

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era digital telah mengubah proses perilaku belanja masyarakat dari pola yang semula sangat bergantung pada kedekatan pasar tradisional menjadi pola yang semakin dipengaruhi oleh internet, pembayaran digital, dan kemudahan pemesanan jarak jauh. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang ditandai dengan meluasnya perkembangan internet, perkembangan *smartphone*, serta adopsi pembayaran digital telah menciptakan ekosistem baru dalam aktivitas konsumsi dan distribusi barang (Agrawal & Gupta, 2023). Dalam konteks global, berdasarkan laporan dari International Telecommunication Union (2025) yang merupakan agensi untuk teknologi digital, menyebutkan bahwa lebih dari enam miliar penduduk dunia telah terhubung melalui internet selama tahun 2025. Hal ini mendorong perubahan mendasar dalam cara individu mengakses informasi, melakukan transaksi, serta berinteraksi dengan penyedia barang dan jasa. Fenomena ini menandai peralihan dari masyarakat yang mengandalkan industri konvensional menuju masyarakat yang mengandalkan *network society* yang dimediasi oleh platform digital, dimana aktivitas ekonomi tidak lagi sepenuhnya bergantung pada kedekatan geografis, melainkan ditentukan oleh konektivitas dan akses digital (Castells, 2010).

Dalam kondisi ideal, perkembangan teknologi digital telah menciptakan dua kekuatan utama dalam sektor perdagangan, yaitu perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan ritel modern. Pada tahun 2024, pangsa pasar *e-commerce* secara global telah mencapai lebih dari 20 persen dari total penjualan ritel dunia, dengan nilai transaksi diperkirakan melampaui 6 triliun dolar Amerika Serikat (EMARKETER, 2024). Di sisi lain, ritel modern dalam format minimarket, supermarket, dan hypermarket juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya di kawasan Asia Tenggara. Integrasi antara kanal daring (*online*) dan luring (*offline*) melalui pendekatan *omnichannel* telah menjadi strategi dominan dalam industri ritel kontemporer, di mana konsumen dapat menikmati pengalaman belanja yang terpadu antara platform digital dan gerai fisik (PwC, 2024). Pertumbuhan ini didorong oleh urbanisasi yang masif, meningkatnya pendapatan kelas menengah, serta perubahan preferensi konsumen yang menuntut kecepatan, kenyamanan, dan efisiensi dalam proses belanja (McKinsey & Company, 2025).

Sektor ritel modern, khususnya dalam format minimarket dan *convenience store*, mengalami ekspansi yang pesat di berbagai negara. Studi oleh Li & Long (2024) menunjukkan bahwa integrasi daring dan luring dalam model ritel baru telah membentuk kembali lanskap komersial perkotaan, di mana toko fisik tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai titik penjualan, melainkan juga sebagai pusat distribusi dan pengalaman bagi konsumen. Dari perspektif spasial, distribusi ritel modern di lingkungan perkotaan cenderung mengikuti logika aglomerasi yang mempertimbangkan kedekatan dengan konsumen, intensitas aktivitas ekonomi, serta konektivitas jaringan jalan (Sevtsuk, 2014). Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan lokasi ritel modern bukan semata-mata bersifat ekonomis, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor spasial yang berkaitan dengan struktur kota dan pola permukiman.

Kendati perkembangan e-commerce dan ritel modern membawa berbagai manfaat bagi konsumen, fenomena ini juga menimbulkan sejumlah pertanyaan, sehingga perlu dikaji secara mendalam. Pertama, ekspansi ritel modern yang masif di kawasan perkotaan berpotensi mengancam kelangsungan usaha kecil dan pasar tradisional. Persaingan harga, standar pelayanan, serta jaringan distribusi yang lebih efisien menjadikan ritel modern memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pelaku usaha konvensional (Nurfitri et al., 2024). Kedua, pertumbuhan e-commerce yang sangat pesat telah menggeser sebagian pola belanja masyarakat dari kanal luring menuju kanal daring, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai relevansi dan keberlanjutan gerai ritel fisik di masa depan (Chusumastuti et al., 2023). Ketiga, dari perspektif perencanaan kota, persebaran ritel modern yang tidak teratur dan cenderung mengelompok (*clustered*) pada titik-titik tertentu dapat menimbulkan ketimpangan pelayanan spasial, di mana sebagian wilayah permukiman tidak terjangkau oleh fasilitas perdagangan modern yang memadai (Pratama et al., 2024).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan dinamika sektor ritel dan e-commerce yang sangat pesat. Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai transaksi e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari Rp205,5 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp487,01 triliun pada tahun 2024, dengan lonjakan tertinggi terjadi pada tahun 2021 yang didorong oleh perubahan perilaku belanja akibat pandemi COVID-19 (Bank Indonesia, 2025). Di sisi lain, sektor ritel modern juga terus berekspansi. Berdasarkan data industri ritel dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia pada tahun 2022, Indomaret mencatatkan 19.996 gerai dan Alfamart memiliki 17.394 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan fokus ekspansi yang semakin bergeser ke wilayah di luar Pulau Jawa. Minimarket dan *convenience store* menguasai sekitar 42,38 persen pangsa pasar ritel Indonesia pada tahun 2025 (Mordor Intelligence, 2026). Fenomena ini mengindikasikan bahwa Indonesia tengah mengalami transformasi ganda dalam sektor perdagangan eceran, baik melalui digitalisasi transaksi maupun melalui ekspansi jaringan ritel fisik modern.

Dalam konteks lokal, Kota Makassar sebagai salah satu kota metropolitan utama di kawasan Indonesia Timur memiliki dinamika ritel modern yang menarik untuk dikaji. Kota Makassar mengalami pertumbuhan penduduk dan urbanisasi yang pesat, yang diikuti oleh peningkatan jumlah gerai ritel modern, khususnya Indomaret dan Alfamart, yang tersebar di berbagai kecamatan. Kecamatan Mamajang, yang terletak di bagian selatan pusat Kota Makassar, merupakan salah satu kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi, yakni sebesar 25.811 jiwa/km². Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 7 Tahun 2024 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Makassar Tahun 2024 – 2043, Kecamatan Mamajang ditetapkan sebagai kawasan perkantoran, perdagangan dan jasa, serta kawasan pertahanan dan keamanan. Karakteristik kawasan yang padat penduduk dengan fungsi perdagangan dan jasa menjadikan Kecamatan Mamajang sebagai lokus yang strategis untuk memahami bagaimana distribusi spasial ritel modern merespons dinamika permukiman dan perubahan perilaku belanja masyarakat di era digital.

Kajian mengenai pola spasial ritel modern dalam konteks perubahan perilaku belanja masyarakat di era digital menjadi semakin relevan mengingat adanya interaksi yang kompleks antara faktor lokasi, aksesibilitas, dan preferensi konsumen. Teori *Central*

Place dari Christaller menjelaskan bahwa pusat-pusat pelayanan terdistribusi secara hierarkis berdasarkan ambang batas populasi dan jangkauan pelayanan (van Meeteren & Poorthuis, 2018). Namun, dalam era digital, konsep ini perlu direvisi karena jarak fisik tidak lagi menjadi satu-satunya determinan dalam pengambilan keputusan belanja. Konsumen kini dapat membandingkan harga, mengakses promo, dan melakukan pembelian melalui *platform* digital tanpa harus berkunjung ke gerai fisik (Cairncross, 1997). Oleh karena itu, penelitian yang mengintegrasikan analisis spasial persebaran ritel modern dengan analisis preferensi belanja masyarakat di era digital menjadi sebuah kebutuhan ilmiah yang mendesak, khususnya untuk menggambarkan dinamika yang terjadi bagi perencanaan tata ruang kota dalam melihat aspek perubahan perilaku konsumen yang terjadi di perkotaan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek-aspek yang berkaitan dengan topik ini, namun masing-masing memiliki keterbatasan yang membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut. Prastowo & Ningrum (2025) menganalisis pola lokasi ritel modern di kawasan perkotaan Yogyakarta menggunakan regresi spasial dan menemukan bahwa kepadatan penduduk berpengaruh signifikan terhadap kepadatan ritel, namun penelitian tersebut tidak mengkaji dimensi perilaku belanja konsumen dan pengaruh era digital. Imaarah dan Yulfa (2024) meneliti persebaran minimarket di Kecamatan Padang Barat dengan metode *Average Nearest Neighbor* dan *buffer*, namun tidak mengintegrasikan analisis preferensi belanja masyarakat terhadap *e-commerce*. Diah (2019) mengidentifikasi preferensi belanja daring dan luring di Indonesia, namun tidak menghubungkan temuan tersebut dengan pola persebaran ritel modern.

