

# ASAL DAN TUJUAN PERGERAKAN BARANG BERDASARKAN METODE BELANJA DI KOTA PONTIANAK

Devita Mayangsari, Agustiah Wulandari<sup>2</sup>, Anthy Septianti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura,

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura

E-mail: devitamayangsarii@gmail.com

## Abstrak

*Teknologi membuat perubahan pada aktivitas harian masyarakat salah satunya dalam menentukan pemilihan lokasi belanja. Lokasi belanja yang awalnya hanya berupa kawasan perdagangan konvensional (metode offline), sekarang muncul metode belanja baru yaitu metode online. Metode online menawarkan jangkauan pemilihan lokasi yang lebih luas hingga lintas provinsi atau negara dengan pergerakan orang yang minimal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis asal dan tujuan pergerakan barang berdasarkan metode belanja di Kota Pontianak. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Pontianak. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Pengelompokan barang akan dikelompokkan menjadi barang konvenian dan barang emergensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden yang paling dominan antara yang memilih metode offline dan metode online adalah dilihat dari segi umur responden pemilih. Mayoritas pemenuhan barang konvenian dengan metode online adalah perdagangan layanan dalam Kota Pontianak, untuk metode offline adalah perdagangan skala pelayanan kecamatan. Pemenuhan barang emergensi untuk metode online adalah perdagangan jangkauan layanan nasional, untuk metode offline adalah perdagangan skala pelayanan kota.*

**Kata Kunci:** *belanja offline; belanja online; pergerakan barang; Kota Pontianak*

## Abstract

*[Origin and Destination of Goods Movement Based on Shopping Method in Pontianak City. Technology makes changes the routine activities of the community, one of which is determining shopping locations selected. Shopping location which was originally, only a conventional trading area (offline method), and now appears a new shopping method, namely the online method. Online methods offer a wider range of locations across provinces or countries with minimal movement of people. The purpose of this study was to analyze origin and destination of goods movement based on shopping method in Pontianak City. The research approach used is quantitative. Populations in this study were the people of Pontianak City. The sampling technique used simple random sampling. The grouping of goods will be grouped into convenience goods and emergency goods. Results of the study showed that the most dominant characteristics of respondents who chose the offline method and the online method were viewed in terms of the age of the respondents. Majority of the fulfillment of the convenience goods with the online method was the service trade in Pontianak City, for the offline method was the trade in the scale of the sub-district service. The fulfillment of emergency goods for online method was national service trade, for the offline method was city-scale service trade.*

**Keywords:** *offline shopping; online shopping; goods movement; Pontianak City*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi semakin berkembang pesat. Hal ini dilihat dari kemajuan dalam segala aspek diantaranya sarana komunikasi yang semakin mudah sehingga membuat aktivitas pergerakan manusia semakin cepat. Seiring dengan perkembangan zaman, manusia semakin dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menggunakan teknologi yang ada. Manusia menciptakan inovasi baru yang semakin mempermudah aktivitas dalam melakukan pergerakan. Pemanfaatan tersebut membawa dampak adanya teknologi membuat perubahan pada aktivitas

harian. Perubahan tersebut dirasakan dalam segi jarak pergerakan, waktu pergerakan, dan biaya pergerakan (Rachmawati dan Rijanta, 2012). Keterkaitan antar teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) dan pergerakan penduduk dipandang sebagai isu yang menarik dan perlu untuk dikaji lebih jauh terkait dengan pola kegiatan, penggunaan waktu, dan ruang dalam berbagai variasi kegiatan. Hal ini terjadi karena penggunaan TIK meningkatkan kebebasan penduduk dalam memutuskan kapan, di mana dan bagaimana mereka bekerja dan melakukan pergerakan (Vilhelmson dan Thulin, 2001).

Salah satunya pergerakan tersebut dalam

menentukan lokasi perdagangan. Fungsi dan hirarki kota yang merupakan pusat pelayanan sosial, budaya, ekonomi, dan/atau administrasi masyarakat yang melayani wilayah kota dan regional, meliputi pusat pelayanan kota, subpusat pelayanan kota, dan pusat lingkungan (Maisarina *et al*, 2017). Setelah adanya TIK, kawasan pilihan lokasi perdagangan menawarkan lingkup lebih luas kepada pengguna, dalam menentukan lokasi pilihan perdagangan guna melakukan pergerakan demi memenuhi kebutuhan barang.

Pola perjalanan barang merupakan pola perjalanan yang dipengaruhi oleh aktivitas produksi dan konsumsi dengan ditandai adanya pergerakan distribusi dari pusat produksi ke lokasi konsumsi (Tamin, 2000). Pengelompokan barang dibagi menjadi barang konvenian seperti barang kebutuhan sehari-hari dan barang emergensi seperti barang *shopping* (Kotler dan Armstrong, 2008). Lingkup pemilihan lokasi perdagangan yang lebih luas dalam pemenuhan kebutuhan barang tersebut, dikarenakan munculnya metode perdagangan baru.

