adalah berbeda.
2. Terdapat perbedaan jumlah penjualan antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi berdasarkan aksesibilitas konsumen. Sehingga secara keseluruhan aksesibilitas konsumen antara Bukittinggi Plaza dan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi adalah berbeda.
3. Terdapat perbedaan jauhnya wilayah ketergantungan antara Bukittinggi Plaza dengan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi. Plaza Bukittinggi menunjukkan wilayah ketergantungan yang lebih jauh dibandingkan Banto Trade Center (BTC). Wilayah ketergantungan Bukittinggi Plaza dimulai dari wilayah Agam, Sumatera Barat, Sumatera hingga melintasi mancanegara. Sedangkan wilayah ketergantungan Banto

Trade Center (BTC) dimulai dari wilayah Agam, Sumatera Barat dan Sumatera.

## **B. SARAN**

1. Diharapkan kepada pedagang yang berada dipasar modern Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi agar lebih memberikan variasi terhadap daerah asal barang dagang sehingga daya tarik pasar lebih meningkat karena pemilihan selera konsumen lebih banyak.
2. Diharapkan kepada Pemerintah Daerah agar memperhatikan Analisis Manfaat dan Resiko Lingkungan (AMRIL) terhadap proyek yang akan dibangun demi meningkatnya manfaat kegiatan atau proyek tersebut. Pembangunan pasar modern Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi kurang memperlihatkan manfaat yang baik terhadap jumlah penjualan karena secara daya tarik pasar kalah saing dengan Bukittinggi Plaza.
3. Diharapkan kepada Pemerintah Daerah agar memberikan daya tarik pasar tersendiri pada pasar modern Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi seperti pembangunan jembatan yang menghubungkan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi dengan Pasar Atas sebagaimana rencana awal Pemerintah Daerah saat perencanaan pembangunan Banto Trade Center (BTC) Kota Bukittinggi. Sehingga Banto Trade Center (BTC) tidak hanya dapat menarik konsumen dari daerah hinterland tapi juga wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyuni. 2007. *Kategori Wilayah Dalam Konteks Permasalahan Pembangunan*. Jurusan Geografi FIS UNP. Padang.
- Ahyuni. 2007. *Kota, sistem kota-kota, dan wilayah belakangnya*. Jurusan Geografi FIS UNP. Padang.
- Anwar, Syafri. 1999 . *Geografi Transportasi dan Perdagangan*. FIS UNP. Padang.
- Arikunto, Suharsini . 2002 . *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Yogyakarta.
- Bakaruddin, dkk. 2006 . *Handout Geografi Desa Kota*. Jurusan Geografi FIS UNP. Padang.
- Dishub Keminfo. 2010 . *Kelas Jalan*. Direktorat Jenderal Perhubungan Darat. Bukittinggi.
- Harmantyo, Djoko. 2007. *Pendekatan Geografi dalam pengembangan wilayah*. Departemen Geografi FMIPA-UI. Jakarta.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Implikasinya*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- [http://DTK\\_Geografi\\_UNP.htm](http://DTK_Geografi_UNP.htm) (3/20/2010, 1:45 PM).
- <http://handoutppw.html> (7/24/2010, 5:28 AM).
- <http://indeksPhp.htm> (3/20/2010, 1:33 PM).
- <http://iwanuwg.wordpress.com> (7/24/2010, 5:33 AM).
- <http://model-gravitasi-dan-titik-henti.html> (7/24/2010, 4:46 PM).
- <http://welcometoIndraJayaBlog.htm> (7/24/2010, 5:34 PM).
- Kartono, dkk. 1989. *Esensi Pembangunan Wilayah dan Penggunaan Tanah Berencana*. Geo FMIPA-UI. Jakarta.
- Nawi, Marnis .1999 . *Metodologi Penelitian*. FPIPS IKIP. Padang.
- Nawi Marnis, Khairani. 2009. *Panduan Menyusun Proposal Penelitian Dengan Mudah*. Yajikha. Padang.