Berdasarkan temuan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat adanya celah penelitian yang signifikan. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu mengkaji pola spasial ritel modern secara terpisah dari analisis perilaku belanja konsumen di era digital, sehingga belum terdapat pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara distribusi spasial ritel modern dengan perubahan preferensi belanja masyarakat. Kedua, penelitian yang mengkaji preferensi belanja daring versus luring umumnya bersifat non-spasial dan tidak mempertimbangkan faktor jarak, aksesibilitas, serta jangkauan pelayanan gerai ritel. Ketiga, konteks lokal Kota Makassar, khususnya Kecamatan Mamajang, belum menjadi objek kajian yang memadukan analisis spasial dan perilaku belanja secara terintegrasi. Keempat, belum terdapat penelitian yang menggunakan kombinasi metode analisis spasial dengan analisis deskriptif kuantitatif preferensi belanja dalam satu kerangka penelitian yang utuh.

Penelitian ini mengisi celah pengetahuan dengan menganalisis pola sebaran dan keterjangkauan ritel modern serta preferensi belanja masyarakat di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar. Analisis mencakup tiga dimensi: (1) pemetaan sebaran spasial dan pertumbuhan ritel modern; (2) analisis jangkauan layanan berdasarkan jarak ke permukiman; serta (3) deskripsi preferensi dan perilaku belanja di era digital beserta keterkaitannya dengan kondisi spasial ritel. Melalui pendekatan *mixed methods*, yaitu analisis SIG dan survei deskriptif kuantitatif. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi pada pemahaman interaksi ruang, teknologi, dan perilaku konsumen, sekaligus menyediakan rekomendasi kebijakan tata ruang kota yang adaptif terhadap dinamika digital.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola spasial persebaran dan pertumbuhan ritel modern di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?
2. Bagaimana keterjangkauan ritel modern berdasarkan karakteristik wilayah dan jarak terhadap permukiman di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?
3. Bagaimana preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat di era digital untuk memenuhi kebutuhan di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Memetakan persebaran dan pertumbuhan ritel modern di Kecamatan Mamajang.
2. Menganalisis keterjangkauan pelayanan ritel modern berdasarkan jarak terhadap permukiman di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar.
3. Mendeskripsikan preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat di era digital untuk memenuhi kebutuhan di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dirumuskan pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Bagi peneliti;

Diharapkan peneliti dapat menjadikan penelitian ini sebagai pengetahuan dan wawasan serta pembuktian dalam pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan semenjak menjadi mahasiswa.

2. Bagi Mahasiswa;

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan, wawasan, referensi dan sumber informasi dalam penggalian informasi mengenai era digital, *e-Commerce*, dan dinamika perkembangan ritel modern di kawasan tersebut.

3. Bagi pemerintah;

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan serta bahan dalam pengambilan kebijakan perencanaan kawasan perkotaan, khususnya dalam mempertimbangkan fungsi kawasan serta pergerakan manusia di dalamnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada aspek wilayah kajian dan materi agar pembahasan tetap terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian.

1.5.1 Lingkup Wilayah

Lingkup wilayah dalam penelitian ini dibatasi pada wilayah administratif Kecamatan Mamajang, Kota Makassar. Kecamatan Mamajang terdiri atas 13 kelurahan yang menjadi cakupan analisis, baik dalam kajian persebaran ritel modern maupun dalam analisis preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat.

Pemilihan Kecamatan Mamajang sebagai wilayah studi didasarkan pada karakteristiknya sebagai kawasan perkotaan yang relatif padat, memiliki jaringan jalan yang berkembang, serta keberadaan ritel modern yang tersebar di beberapa kelurahan. Batasan wilayah penelitian mengikuti batas administratif resmi Kecamatan Mamajang sebagaimana tercantum dalam dokumen pemerintah daerah dan data Badan Pusat Statistik (BPS).

1.5.2 Lingkup Materi

Lingkup materi penelitian ini mencakup tiga fokus utama, yaitu analisis pola persebaran ritel modern (Alfamart dan Indomaret), analisis tingkat keterjangkauan terhadap kawasan permukiman, serta analisis preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Analisis persebaran dilakukan menggunakan pendekatan spasial berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG), sedangkan analisis keterjangkauan diukur melalui metode *buffer* dan *service area* berbasis jaringan jalan. Adapun preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat dianalisis berdasarkan hasil survei responden yang meliputi frekuensi kunjungan, jarak tempuh, alasan pemilihan ritel, serta kecenderungan penggunaan belanja daring.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara garis besar penelitian yang dijelaskan dari latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan, kajian teori, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan yang saling melengkapi untuk menggambarkan suatu masalah.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang menjelaskan terkait langkah-langkah yang digunakan dalam melakukan suatu perumusan masalah penelitian berupa metode pendekatan, kebutuhan dan sumber data, penentuan narasumber, metode pengumpulan dan pengolahan data, serta metode analisis data.

BAB III HASIL

Bab ini memuat gambaran umum mengenai kawasan penelitian yaitu di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar yang menghimpun beberapa data awal sesuai dengan kajian yang akan dilakukan serta rangkuman data dan hasil analisis yang diperoleh.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas seluruh hasil analisis dan membuktikan hipotesis-hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya serta menjawab semua tujuan penelitian yang telah peneliti buat.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini membahas kesimpulan dari seluruh hasil kajian mulai dari bagian pertama hingga bagian akhir, serta menampilkan saran-saran bagi peneliti dan penelitian ke depannya.

1.7 Kajian Teori

Kajian teori memuat uraian mengenai konsep dan teori yang relevan dengan fokus penelitian, yang digunakan sebagai landasan konseptual dalam menganalisis permasalahan yang dikaji. Teori-teori tersebut berfungsi untuk memberikan kerangka berpikir yang sistematis serta mendukung proses interpretasi dan pembahasan hasil penelitian agar selaras dengan tujuan yang telah dirumuskan.

1.7.1 Era Digital

Era digital dipahami sebagai fase perkembangan masyarakat ketika proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi berlangsung terutama melalui teknologi komputasi dan jaringan internet, sehingga interaksi sosial-ekonomi semakin dimediasi oleh platform digital. Dalam kerangka ini, teknologi tidak lagi sekadar alat bantu, melainkan menjadi infrastruktur inti yang membentuk cara individu bekerja, berkomunikasi, dan mengakses layanan. Perubahan mendasar pada era digital tampak pada meningkatnya konektivitas, percepatan arus informasi, serta integrasi aktivitas harian dengan sistem berbasis data. World Bank menekankan bahwa teknologi digital memperluas akses informasi, menurunkan biaya transaksi, dan membuka cara baru untuk menghubungkan produsen menuju konsumen, namun juga dapat memunculkan kesenjangan akses (*digital divide*) jika kapasitas dan pemerataan infrastruktur tidak sejalan dengan laju digitalisasi (World Bank, 2016). Dalam konteks struktur sosial, masyarakat jaringan (*network society*) menggambarkan bagaimana jaringan digital memfasilitasi koordinasi aktivitas lintas ruang, memungkinkan relasi sosial dan ekonomi terbentuk melalui konektivitas, bukan semata kedekatan geografis (Castells, 2010).