Metode perdagangan tersebut adalah metode belanja *online*, dengan aplikasi *mobile* sebagai media telekomunikasinya. Perdagangan yang awalnya hanya bisa dilakukan dengan mendatangi langsung tempat penjualan barang atau dengan metode belanja *offline*, maka saat ini dapat dilakukan dengan metode *online*. Perdagangan *online* mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Turban *et al*, 2012). Adanya perdagangan *online*, konsumen dapat menikmati layanan perdagangan lintas provinsi atau negara.

Perdagangan *online* lingkup lintas provinsi atau negara adalah Shopee, Tokopedia, JD.ID, BukaLapak, *eBay* dan lainnya. Perdagangan *online* lingkup dalam kota seperti ojek *online*, selain menawarkan pergerakan orang, ojek *online* juga menawarkan kemudahan dalam pergerakan barang. Aplikasi yang menyediakan angkutan barang secara *online* yang tersedia di Pontianak diantaranya adalah GO-JEK, Grab, Bujang Kurir.

Masyarakat Kota Pontianak tidak hanya dapat berbelanja secara *offline* namun dapat juga secara *online*. Hal ini ditandai dengan pemilihan metode belanja *online* di Kota Pontianak mulai berkembang penggunaannya. Maka dilakukan penelitian apakah ada pergeseran pergerakan dengan adanya metode *online* dan melihat pengaruh dari teknologi yang berkembang saat ini dengan melihat pengaruh pemilihan metode belanja terhadap pergerakan barang yang berkaitan dengan pemilihan lokasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pemilihan metode belanja terhadap pergerakan barang di Kota Pontianak, dengan sasaran mengidentifikasi karakteristik responden dalam pemilihan metode belanja di Kota Pontianak dan mengidentifikasi asal dan tujuan pergerakan

barang dengan pemilihan metode belanja *online* dan *offline* di Kota Pontianak.

## 2. Metodologi

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data tersebut digunakan dengan cara membagikan sejumlah kuesioner kepada masyarakat Kota Pontianak.

Populasi pada penelitian ini terdiri dari masyarakat Kota Pontianak. Jumlah masyarakat yang akan dijadikan sampel, akan dihitung menggunakan rumus slovin, dengan perkiraan tingkat kesalahan yaitu 10%, dengan jumlah penduduk Kota Pontianak 627.021 jiwa. Maka sampel yang dibutuhkan adalah 100 jiwa. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *simple random sampling*, pemilihan teknik ini karena seluruh penduduk Kota Pontianak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

Proporsinya untuk setiap kecamatan sama. Proporsi tersebut dikalikan jumlah sampel yaitu 100 jiwa. Setiap kecamatan terdiri dari 17 responden kecuali Kecamatan Pontianak Tenggara dan Timur yang terdiri dari 16 responden. Penyebaran kuesioner disebarkan secara manual.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deksriptif, analisis distribusi frekuensi, analisis *crossstab*, dan digitasi menggunakan ArcGIS. Penjelasan untuk karakteristik responden terkait pemilihan metode belanja menggunakan analisis *crossstab* dan analisis distribusi frekuensi. Selanjutnya, menggunakan ArcGis untuk memetakan pola pergerakan barang oleh masyarakat Kota Pontianak dengan metode *online* dan metode *offline* dalam memilih kawasan perdagangan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

**Karakteristik Responden dalam Pemilihan Metode Belanja:** Karakteristik responden adalah gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui keragaman identitas dalam sampel penelitian. Karakteristik responden dibagi berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, jumlah pendapatan, pendidikan terakhir, kendaraan pribadi, kepemilikan SIM, ketersediaan jaringan internet, pengaruh jarak, dan metode belanja.

### a. Metode Belanja

Berdasarkan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 jiwa, maka didapatkan hasil bahwa 83% penduduk berbelanja dengan metode *online* dan *offline* atau keduanya. Pilihan lainnya sekitar 15% memilih hanya metode *offline* dan sama sekali belum pernah berbelanja dengan metode *online*. Terdapat 2% penduduk yang sudah memilih metode *online* tanpa menggunakan metode *offline*.

b. Jenis Kelamin

Pola pergerakan penduduk guna mendapatkan barang berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yang memiliki nilai sebesar 62%, sedangkan persentase terkecil adalah laki-laki yaitu sebanyak 38%. Perempuan lebih banyak dikarenakan diantaranya juga memenuhi kebutuhan keluarga tidak hanya untuk pribadi.