1.7.2 E-Commerce

E-commerce merujuk pada aktivitas transaksi komersial yang dilakukan melalui jaringan elektronik, terutama internet, baik pada tahap pencarian informasi produk, pemesanan, pembayaran, hingga layanan purnajual. Dalam pengertian yang lebih luas, *e-commerce* bukan hanya sekedar transaksi *online*, melainkan ekosistem yang melibatkan platform, sistem pembayaran, logistik, dan manajemen data konsumen. UNCTAD menempatkan *e-commerce* sebagai bagian dari ekonomi digital yang mempertemukan pelaku usaha dan konsumen melalui *marketplace/platform*, serta bergantung pada kesiapan konektivitas, kepercayaan (*trust*), dan sistem distribusi barang (UNCTAD, 2022). Karena sifatnya berbasis jaringan, *e-commerce* cenderung mengurangi biaya pencarian (*search cost*), memperluas pilihan barang, dan memungkinkan transaksi tanpa tatap muka, sehingga pola belanja dapat bergeser dari kunjungan fisik menuju pemesanan daring, atau menjadi model *hybrid (online-to-offline)*.

1.7.3 Ritel Modern

Ritel modern dipahami sebagai bentuk usaha perdagangan eceran dengan pengelolaan yang lebih terstandar (format, tata letak, harga, pasokan, dan pelayanan), umumnya diwujudkan dalam jaringan minimarket, supermarket, hingga hypermarket. Ciri yang sering melekat pada ritel modern meliputi sistem manajemen persediaan yang lebih terintegrasi, penggunaan teknologi informasi dalam operasi toko, serta konsistensi merek dan layanan pada banyak lokasi. Dalam studi tentang restrukturisasi ritel, ritel

modern dipandang sebagai bagian dari transformasi sistem distribusi yang mendorong efisiensi rantai pasok dan perubahan struktur pasar (Reardon & Timmer, 2012). Di sisi spasial, ritel modern juga berkaitan dengan logika aglomerasi dan pemilihan lokasi pada koridor aksesibilitas tinggi; distribusi ritel di lingkungan perkotaan sering mengikuti pertimbangan kedekatan ke konsumen, intensitas aktivitas, serta konektivitas jaringan jalan (Sevtsuk, 2014).

1.7.4 *The Death of The Distance*

Konsep *the death of distance* menjelaskan kecenderungan bahwa kemajuan teknologi komunikasi dan internet menurunkan arti penting jarak geografis dalam pertukaran informasi dan sebagian aktivitas ekonomi. Cairncross mempopulerkan gagasan bahwa biaya komunikasi yang makin murah dan cepat mengubah cara organisasi dan individu berinteraksi, sehingga koordinasi lintas wilayah menjadi lebih mudah dilakukan (Cairncross, 1997). Namun, kajian lanjutan menunjukkan bahwa jarak tidak sepenuhnya “hilang” yang berubah adalah peran dan bentuknya. Dalam perspektif transportasi dan *regional science*, “kematian jarak” dinilai terlalu dini karena aksesibilitas tetap dipengaruhi oleh jaringan transportasi, waktu tempuh, dan biaya logistik, terutama pada perpindahan barang dan mobilitas fisik (Rietveld & Vickerman, 2004). Dengan demikian, konsep ini berguna untuk menjelaskan mengapa belanja digital bisa melampaui batas wilayah, tetapi tetap menyisakan kebutuhan pada infrastruktur fisik (jalan, distribusi, layanan kurir) dan lokasi ritel sebagai simpul pelayanan.

1.7.5 Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku dalam konteks konsumsi dapat dipahami sebagai pergeseran pola keputusan individu, mulai dari preferensi, intensi, hingga tindakan aktual yang dipengaruhi oleh faktor kognitif, sosial, dan situasional. Teori *Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh intensi yang terbentuk dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks adopsi teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan bahwa penerimaan sistem teknologi banyak dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang kemudian mendorong niat menggunakan dan penggunaan aktual (F. D. Davis, 1987). Pada fenomena belanja era digital, dua kerangka ini relevan untuk memahami mengapa konsumen dapat bergeser dari belanja fisik ke belanja online atau kombinasi keduanya: keputusan bukan hanya soal jarak, tetapi juga kemudahan aplikasi, efisiensi waktu, persepsi manfaat, serta dukungan lingkungan sosial.

1.7.6 *Central Place Theory*

Central Place Theory (CPT) menjelaskan bagaimana pusat-pusat pelayanan (*central places*) muncul dan tersusun secara hierarkis untuk melayani kebutuhan penduduk dalam suatu wilayah. Teori ini menjelaskan bahwa suatu wilayah dapat berkembang sebagai pusat pelayanan yang menyediakan beragam barang dan jasa bagi wilayah sekitarnya (Nurjanah & Samadi, 2023). Pusat pelayanan tersebut berfungsi memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus membentuk suatu hierarki berdasarkan kapasitas

penyediaan layanan. Semakin tinggi tingkatan pusat tersebut, semakin luas pula cakupan pelayanannya (Silitonga et al., 2022).

Dalam kerangka *Central Place Theory*, terdapat empat prinsip utama yang mendasari pembentukan dan fungsi pusat pelayanan, yaitu *centrality*, *complementary area*, *threshold*, dan *range of goods and services*.

1. *Centrality* merujuk pada tingkat kemampuan suatu pusat dalam melayani wilayah sekitarnya, yang diukur melalui jenis, keragaman, serta kuantitas barang dan jasa yang disediakan. Semakin beragam dan kompleks layanan yang ditawarkan, semakin tinggi pula signifikansi fungsional pusat tersebut dalam sistem pelayanan wilayah (Singh, 2021).
2. Selanjutnya, *complementary area* merupakan wilayah yang berada dalam cakupan pelayanan suatu pusat, di mana pusat tersebut menjadi lokasi utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya (Singh, 2021). Luas cakupan ini dipengaruhi oleh tingkatan pusat pelayanan, sehingga pusat dengan hierarki lebih tinggi memiliki wilayah pelayanan yang lebih luas dibandingkan dengan pusat berhierarki lebih rendah.
3. Konsep *threshold* mengacu pada jumlah minimum penduduk yang diperlukan untuk menopang keberlanjutan suatu aktivitas ekonomi atau layanan di suatu pusat (Singh, 2021). Setiap jenis barang dan jasa memiliki ambang batas yang berbeda, bergantung pada tingkat kebutuhan serta frekuensi konsumsinya. Semakin besar kebutuhan minimum untuk mempertahankan suatu layanan, semakin besar pula jumlah populasi yang dibutuhkan untuk mencapainya.
4. Adapun *range of goods and services* menggambarkan jarak maksimum yang bersedia ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa tertentu (Singh, 2021). Batas ini dipengaruhi oleh pertimbangan biaya, waktu tempuh, serta tingkat kenyamanan perjalanan. Apabila jarak yang ditempuh melampaui batas tersebut, maka utilitas yang dirasakan konsumen akan menurun, sehingga mereka cenderung memilih alternatif yang lebih dekat.

Dengan demikian, *Central Place Theory* menyediakan dasar konseptual dalam memahami pola distribusi fasilitas pelayanan, termasuk sarana perdagangan seperti ritel modern. Teori ini menegaskan bahwa penentuan lokasi fasilitas pelayanan tidak berlangsung secara acak, melainkan dipengaruhi oleh faktor jarak, tingkat aksesibilitas, serta kebutuhan masyarakat dalam suatu wilayah.

1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dikelompokkan ke dalam tiga arus utama. Pertama, studi yang menekankan pola persebaran dan faktor lokasi ritel modern. Kedua, studi yang menghubungkan lokasi ritel dengan jangkauan pelayanan dan preferensi masyarakat. Ketiga, studi yang menyoroti perubahan perilaku belanja di era digital. Pada konteks Makassar, penelitian yang tersedia masih lebih banyak menyoroti dampak minimarket terhadap toko kecil. Dengan demikian, celah penelitian tetap terbuka pada integrasi persebaran, keterjangkauan, dan preferensi perilaku belanja dalam satu studi di tingkat kecamatan.

Penelitian dari Litasari et al. (2023) berfokus pada distribusi ritel modern skala kecil dan besar di Yogyakarta *Urbanized Area*. Data diperoleh dari instansi perizinan dan observasi Google Maps, kemudian dianalisis dengan Moran's I dan *Local Indicators of Spatial Association*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ritel modern membentuk pola kluster yang signifikan dan memperlihatkan aglomerasi pada wilayah suburban yang sedang tumbuh. Penelitian ini relevan untuk menjelaskan variabel pola persebaran ritel modern, tetapi belum membahas tingkat keterjangkauan layanan dan preferensi perilaku belanja masyarakat.

Penelitian dari Atmaja & Nurussalwa (2025) mengkaji arah ekspansi minimarket Prima Freshmart di Jabodetabek periode 2013–2023 menggunakan GIS, weighted mean center, spatial standard deviation, dan Geographically Weighted Regression. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persebaran gerai cenderung bergerak ke arah selatan dan selaras dengan pertumbuhan penduduk suburban. Penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai dinamika ekspansi spasial ritel modern, tetapi objek kajiannya masih terbatas pada satu jaringan ritel tertentu dan belum menghubungkan pola persebaran tersebut dengan jangkauan pelayanan maupun respons perilaku belanja masyarakat.

Penelitian dari Pratama et al. (2024) memiliki kedekatan paling kuat dengan rencana penelitian karena membahas pola sebaran minimarket, jangkauan pelayanan, dan preferensi masyarakat. Metode yang digunakan meliputi Average Nearest Neighbor, buffer, analisis jaringan jalan, serta skoring preferensi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian wilayah belum terlayani secara optimal dan skor preferensi masyarakat terhadap lokasi minimarket hanya mencapai 54%. Penelitian ini relevan karena telah menggabungkan dimensi persebaran, jangkauan, dan preferensi, tetapi cakupannya masih terbatas pada satu kelurahan dan satu jenis ritel.

Penelitian dari Cano-Leiva et al. (2024) mengkaji perubahan kebiasaan *e-commerce* dan mobilitas belanja di Madrid melalui *macro survey* dan *Generalized Structural Equation Model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi memberikan efek positif namun terbatas terhadap peningkatan penggunaan *e-commerce*, serta diikuti peningkatan preferensi untuk berbelanja secara fisik di lokasi yang dekat dengan rumah. Penelitian ini penting karena menunjukkan bahwa era digital tidak selalu menggantikan belanja fisik, tetapi konteksnya bukan Indonesia dan tidak secara spesifik mengkaji distribusi ritel modern pada skala kecamatan.

Berdasarkan telaah tersebut, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian ritel modern telah berkembang, tetapi masih cenderung berlangsung secara terpisah antara aspek persebaran spasial, jangkauan pelayanan, dan perilaku belanja. Penelitian ini ditempatkan untuk menjembatani ketiga aspek tersebut dalam satu kerangka kajian pada skala kecamatan perkotaan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

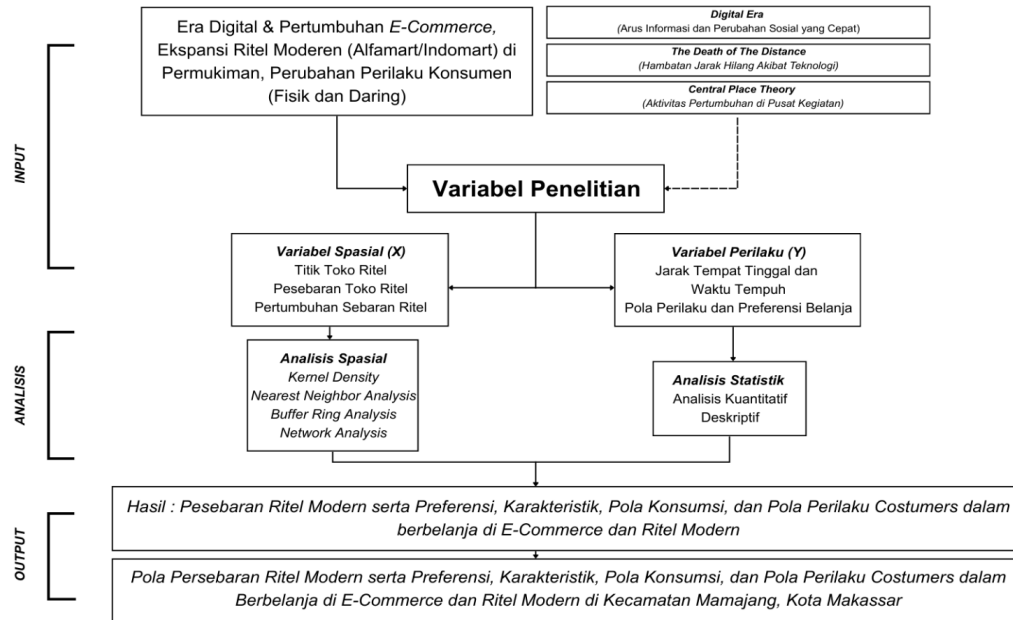
No.	Penulis	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Litasari et al. (2023)	1. Persebaran ritel modern skala kecil dan besar 2. Pola kluster / aglomerasi ritel	Analisis spasial menggunakan data perizinan dan observasi Google Maps; Moran's I dan LISA	Ritel modern membentuk pola kluster yang signifikan, dengan aglomerasi kuat pada wilayah suburban yang sedang tumbuh

No.	Penulis	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
2	Pratama et al. (2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi minimarket 2. Jangkauan pelayanan 3. Preferensi masyarakat 	Pendekatan kuantitatif; observasi, dokumentasi, titik koordinat; ANN, buffer, jaringan jalan, dan skoring Likert	Masih terdapat area yang belum terlayani secara optimal; preferensi masyarakat terhadap lokasi minimarket memperoleh skor 54% dan berada pada kategori kurang sesuai
3	Prastowo & Ningrum (2025)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepadatan ritel Modern 2. Kepadatan penduduk 3. Jumlah pasar tradisional 	Cluster maps, Moran's I, uji LM, dan regresi spasial	Kepadatan ritel terkonsentrasi di kawasan perkotaan Yogyakarta; kepadatan penduduk berpengaruh positif signifikan terhadap kepadatan ritel
4	Atmaja & Nurussalwa, (2025)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persebaran minimarket Prima Freshmart 2. Kepadatan penduduk 3. Jarak ke jalan tol 4. Jarak ke pusat kota 	GIS, weighted mean center, spatial standard deviation, dan GWR	Ekspansi gerai cenderung bergerak ke arah selatan dan mengikuti pola pertumbuhan penduduk suburban
5	Gunawan et al. (2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik sosiodemografis 2. <i>Cross-channel behavior</i> 3. Loyalty pada <i>multichannel vs. omnichannel shopper</i> 	Kuesioner; cross-tabulation dan independent sample t-test	<i>Omnichannel shopper</i> menunjukkan <i>cross-channel behavior</i> dan loyalitas yang lebih tinggi
6	Warganegara & Hendijani, (2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived ease of use, attitude, reference group, price, health risk, intention,</i> 3. <i>Actual purchasing</i> 	Survei online pada 300 responden; PLS-SEM	Kemudahan penggunaan, kegunaan, sikap, dan <i>reference group</i> berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku pembelian <i>grocery online</i>
7	Cano-Leiva et al. (2024)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan <i>e-commerce</i> 2. Kebiasaan belanja 3. Mobilitas belanja 4. Faktor sosiodemografis, psikologis, dan geografis 	Macro survey di Madrid; GSEM	Pengguna <i>e-commerce</i> intensif cenderung mengurangi mobilitas belanja; preferensi belanja fisik dekat rumah meningkat
8	Kamase et al. (2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan minimarket modern 2. Keberlangsungan toko pengecer kecil 	Kuesioner pada 40 toko pengecer; analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis	Pertumbuhan minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keberlangsungan toko pengecer kecil di Kecamatan Tamalate, Makassar