c. Umur

Kelompok umur yang digunakan terdapat 5 kelompok yaitu generasi *baby boomers* antara umur 53 tahun – 72 tahun, generasi X antara 42 tahun – 52 tahun, generasi Y 31 tahun – 41 tahun, Generasi Z 20 tahun – 30 tahun, dan Generasi *Alpha* ( $\alpha$ ) <20 tahun. Mayoritas responden berada pada kelompok umur antara 20 tahun – 30 tahun yaitu sebanyak 46%. Diikuti oleh kelompok umur 31 tahun – 40 tahun sebanyak 24%. Kelompok umur < 20 tahun, 42 tahun – 52 tahun, dan 53 tahun – 72 tahun memiliki persentase yang tidak terlalu berbeda yaitu 11%, 10%, dan 9%.

d. Pekerjaan

Pekerjaan yang ada berupa pelajar atau mahasiswa, PNS, karyawan swasta, ibu rumah tangga, wiraswasta, dan lainnya. Kategori lainnya diisi oleh responden yang beberapa diantaranya berupa pensiunan dan karyawan BUMN. Mayoritas pekerjaan responden adalah pelajar/ mahasiswa yaitu sebanyak 32%, dikarenakan kuesioner penelitian disebar disekeliling kampus. Persentase kedua terbanyak adalah karyawan swasta sebanyak 31%.

e. Pendapatan

Pendapatan dikelompokkan menjadi 3, yaitu <1 juta, 1-5 juta dan >5 juta. Hal ini untuk melihat daya beli masyarakat Kota Pontianak. Mayoritas memiliki pendapatan 1-5 juta yaitu adalah 45%. Hal ini sesuai dengan jenis pekerjaan sebelumnya yang banyak bekerja sebagai karyawan swasta. Sedangkan sebanyak 42% memiliki pendapatan <1 juta. Sesuai dengan subbab sebelumnya banyak responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa.

f. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dikelompokkan menjadi lima yaitu SMP, SMA, diploma, sarjana dan pasca sarjana. Hal ini disesuaikan dengan tingkatan sekolah dan perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Berdasarkan pendidikan terakhir dari 100 responden, 49% berpendidikan terakhir SMA. Diikuti 32% bertamatan sarjana. Pendidikan terakhir diploma sebanyak 9% dan terakhir adalah SMP dan pasca sarjana yang masing-masing memiliki 5%.

g. Kepemilikan Kendaraan Pribadi

Kepemilikan kendaraan pribadi yang dimaksud adalah kendaraan pribadi yang dimiliki setiap individu dan yang paling sering digunakan. Kendaraan digunakan untuk dapat mengakses fasilitas perdagangan di Kota Pontianak jika memilih metode perdagangan *offline*. kendaraan pribadi yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat Kota Pontianak adalah motor yaitu sebanyak 78%. Diikuti oleh mobil

sebanyak 19% dan terakhir lainnya (tidak memiliki keduanya) sebanyak 3%.

h. Kepemilikan SIM

Kepemilikan SIM dipilih untuk melihat SIM yang dimiliki oleh masyarakat Kota Pontianak. Melihat apakah masyarakat yang tidak memiliki SIM menjadi terbatas pergerakannya dan apakah tetap memilih untuk berbelanja *offline* atau hanya mengandalkan *online* saja. responden mayoritas memiliki SIM C atau surat izin mengemudi untuk pengguna motor sebanyak 63%. Diikuti masyarakat yang memiliki SIM A dan C yaitu sebanyak 15% dan tidak memiliki SIM sebanyak 13%.

i. Ketersediaan Jaringan Internet

Pentingnya jaringan internet untuk mengakses teknologi dengan berbelanja *online*. Berdasarkan penyebaran kuesioner diketahui bahwa 89% telah memiliki jaringan internet yang lancar sedangkan sebanyak 11% memiliki jaringan yang kurang lancar. Dilihat dari 10% internet yang tidak ada (tidak stabil) tetap melakukan pembelian secara *online*, meskipun juga tetap melakukan pembelian secara *offline*.

j. Pengaruh Jarak

Melihat pengaruh jarak, apakah jarak mempengaruhi aktivitas belanja masyarakat Kota Pontianak. Dilihat dari pengaruh jarak, 70% merasa jarak mempengaruhi aktivitas belanja. Artinya masyarakat lebih memilih jarak yang lebih dekat untuk berbelanja sedangkan 30% tidak terpengaruh oleh jarak.

**Tabel 1.** Kesimpulan Karakteristik Responden dalam Berbelanja (Hasil Analisis, 2019)

No	Karakteristik	Online	Offline	Keduanya
1	Metode Belanja	2%	15%	83%
2	Jenis Kelamin	Laki dan perempuan	Perempuan	Perempuan
3	Umur	20-30 tahun dan <20 tahun	53-72 tahun	20-30 tahun
4	Pekerjaan	Pelajar/ mahasiswa	Pelajar/ mahasiswa	Karyawan swasta
5	Pendapatan	<1 juta	<1 juta	1-5 juta
6	Pendidikan Terakhir	SMP dan SMA	SMA	SMA
7	Kepemilikan Kendaraan Pribadi	Motor dan lainnya	Motor	Motor
8	Kepemilikan SIM	SIM C dan tidak ada SIM	SIM C	SIMC
9	Ketersediaan Jaringan Internet	Tersedia	Tersedia	Tersedia
10	Pengaruh Jarak	Jarak mempengaruhi	Jarak mempengaruhi	Jarak mempengaruhi