No.	Penulis	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
9	Safitri & Prarikeslan (2024)	1. Pola sebaran minimarket 2. Karakteristik lokasi meliputi aksesibilitas, jangkauan pelayanan, serta kepadatan penduduk	Pendekatan campuran (<i>mix method</i>) menggunakan analisis spasial Sistem Informasi Geografis (SIG) dan wawancara	Pemilihan lokasi sangat bergantung pada aksesibilitas tinggi (berada di jalan kolektor dan rute angkutan kota). Terjadi overlapping jangkauan pelayanan antar minimarket karena letaknya yang berdekatan.

Sumber: Penulis, 2026

1.9 Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Penulis, 2026

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode pendekatan analisis spasial (*spatial Quantitative Approach*). Tujuannya untuk menggambarkan persebaran dan pelayanan ritel modern serta preferensi berbelanja ritel masyarakat di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar. Menurut Hardani (2020) dalam Sahir (2021), penelitian kuantitatif merupakan suatu bentuk penelitian ilmiah yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk mengkaji suatu fenomena serta keterkaitan antarunsurnya.

Bagian deskriptif dalam penelitian ini mencakup dua aspek utama. Pertama, mendeskripsikan sebaran dan lokasi ritel modern melalui analisis spasial berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG) untuk mengidentifikasi pola distribusi dan keterkaitannya dengan kawasan permukiman. Kedua, menganalisis . Ketiga, menganalisis kebiasaan berbelanja serta preferensi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari berdasarkan hasil analisis statistik terhadap data survei responden, yang meliputi frekuensi kunjungan, jarak tempuh, dan kecenderungan penggunaan belanja *online*.

2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan ketika peneliti mengikuti mata kuliah *Labo Based Education (LBE) Regional, Tourism and Disaster Mitigation* dalam rentang waktu bulan Desember 2025 hingga Januari 2026. Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar. Secara Administratif Kecamatan Mamajang terdiri atas 13 kelurahan dengan Kelurahan Mamajang Luar sebagai ibukota kecamatan. Adapun batas administratif Kecamatan Mamajang sebagai berikut:

- Batas Utara : Kecamatan Makassar
- Batas Timur : Kecamatan Rappocini
- Batas Barat : Kecamatan Mariso
- Batas Selatan : Kecamatan Tamalate

2.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam Penelitian ini, jenis data yang digunakan merupakan data spasial dan data nonspasial serta sumber data yang digunakan peneliti terbagi atas dua data, yaitu data primer dan data sekunder.

2.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data Spasial dan Non-Spasial dikarenakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif Deskriptif :

1. Data spasial merupakan data yang menjelaskan dan mempresentasikan segala aspek dalam keruangan berdasarkan fenomena-fenomena yang bersangkutan. Data ini juga biasa disebut sebagai data posisi, koordinat serta ruang (Prahasta, 2014). Penelitian ini menggunakan data spasial untuk mengetahui pesebaran-pesebaran ritel modern yang ada di Kecamatan Mamajang, sehingga

mempunyai data spasial berupa koordinat titik ritel modern (Alfamart dan Indomaret), perumahan atau klaster permukiman, tutupan lahan dan lain sebagainya. Data spasial ini akan menjadi dasar dalam menjawab pertanyaan penelitian pertama dan kedua mengenai pola sebaran dan jangkauan pelayanan.

2. Data nonspasial merupakan jenis data yang biasanya dikenal sebagai atribut yang akan memperlihatkan data secara aspek deskriptif dari fenomena yang telah dimodelkan sebelumnya. Data ini akan mencakup mengenai properti, keterangan, atau nilai dari sebuah fenomena, misalnya nama, luas, jumlah, kategori dan lain sebagainya (Prahasta, 2014). Data ini akan memuat data-data demografis, data hasil responden mengenai preferensi, dan data yang mendukung data spasial sebelumnya. Data ini akan menjadi pendukung dalam menjawab pertanyaan penelitian ketiga mengenai preferensi belanja.

2.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder untuk memenuhi dan menjadi penunjang dalam analisis lanjutan dalam penelitian ini:

1. Data primer merupakan data yang sumber informasinya berasal dari kumpulan secara langsung di lapangan oleh peneliti dalam proses penelitiannya. Data ini didapatkan dari sumber yang asli, yakni informan atau responden terkait dalam variabel penelitian. Data primer dapat dihasilkan melalui observasi, wawancara serta pengumpulan data melalui angket (Undari & Mohamad, 2024). Data ini akan mencakup data preferensi *e-commerce* konsumen yang didapatkan menggunakan kuesioner, memvalidasi kondisi aksesibilitas seperti kondisi fisik jaringan jalan melalui observasi lapangan secara langsung dan lain sebagainya. Data ini akan digunakan dalam analisis lebih lanjut, terutama dalam analisis spasial dan analisis statistik deskriptif.
2. Data sekunder merupakan data yang informasinya didapatkan secara tidak langsung atau melalui media perantara, artinya peneliti tidak dapat mengumpulkannya secara langsung, tetapi harus melalui sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini dapat diambil melalui berbagai sumber mulai dari media cetak maupun non-cetak seperti, dokumen, literatur, buku, jurnal akademis, artikel, publikasi pemerintah, situs web dan lain sebagainya (Undari & Mohamad, 2024). Pada penelitian ini, data sekunder menjadi salah satu bagian penting dalam melakukan analisis seperti dalam pemetaan (Peta administrasi, jaringan jalan), data demografi, data lokasi ritel modern, dan data-data lainnya. Data ini digunakan dalam melakukan analisis dalam pemetaan dasar, kepadatan penduduk, persebaran ritel modern dan lain sebagainya.

2.4 Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai objek kajian dalam penelitian, baik berupa konsep, kondisi, maupun fenomena tertentu. Variabel tersebut kemudian dipelajari dan dianalisis untuk memperoleh informasi yang relevan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Sementara itu, sub-variabel

merupakan bagian yang lebih rinci dari variabel utama yang berfungsi untuk memperjelas dan mempersempit ruang lingkup kajian. Keberadaan sub-variabel diperlukan karena suatu variabel sering kali memiliki cakupan yang luas, sehingga perlu diuraikan ke dalam komponen-komponen yang lebih spesifik agar analisis menjadi lebih terarah dan terukur.