Berdasarkan karakteristik responden, hal yang paling dominan terlihat mengenai karakteristik responden dalam hal pemilihan metode belanja adalah kelompok umur, sedangkan karakteristik lainnya tidak memberikan ciri yang signifikan dalam pemilihan metode belanja. Kelompok umur yang memilih *online* berada pada rentang 20-30 tahun dan <20 tahun sedangkan yang memilih metode *offline* berada pada kelompok umur 53-72 tahun. Kelompok umur 53-72 tahun merupakan generasi *baby boomers* yang lebih mengandalkan sesuatu dengan cara konvensional terbukti dengan mayoritas memilih metode *offline*. Kelompok umur 20-30 tahun dan <20 tahun termasuk dalam generasi Y dan *Alpha*, saat teknologi semakin berkembang dan sangat bergantung pada teknologi ditandai dengan pemilihan metode belanja secara *online* dan keduanya. Sedangkan karakteristik responden lainnya tidak memiliki ciri yang dominan antara metode *online*, metode *offline* dan keduanya.

**Identifikasi Asal dan Tujuan Pergerakan Barang dengan Metode *Online* dan *Offline*:** Pola pergerakan barang yang terjadi dikelompokkan dengan dua metode yaitu metode *online* dan *offline*. Metode *online* menggunakan teknologi sebagai perantaranya. Pengelompokkan fasilitas perdagangan *online* dikelompokkan menjadi Kota Pontianak, Provinsi, Nasional, dan Negara. Metode *online* asal barang dari luar atau toko dengan tujuan tempat tinggal yang dikelompokkan sesuai dengan kecamatan masing-masing. Pengelompokkan fasilitas perdagangan *offline* dikelompokkan menjadi skala pelayanan kota, skala pelayanan kecamatan, dan skala pelayanan lingkungan. Asal barang *offline* dipetakan dengan asal dari tempat tinggal dan tujuan ke fasilitas perdagangan *offline* yang dipilih.

**Tabel 2.** Klasifikasi Perdagangan *Offline* (Hasil Analisis, 2019)

Skala Pelayanan Lingkungan	Skala Pelayanan Kecamatan		Skala Pelayanan Kota	
Toko/ Warung di Kecamatan Pontianak	Pasar Tradisional	Supermarket	Pusat Perbelanjaan	Departement store (Mal)
• Toko di Pontianak Barat	• Dahlia	• Mitra Mart	• Jl. Ayani	• Ayani
• Toko di Pontianak Kota	• Teratai	• SSA	• Sungai Jawi	• Mega-Mal
• Toko di Pontianak Timur	• Kemuning	• Mitra Anda	• Jl. Gajahmada	• Mata-hari
• Toko di Pontianak Utara	• Mawar	• Xing Mart	• Jl. Tanjungpura	• Rama-yana
• Toko di Pontianak Selatan	• Flamboyan	• Ligo Mitra	• Pasar Siantan	
• Toko di Pontianak Tenggara	• Seruni	• Kaisar	• Pasar Sudirman	
	• Puring	• Citra Niaga	• Pasar Tengah	
	• Angrek	• Asoka Baru	• Jl. Prof. M. Yamin	
	• Sepakat	• Mitra Mart Sui Jawi		
	• Bunga	• Mitra Mart		
	• Ibu	• Garuda Mitra		
	• Landak	• Citra Jeruju		
		• Citra Siantan		
		• Kaisar Siantan		

Toko/ warung yang ada di Kecamatan Kota Pontianak memiliki skala pelayanan lingkungan yang

melayani tingkat kelurahan. Skala pelayanan berikutnya adalah skala pelayanan kecamatan. Fasilitas perdagangan yang merupakan skala pelayanan kecamatan adalah pasar tradisional dan supermarket. Selanjutnya adalah fasilitas perdagangan skala pelayanan kota. Fasilitas perdagangan yang memiliki skala pelayanan kota terdiri dari pusat perbelanjaan dan *departement store*.

Peta asal dan tujuan fasilitas perdagangan skala pelayanan lingkungan tidak digambarkan dengan titik tujuan dikarenakan dalam penyebaran kuesioner fasilitas perdagangan skala pelayanan lingkungan hanya berdasarkan kecamatan yang dipilih dan tidak merujuk pada satu toko tertentu. Pola pergerakan yang memilih fasilitas skala pelayanan lingkungan mayoritas memilih tempat yang terdekat jangkauan sekitar rumah dan berada dalam satu kecamatan yang sama.

Klasifikasi barang yang digunakan adalah barang konvenian dan barang emergensi. Barang konvenian adalah barang yang biasanya sering dibeli oleh pelanggan tanpa membutuhkan banyak pertimbangan dan hanya membutuhkan sedikit usaha. Barang konvenian dibagi menjadi barang kebutuhan sehari-hari dan barang impulse. Dalam Barang emergensi dibagi menjadi 3 yaitu barang shopping yaitu barang yang selama proses pemilihan dan pembelian, pelanggan biasanya melakukan perbandingan berdasarkan beberapa kriteria seperti kesesuaian, kualitas, harga dan gaya, barang special adalah barang yang memiliki karakteristik unik, dan barang yang tidak dicari adalah barang yang tidak terpikirkan untuk dibeli.

#### a. Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Konvenian

Pengelompokkan barang konvenian guna melihat pola pergerakannya dibagi menjadi kebutuhan sehari-hari dan makanan. Barang yang dimaksud dalam kebutuhan sehari-hari adalah barang yang dibutuhkan sehari-hari di rumah yang menjadi kebutuhan pokok. Beberapa contohnya adalah sabun, minyak, pasta gigi, dan lainnya. Makanan dalam pembahasan ini berupa barang yang dapat dikonsumsi. Beberapa diantaranya adalah sayuran, buah-buahan, makanan instan, dan makanan jadi yang bisa dibeli di rumah makan.

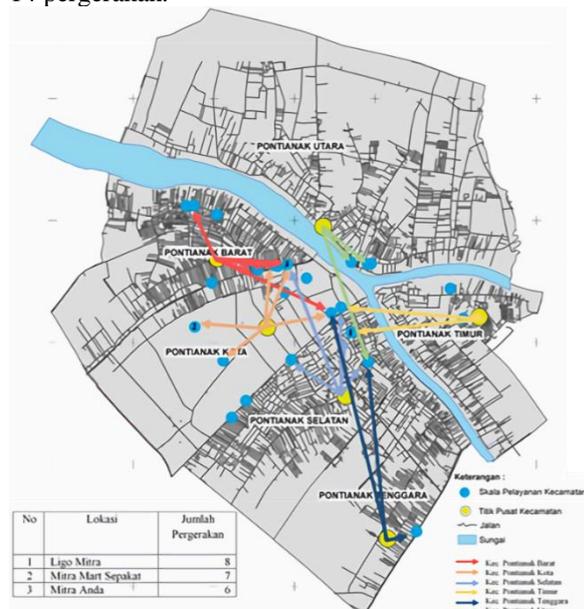
#### • Kebutuhan Sehari-hari

Berdasarkan hasil kuesioner hasil yang didapatkan adalah *online* sebanyak 2%, *offline* sebanyak 73%, dan keduanya sebanyak 23% (2% tidak memilih *online*, *offline*, maupun keduanya). Diketahui jika pergerakan barang secara *online* paling banyak antar kecamatan di Kota Pontianak yaitu sebanyak 15%. Pergerakan tersebut mayoritas berada pada kecamatan yang sama. Terdapat 9% yang memilih nasional atau antar provinsi.

Pemenuhan kebutuhan barang sehari-hari dengan metode *offline* didapat pada kecamatan yang sama. Hal ini menunjukkan jika dalam pemenuhan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat memikirkan masalah jarak sehingga memilih fasilitas perdagangan *offline* yang dekat dengan rumah, dapat dilihat jika

pergerakan terbanyak terjadi pada toko pada setiap kecamatan yang jika dijumlahkan sebanyak 28 pergerakan.

Selanjutnya Ayani Megamal dan Ligo Mitra yaitu sebanyak 8 pergerakan. Letak Ayani Megamal dan Ligo Mitra yang berada ditengah kota dan mudah diakses menjadikan banyak masyarakat yang memilih berbelanja disana. Berdasarkan skala pelayanan yang dipilih, untuk mendapatkan barang kebutuhan sehari-hari dengan metode *offline*, masyarakat Kota Pontianak cenderung memilih fasilitas perdagangan yang memiliki tingkat pelayanan skala kecamatan. Berdasarkan jumlah diatas, terdapat 54 pergerakan yang terjadi dalam lingkup pelayanan skala kecamatan. Diikuti oleh fasilitas perdagangan skala lingkungan, yaitu sejumlah 28 pergerakan. Untuk fasilitas perdagangan skala pelayanan kota sebanyak 14 pergerakan.