Tabel 2. Variabel dan Sub-Variabel Penelitian

No	Pertanyaan Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator	Sumber	Luaran
1	Bagaimana pola spasial persebaran dan pertumbuhan ritel modern di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?	Pola Persebaran Ritel Modern	1. Titik Lokasi Ritel Modern 2. Pertumbuhan Lokasi Ritel Modern	1. Pola distribusi spasial (Clark P. J. & Evans F.C., 1954) 2. Karakteristik persebaran ritel modern (Safitri & Prarikeslan, 2024) 3. Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Makassar Tahun 2024 – 2043 4. Kecamatan Mamajang Dalam Angka 2025 (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2025)	1. Peta Distribusi spasial ritel modern 2. Peta Karakteristik pola persebaran ritel modern
2	Bagaimana keterjangkauan ritel modern jarak terhadap permukiman di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?	Jangkauan Layanan Ritel Modern	1. Titik Lokasi Ritel 2. Sebaran Permukiman	1. Standar acuan jarak dan jumlah penduduk – SNI 03-1733-2004 Tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan 2. Karakteristik Pelayanan ritel modern (Safitri & Prarikeslan, 2024)	peta jangkauan ritel modern terhadap permukiman
3	Bagaimana preferensi dan pola perilaku belanja masyarakat di era digital untuk memenuhi kebutuhan di Kecamatan Mamajang, Kota Makassar?	Preferensi dan Pola Perilaku belanja Konsumen	1. Jarak tempat tinggal konsumen terhadap ritel modern 2. Moda transportasi yang digunakan menuju ritel modern 3. Pengaruh dari faktor digital era 4. Frekuensi belanja <i>offline/online</i> 5. Lokasi/Platform belanja 6. Jenis kebutuhan belanja	1. Variabel karakteristik pelaku konsumen (Olugenebi et al., 2024) 2. Variabel preferensi belanja konsumen (Aditantri et al., 2021) 3. Variabel frekuensi belanja (Castaño Herrera et al., 2025) 4. Variabel alasan belanja – Prinsip TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) (F. Davis, 1987) 5. Hasil kuesioner	Karakteristik pola perilaku dan preferensi belanja masyarakat di Kecamatan Mamajang

Sumber: Penulis, 2026

2.5 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan merupakan masyarakat dengan usia produktif yang tinggal di Kecamatan Mamajang. Adapun data yang digunakan adalah data kelompok umur Kecamatan Mamajang yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Mamajang dalam Angka tahun 2025.

Teknik sampling merupakan cara pengambilan sebagian atau yang serupa dari yang dapat menggeneralisasikan hasil penelitian (Sumargo, 2020). Menurut Zahadi (2014) dalam (Afrilda Dewi, 2022) bahwa penelitian yang bersifat deskriptif membutuhkan

minimal sampel 10% dari total populasi yang ada. Untuk penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yang dimana penetapannya mencakup penduduk yang berdomisili di Kecamatan Mamajang dengan rentang usia 20–50 tahun didasarkan pada karakteristik generasi yang mencakup Generasi X, Milenial, dan awal Generasi Z. Kelompok usia ini dianggap memiliki kemampuan adaptasi yang relatif tinggi terhadap perkembangan teknologi serta telah mengalami secara langsung akselerasi transformasi digital sejak awal tahun 2000-an (Awalia & Zulkarnaini, 2025). Dengan demikian, kelompok tersebut dinilai representatif dalam merefleksikan perubahan preferensi serta pola perilaku belanja masyarakat.

Teknik dalam penentuan jumlah sampel yaitu menggunakan rumus *Slovin*, dimana rumus ini digunakan dalam penentuan sebuah ukuran sampel yang berasal dari populasi yang telah diketahui jumlahnya dengan tingkat presisi yang ditetapkan. Jumlah populasi menggunakan data kelompok umur yang ada di Kecamatan Mamajang dan menggunakan tingkat batas kesalahan atau *margin of error* sebesar 10%. adapun cara perhitungan sampelnya dapat menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n : Jumlah sampel minimal yang dicari (jumlah responden dari kuesioner)

N : Jumlah total populasi di wilayah studi

e : Batas toleransi kesalahan atau tingkat signifikan (*error tolerance*)

Tabel 3. Data Penduduk Produktif Kecamatan Mamajang

Umur	Laki-laki	Perempuan	Populasi
20-24	2.548	2.388	4.936
25-29	2.370	2.224	4.594
30-34	2.107	2.050	4.157
35-39	2.084	1.967	4.051
40-44	1.969	2.226	4.195
45-49	1.863	2.006	3.869
50-54	1.674	1.880	3.554
Total	14.615	14.741	29.356

Sumber: BPS Kecamatan Mamajang dalam Angka, 2025

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kecamatan Mamajang dalam Angka (2025) pada Tabel 3, dapat dilihat untuk total penduduk dengan usia produktif di Kecamatan Mamajang adalah 29.356 Jiwa. Rumus Slovin ini menggunakan *margin error* sebesar 10% atau 0,1 untuk populasi yang besar berdasarkan ketentuan dari Rumus Slovin itu sendiri (Sugiyono, 2013).

Sehingga kita dapat mendistribusikan dalam rumus hitungan sebagai berikut.

Diketahui	:	$N = 39.536$
		$e = 10\% = 0,1$
Ditanyakan	:	$n = \dots?$
Perhitungan	:	

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
 n &= \frac{29.356}{1 + 29.356 (0,1)^2} \\
 n &= \frac{29.356}{1 + 293,56} \\
 n &= \frac{29.356}{294,56} \\
 \mathbf{n} &= \mathbf{99,66 \approx 100}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan ukuran sampel dari total populasi dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) yang telah ditetapkan di Kecamatan Mamajang, diperoleh jumlah sampel sebesar 99,75 responden. Untuk memenuhi prinsip pembulatan dalam penentuan sampel penelitian, jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden sebagai jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

2.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan menunjang bagaimana peneliti melengkapi data-data sesuai dengan jenis dan sumber data yang telah ditentukan sebelumnya, serta memenuhi teknik analisis yang akan digunakan ke depannya. Kelengkapan sebuah data akan berpengaruh terhadap bagaimana teknik pengumpulan data yang telah direncanakan. Berikut adalah teknik pengumpulan data yang akan digunakan.

2.6.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang populer dalam penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik kuesioner memberikan pandangan dengan pendekatan yang efisien dalam hal waktu dan biaya, apalagi penelitian yang membutuhkan data yang mencakup responden yang besar. Teknik kuesioner ini memberikan keuntungan dalam penyebaran instrumen penelitian ke berbagai tempat dan juga kelompok sehingga relatif lebih cepat, mudah, terstruktur, dan jelas sehingga responden dapat mengisinya sendiri. Hal meminimalisir keterlibatan peneliti secara langsung, sehingga dapat meminimalisir bias dalam sebuah penelitian (Romdona et al., 2025).

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dalam menjawab rumusan masalah ketiga, yaitu terkait preferensi belanja masyarakat, termasuk kecenderungan penggunaan *e-commerce*. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan memanfaatkan platform pihak ketiga, yaitu *Google Forms*, yang disebarakan melalui media elektronik serta didukung dengan distribusi langsung di lapangan. Pendekatan ini dilakukan untuk memperoleh data yang terkumpul secara efisien, terstruktur, dan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian.

2.6.2 Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi merupakan salah satu teknik yang umum digunakan dalam penelitian untuk menelusuri berbagai sumber tertulis

sebagai bahan pendukung kajian. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah dokumen, arsip, serta bahan tertulis lainnya yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumen yang dimanfaatkan umumnya berupa laporan resmi, catatan, buku, surat, kebijakan, maupun dokumen formal lainnya. Melalui studi dokumentasi, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai konteks historis, arah kebijakan, latar belakang suatu peristiwa, serta dinamika perkembangan yang berkaitan dengan objek penelitian (Creswell, 2017).

Pada teknik dokumentasi, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua, khususnya data spasial yang meliputi batas administrasi wilayah penelitian, lokasi ritel modern, jaringan jalan, serta kebijakan dan peraturan yang berlaku. Data tersebut diperoleh melalui situs geospasial resmi dan dokumen penataan ruang setempat.