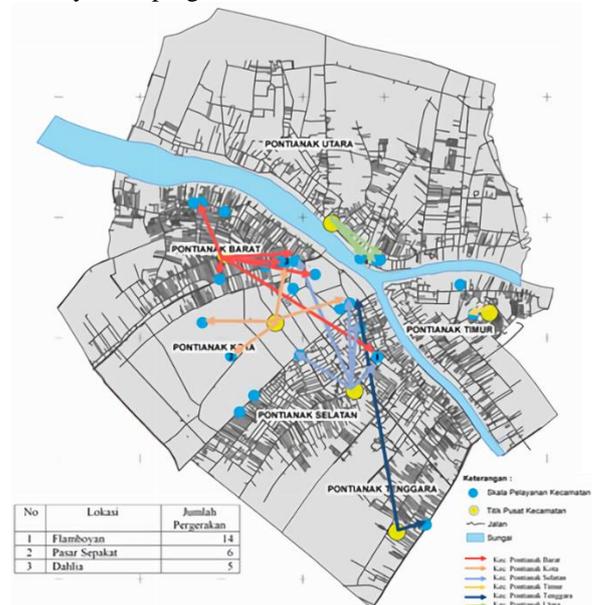
**Gambar 1.** Peta Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Kebutuhan Sehari-hari *Offline* Skala Pelayanan Kecamatan (Hasil Analisis, 2019)

- Makanan

Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan bahwa yang membeli makanan secara *online* sebanyak 1%, *offline* sebanyak 55%, dan keduanya sebanyak 41% (3% tidak memilih *online*, *offline*, maupun keduanya). Masyarakat yang memilih metode *online* lebih dominan memilih lintas kecamatan di Kota Pontianak. Jenis makanan yang sering dibeli secara *online* adalah makanan yang ada di rumah makan. Pembeli lintas nasional dan negara tidak ada, mengingat jika makanan merupakan produk yang tidak tahan lama. Jika membeli antar provinsi atau negara, memerlukan waktu yang cukup lama hingga barang dapat diterima dan dikonsumsi.

Pembelian makanan metode *offline* tetap unggul. Perdagangan *offline* yang paling banyak dikunjungi berupa pasar tradisional. Terpilihnya pasar tradisional flamboyan sebagai fasilitas perdagangan *offline* yang

paling banyak dikunjungi asal kunjungan tidak hanya dari Kecamatan Pontianak Selatan saja, namun juga dari Kecamatan Pontianak Tenggara. Diikuti oleh toko yang ada di Kecamatan Pontianak Timur dan toko Pontianak Utara. Fasilitas perdagangan skala pelayanan yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat adalah skala pelayanan kecamatan yaitu sebanyak 56 pergerakan. Skala pelayanan lingkungan sebanyak 28 pergerakan dan skala pelayanan kota sebanyak 19 pergerakan.



**Gambar 2.** Peta Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Makanan *Offline* Skala Pelayanan Kecamatan (Hasil Analisis, 2019)

b. Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Emergensi

Barang emergensi yang digunakan merupakan gabungan dari barang *special*, barang *shopping*, dan barang yang tidak dicari. Barang tersebut dikelompokkan menjadi pakaian dan kosmetik, perlengkapan rumah tangga, dan elektronik dan hobi. Hal ini dipertimbangkan berdasarkan ketersediaan barang yang bisa dibeli menggunakan metode *online* dan metode *offline*.

- Pakaian dan Kosmetik

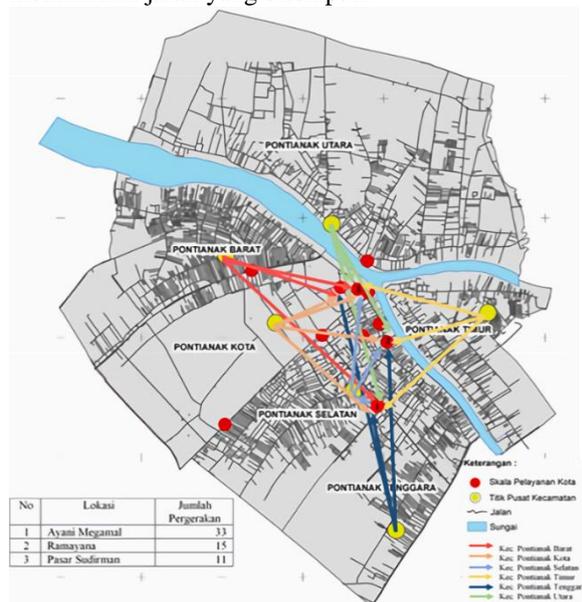
Hasil yang didapatkan adalah *online* sebanyak 19%, *offline* sebanyak 20%, dan keduanya sebanyak 59% (terdapat 2% yang tidak berbelanja pakaian dan kosmetik). Pemenuhan kebutuhan pakaian dan kosmetik dapat dikatakan bahwa dalam pemenuhannya dapat bersaing antara *online* dan *offline*. Pergerakan barang berupa pakaian dan kosmetik paling banyak terjadi secara nasional atau antar provinsi. Pergerakan secara nasional terjadi sebanyak 72, yang didominasi oleh barang yang berasal dari DKI Jakarta.

Perdagangan metode *online* memiliki pilihan yang sangat lengkap dan beragam sehingga dapat disesuaikan dengan mode yang sedang berlangsung. Penawaran harga yang terkadang lebih murah dan banyaknya promo yang ada juga menjadikan

perdagangan *online* khususnya pakaian menjadi begitu digemari. Begitu pula dengan kosmetik yang beberapa barang hanya bisa didapatkan secara *online*.