Sementara itu, untuk menjawab rumusan masalah ketiga, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data demografi wilayah studi yang bersumber dari dokumen Badan Pusat Statistik (BPS), artikel data dasar ritel modern, standar nasional, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

2.6.3 Observasi

Teknik pengumpulan data secara observasi merupakan teknik dalam pengumpulan informasi dengan mengamati tempat, orang dan secara terbuka di lokasi penelitian, sehingga metode ini biasanya disebut dengan pengamatan non-partisipan yang dimana peneliti hanya berada pada suatu tempat yang tidak tersorot dan hanya mencatat bagaimana lingkungan, perilaku dan interaksi sebagai catatan lapangan yang menggunakan media daftar periksa, catatan dengan tujuan menghasilkan sebuah deskripsi sesuai dengan tema dan kaya sehingga analisis, aktivitas, dimensi ruang dapat sesuai dengan perencanaan penelitian (Creswell, 2017). Teknik observasi ini menjadi salah satu bentuk pengumpulan data peneliti sebagai alat untuk verifikasi dalam lapangan, seperti memastikan aksesibilitas, jaringan jalan, pedestrian, dan kondisi *real-time* dari pergerakan yang ada di lapangan. Observasi juga merupakan bahan untuk mengamati kondisi sekitar sebagai acuan kondisi eksisting lokasi.

2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan prosedur dalam pengolahan data, di mana data yang telah dikumpulkan sebelumnya akan dilakukan klasifikasi dan tabulasi, dalam hal ini dilakukan dalam analisis statistik kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data juga sebagai prosedur dalam menjawab rumusan-rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan variabel- variabel yang ada (Sugiyono, 2013).

2.7.1 Tujuan Penelitian Pertama dan Kedua

1. Analisis Spasial untuk Tujuan Penelitian Pertama: Analisis Spasial merupakan salah satu analisis yang berfungsi sebagai komputasi yang menggunakan Sistem Informasi Geografis (SIG) yang memiliki fungsi dalam memproses data spasial serta atribut, sehingga menghasilkan informasi baru dan berguna dalam pengambilan keputusan dari perspektif keruangan (Prahasta, 2014).

- a. *Average Nearest Neighbor (ANN) Analysis: Average Nearest Neighbor Analysis* merupakan salah satu teori yang yang digunakan dalam metode kuantitatif untuk menentukan sebuah pola persebaran dalam perspektif spasial diantar sebuah objek dan suatu ruang. Hasil pengolahan data kemudian diinterpretasikan berdasarkan kriteria yang mengacu pada teori Clark P. J. & Evans (1954). Indikator yang digunakan dalam *Average Nearest Neighbor Analysis* disajikan pada tabel 4.

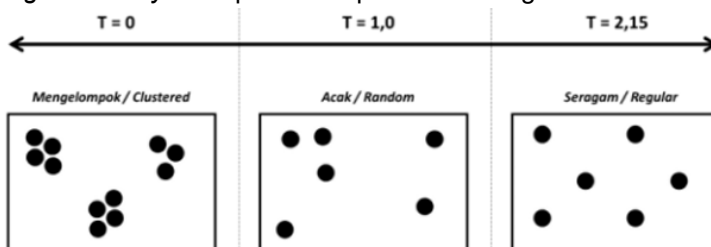
Tabel 4. Indikator *Average Nearest Neighbor Analysis*

Indikator	Keterangan	Interpretasi Nilai
Nearest Neighbor Ratio (NNR)	Perbandingan jarak rata-rata aktual dengan jarak rata-rata acak	$NNR < 1 =$ Mengelompok (Clustered)
		$NNR \approx 1 =$ Acak (Random)
		$NNR > 1 =$ Menyebar (Dispersed)
z-score	Ukuran penyimpangan pola dari kondisi acak	$z < 0 =$ Mengelompok $z > 0 =$ Menyebar
p-value	Tingkat signifikansi statistik pola spasial	$p < 0,05 =$ Signifikan $p \geq 0,05 =$ Tidak signifikan
Observed Mean Distance	Rata-rata jarak aktual antar titik terdekat	Nilai kecil = titik lebih rapat
Expected Mean Distance	Rata-rata jarak yang diharapkan pada pola acak	Pembanding untuk menentukan NNR

Sumber: Clark P. J. & Evans F. C., 1954

Analisis *Average Nearest Neighbor (ANN)* digunakan untuk menelaah pola spasial persebaran ritel modern berdasarkan jarak antar lokasi ritel. Pendekatan ini bertujuan mengidentifikasi apakah pola persebaran tersebut cenderung mengelompok (*clustered*), acak (*random*), atau tersebar (*dispersed*) dalam ruang. ANN dilakukan dengan membandingkan jarak rata-rata terdekat antar lokasi ritel yang diamati dengan jarak yang diharapkan apabila pola persebarannya bersifat acak.

Hasil analisis ANN dinyatakan dalam bentuk *Nearest Neighbor Ratio (NNR)* dan nilai *Z-score*. Nilai NNR digunakan untuk menentukan jenis pola persebaran, di mana nilai kurang dari satu menunjukkan pola mengelompok, nilai mendekati satu mengindikasikan pola acak, dan nilai lebih dari satu mencerminkan pola menyebar. Sementara itu, nilai *Z-score* dimanfaatkan untuk menguji signifikansi statistik dari pola yang terbentuk. Melalui analisis ini, dapat diperoleh gambaran awal mengenai kecenderungan konsentrasi spasial ritel modern sebelum dilakukan analisis spasial lanjutan (Luo et al., 2025). Adapun ilustrasi dari *Average Nearest Neighbor Analysis* dapat dilihat pada ilustrasi gambar 2 berikut.



Gambar 2. Pola Sebaran
Sumber: (Hirsan, 2022)

- b. *Overlay Analysis*: Analisis *overlay* digunakan untuk menelaah hubungan antara sebaran ritel modern dengan karakteristik spasial wilayah penelitian. Metode ini dilakukan dengan cara menumpangtindihkan beberapa lapisan peta, seperti kepadatan penduduk, penggunaan lahan, serta kawasan dengan fungsi khusus, terhadap titik-titik lokasi ritel modern. Melalui pendekatan ini, dapat dikenali keterkaitan antara keberadaan ritel modern dengan kondisi spasial di sekitarnya, termasuk kecenderungan lokasi ritel terhadap tingkat kepadatan penduduk, jaringan jalan, serta hubungannya dengan pembagian fungsi kawasan. Analisis *overlay* kemudian dimanfaatkan sebagai dasar untuk menginterpretasikan berbagai faktor spasial yang memengaruhi persebaran ritel modern.
- c. *Buffer Analysis*: Analisis buffer digunakan untuk menentukan jangkauan layanan ritel modern secara spasial dengan menggunakan radius geometrik sejauh 300 meter dari setiap titik ritel. Radius tersebut mengacu pada standar jangkauan fasilitas perdagangan skala lingkungan dalam SNI 03-1733-2004: Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan. Hasil buffer kemudian di *overlay* dengan *shapefile* tutupan lahan permukiman yang diperoleh dari data Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Makassar Tahun 2024 – 2043 untuk mengetahui sejauh mana kawasan permukiman telah tercakup dalam jangkauan layanan ritel modern. Melalui analisis ini, dapat diketahui luas serta persebaran wilayah permukiman yang sudah terjangkau dan belum sesuai dengan standar yang diacu, sehingga memberikan gambaran secara spasial mengenai tingkat keterjangkauan ritel modern di wilayah penelitian.

2.7.2 Tujuan Penelitian Ketiga

1. Analisis Kuantitatif Deskriptif: Deskriptif Kuantitatif merupakan salah satu metode analisis statistik yang umumnya digunakan dalam merangkum, menggambarkan dan menganalisis data kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis *output* yang diharapkan dapat memberikan sebuah gambaran yang jelas dan terperinci mengenai data yang telah dikumpulkan sebelumnya, sehingga mempermudah dalam melakukan interpretasi dan pengambilan sebuah keputusan berdasarkan data yang ada (Sudirman et al., 2023). Analisis kuantitatif deskriptif ini akan dilakukan untuk menjawab rumusan masalah kedua yang akan memberikan deskripsi mengenai preferensi pengguna *E-Commerce* dalam kehidupan sehari-hari, serta akan menjawab hipotesis *the death of the distance* atau kematian jarak dalam kehidupan sosial dan spasial.

2.8 Definisi Operasional

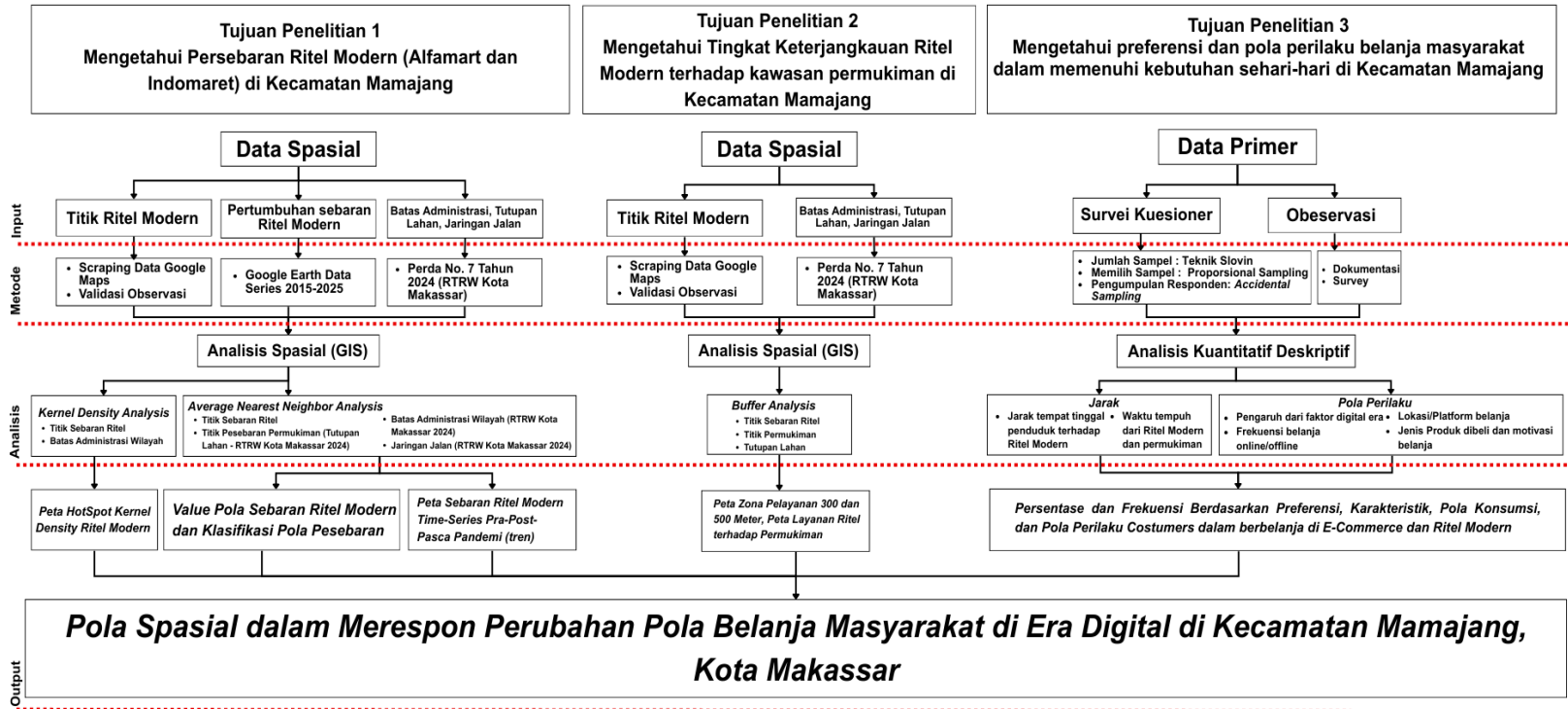
Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai variabel-variabel penelitian yang dirumuskan secara konkret dan terukur sehingga memudahkan dalam proses pengumpulan serta analisis data. Dalam penelitian ini, definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap setiap variabel yang dikaji, khususnya yang berkaitan dengan persebaran ritel modern dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

Tabel 5. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional
Pola Persebaran Ritel Modern	Pola persebaran ritel modern merupakan distribusi spasial lokasi Alfamart dan Indomaret di Kecamatan Mamajang yang dianalisis untuk mengetahui karakter penyebarannya dalam struktur ruang perkotaan.
Titik Lokasi Ritel Modern	Titik lokasi ritel modern adalah posisi geografis masing-masing gerai yang dipetakan untuk melihat distribusi dan kedekatannya terhadap kawasan permukiman.
Pertumbuhan Lokasi Ritel Modern	Pertumbuhan lokasi ritel modern adalah perkembangan jumlah gerai dalam kurun waktu tertentu yang menunjukkan dinamika ekspansi ritel di wilayah penelitian.
Jangkauan Layanan Ritel Modern	Jangkauan layanan ritel modern merupakan tingkat ketercakupannya pelayanan gerai terhadap kawasan permukiman berdasarkan kedekatan spasial dan keterhubungan jaringan jalan.
Radius Pelayanan	Radius pelayanan adalah batas jangkauan layanan ritel modern terhadap kawasan permukiman yang menggambarkan area yang dapat dilayani oleh setiap gerai.
Sebaran Permukiman	Sebaran permukiman adalah distribusi spasial kawasan tempat tinggal penduduk yang menjadi sasaran pelayanan ritel modern.
Jaringan Jalan	Jaringan jalan adalah sistem prasarana transportasi yang menghubungkan permukiman dengan lokasi ritel modern dan memengaruhi tingkat aksesibilitas.
Aksesibilitas Konsumen terhadap Ritel Modern	Aksesibilitas konsumen terhadap ritel modern merupakan tingkat kemudahan masyarakat dalam menjangkau gerai dari tempat tinggalnya.
Jarak Tempat Tinggal ke Ritel Modern	Jarak tempat tinggal ke ritel modern adalah kedekatan spasial antara rumah responden dengan gerai terdekat.
Moda Transportasi	Moda transportasi adalah jenis sarana yang digunakan responden untuk menuju ritel modern.
Preferensi dan Pola Perilaku Belanja	Preferensi dan pola perilaku belanja merupakan kecenderungan responden dalam memilih tempat berbelanja serta kebiasaan yang terbentuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.
Status Penggunaan <i>E-Commerce</i>	Status penggunaan <i>e-commerce</i> adalah kondisi responden dalam menggunakan atau tidak menggunakan platform belanja daring.
Tahun Awal Penggunaan Platform	Tahun awal penggunaan platform adalah periode ketika responden mulai memanfaatkan <i>e-commerce</i> untuk berbelanja.
Frekuensi Belanja	Frekuensi belanja adalah intensitas kegiatan pembelian yang dilakukan baik melalui ritel modern maupun <i>e-commerce</i> .
Lokasi atau Platform Belanja	Lokasi atau platform belanja adalah tempat atau aplikasi yang dipilih responden untuk melakukan transaksi pembelian.
Jenis Kebutuhan dan Motivasi Belanja	Jenis kebutuhan dan motivasi belanja adalah kategori barang yang dibeli serta alasan yang mendasari responden dalam memilih tempat berbelanja.

Sumber: Penulis, 2026

2.9 Alur Pikir Penelitian



Gambar 3. Alur Pikir Penelitian
 Sumber: Penulis, 2026