Pembelian pakaian dan kosmetik secara *offline* yang paling sering dikunjungi adalah Ayani Megamal. Asal pembeli yang mengunjungi Ayani Megamal tersebut tidak hanya dari satu kecamatan yang sama, namun rata dari seluruh kecamatan yang ada di Pontianak. Diikuti dengan *departement store* lainnya, yaitu ramayana dan matahari mall yang mendapatkan 15 dan 7 kunjungan.

Fasilitas perdagangan *offline* lainnya yang sering dikunjungi adalah Pasar Sudirman. Hal ini dikarenakan Pasar Sudirman banyak terdiri dari banyak toko sehingga lebih banyak pilihan. Supermarket dan toko jarang dikunjungi oleh pembeli yang merupakan masyarakat Kota Pontianak untuk membeli pakaian dan kosmetik. Berdasarkan skala pelayanan yang dipilih, masyarakat Kota Pontianak cenderung memilih fasilitas perdagangan yang memiliki tingkat pelayanan skala kota sebanyak 66 pergerakan, diikuti perdagangan skala kecamatan sebanyak 7 pergerakan dan skala lingkungan sebanyak 6 pergerakan. Kesimpulan untuk perdagangan *offline* pakaian dan kosmetik adalah, dalam melakukan kegiatan perdagangan, masyarakat cenderung tidak memikirkan jarak yang ditempuh.

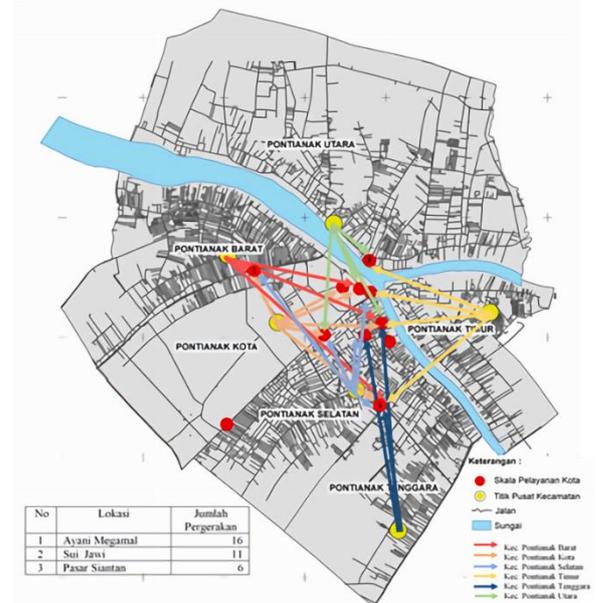


**Gambar 3.** Peta Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Pakaian dan Kosmetik *Offline* Skala Pelayanan Kota (Hasil Analisis, 2019)

o Perlengkapan Rumah Tangga

Berdasarkan hasil yang didapatkan, *online* sebanyak 3%, *offline* sebanyak 65%, dan keduanya sebanyak 24% (8% tidak memilih *online*, *offline*, dan keduanya). Perdagangan *online* untuk barang perlengkapan rumah tangga paling banyak dilakukan oleh nasional atau antar provinsi yaitu sebanyak 22. Asal barang yang paling banyak adalah dari provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Riau.

Fasilitas yang sering dikunjungi adalah Ayani Megamal. Fasilitas perdagangan *offline* lainnya yang banyak dikunjungi adalah kawasan perbelanjaan Sui Jawi, Jl. Tanjungpura dan Pasar Siantan. Beberapa kecamatan seperti Kecamatan Pontianak Kota, Pontianak Barat, Pontianak Selatan dan Pontianak Utara cenderung memilih perdagangan yang masih berada dalam kecamatan yang sama. Berdasarkan skala pelayanan yang dipilih, untuk mendapatkan barang perlengkapan rumah tangga, masyarakat cenderung memilih perdagangan tingkat pelayanan skala kota, yaitu sebanyak 58 pergerakan. Diikuti oleh fasilitas perdagangan skala kecamatan sebanyak 22 pergerakan dan skala lingkungan sebanyak 9 pergerakan.



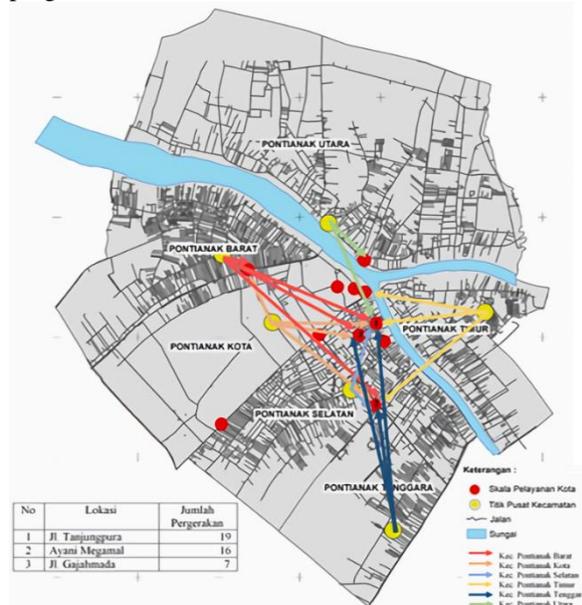
**Gambar 4.** Peta Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Perlengkapan Rumah Tangga *Offline* Skala Pelayanan Kota (Hasil Analisis, 2019)

o Elektronik dan Hobi

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan hasil bahwa masyarakat cenderung memilih antara salah satu antara *online* atau *offline*. Didapatkan hasil *online* sebanyak 28%, *offline* sebanyak 40%, dan keduanya sebanyak 24% (11% tidak memilih *online*, *offline*, atau keduanya). Terdapat >50% responden yang memilih untuk menggunakan metode *online* dalam berbelanja barang elektronik dan hobi. Pergerakan terbanyak terjadi pada nasional atau antar provinsi, dengan asal barang terbanyak dari Provinsi DKI Jakarta sebanyak 43 pergerakan.

Kegiatan perdagangan *offline* yang paling sering dikunjungi adalah fasilitas skala pelayanan kota sebanyak 49 pergerakan, seperti pusat perbelanjaan Jl. Tanjungpura. Beragam toko atau adanya perdagangan aglomerasi yang terdapat di Jl. Tanjungpura menjadikan kawasan pusat perbelanjaan tersebut banyak dikunjungi. Diikuti skala pelayanan lingkungan sebanyak 11 pergerakan, yang berupa toko elektronik yang tersebar pada setiap kecamatan.

Terakhir skala pelayanan kecamatan yaitu sebanyak 2 pergerakan



**Gambar 5.** Peta Asal dan Tujuan Pergerakan Barang Elektronik dan Hobi *Offline* Skala Pelayanan Kota (Hasil Analisis, 2019)

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diuraikan kesimpulan dari setiap sasaran penelitian, sebagai berikut :

1. Karakteristik responden berdasarkan metode belanja disimpulkan bahwa masyarakat Kota Pontianak lebih dari 80% berbelanja dengan metode keduanya (*online* dan *offline*). Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, dengan rentang umur 20 tahun – 30 tahun dimana umur tersebut merupakan umur saat teknologi mulai berkembang. Sebagian besar merupakan mahasiswa/ pelajar. Kebanyakan kendaraan pribadi yang dimiliki adalah motor untuk mengakses kegiatan perdagangan *offline* dengan kepemilikan SIM C. Terdapat 70% masyarakat Kota Pontianak yang merasa jarak mempengaruhi aktivitas belanja, sedangkan 30% merasa tidak terpengaruh oleh jarak. Karakteristik responden yang paling dominan perbedaannya antara metode *online* dan metode *offline* adalah dari segi umur.
2. Pergerakan asal dan tujuan untuk barang konvenian *offline* (kebutuhan sehari-hari dan makanan) mayoritas tujuan adalah fasilitas perdagangan terdekat yaitu perdagangan skala pelayanan kecamatan, sedangkan *online*, untuk barang kebutuhan sehari-hari pergerakan di didalam lingkup kecamatan yang sama sedangkan untuk makanan, mayoritas lingkup kecamatan yang berbeda atau lintas kecamatan. Pergerakan asal dan tujuan untuk barang emergensi *offline* (pakaian dan kosmetik, elektronik dan hobi, dan perlengkapan rumah tangga) cenderung memilih perdagangan skala pelayanan kota, sedangkan

barang emergensi *online* mayoritas berasal dari luar provinsi Kalimantan Barat dengan tujuan Kota Pontianak.

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Fakultas Teknik UNTAN yang telah mendukung dan mempublikasikan keberlangsungan jurnal.

#### Daftar Pustaka

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Maisarina, R., Irwansyah, M., & Izziah. (2017). Kajian Pengembangan Kawasan Strategis Sektor Perdagangan dan Jasa Kota Banda Aceh (Studi Kasus Kecamatan Lueng Bata). *Jurnal Teknik Sipil*, 1 (2), 451-460.
- Rachmawati, R., & Rijanta, R. (2012). Population Mobility and Urban Spatial Structure: Does the Use of Information Communication Technology Matter? *Regional View*, March (25), 9-19.
- Sugiyono. (2002). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Tamin, O. Z. (2000). *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*. Bandung: Penerbit ITB.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C., (2012). *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Networks Perspective Pearson*, 8<sup>th</sup> ed.
- Vilhelmson, B., & Thulin, E. (2001). Does the Internet Encourage People to Move? An Exploratory Study of Swedish Young Adults Migration Experiences and Plans. University of Gothenburg. *Geoforum*, June (47), 209-216.