

## STUDI AGLOMERASI KEGIATAN EKONOMI (STUDI KASUS DI LOMBOK EPICENTRUM MALL MATARAM)

DINDA RAHMI UTARI<sup>1)</sup>, PUTU KARISMAWAN<sup>2)</sup>, EMI SALMAH<sup>3)</sup>

1) Alumni, <sup>2,3)</sup> Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

*e-mail : putukarismawan@gmail.com*

### ABSTRAK

Lombok Epicentrum Mall Mataram sebagai salah satu pusat perdagangan terbesar di Kota Mataram dengan tampilan gedung yang menarik dan berbagai aksesibilitas atau kemudahan menimbulkan konsentrasi spasial kegiatan ekonomi. Studi ini fokus pada faktor keuntungan aglomerasi dari terkonsentrasinya pedagang dan konsumen. Para pedagang memilih lokasi di Lombok Epicentrum Mall terkait dengan keuntungan aglomerasi dalam hal ini jumlah pengunjung (keuntungan urbanisasi), kemudahan yang tercermin pada peningkatan penerimaan (*revenue*) bagi para pedagang (pengusaha). Uji t untuk sampel berpasangan menunjukkan hasil yang signifikan adanya perbedaan pendapatan para pedagang sebelum dan sesudah memilih lokasi di Lombok Epicentrum mall.

Kata Kunci: *Agglomerasi, Pusat Perumbuhan, Pendapatan.*

### ABSTRACT

*Lombok Epicentrum Mall as one of business centre in Mataram city due to great performance building, many accessibilities that create spatial concentrations of economic activities. The traders chose the location in the Lombok Epicentrum Mall because of the benefits of agglomeration obtained in terms of the number of visitors, accessibility and lead to the increase of income. Paired Sample t test analysis show there were significant differences income of traders between before and after doing business in Lombok Epicentrum Mall.*

*Keywords: Agglomeration, Growth Center, Revenue.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi cenderung lebih cepat meningkat di kota dibandingkan di desa. Hal ini terjadi salah satunya karena adanya aglomerasi yaitu konsentrasi spasial dari aktivitas ekonomi di kawasan perkotaan karena penghematan akibat lokasi yang berdekatan (*economies of proximity*) yang diasosiasikan dengan kluster spasial dari perusahaan, para pekerja dan konsumen (Kuncoro, 2012). Karena terjadinya penghematan dari lokasi tersebut banyak sekali pelaku-pelaku ekonomi yang memilih lokasi yang berdekatan contohnya di Kota Surakarta terdapat salah satu pusat pertumbuhan berupa pusat penjualan batik khususnya di Kecamatan Laweyan Kampong Batik Laweyan. Kampung Batik Laweyan ini merupakan kawasan sentra batik di Kota Solo terdapat 100 lebih pengerajin batik seperti tirta teja dan truntum dan dengan berbagai harga yang bervariasi.

Demikian juga halnya dengan Kota Mataram terdapat beberapa pusat pertumbuhan atau pengelompokan kegiatan ekonomi berupa pusat perdagangan dan Mall. Salah satunya adalah Lombok Epicentrum Mall (LEM) yang berhasil bertahan lebih dari 4 tahun. Epicentrum Mall adalah Mall kedua yang

dibangun setelah Mataram Mall pada pertengahan tahun 2016 tepatnya di Jl. Sriwijaya No.333, Punia, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Letak Epicentrum Mall sangat strategis mengingat lokasi tersebut merupakan salah satu pusat Kota Mataram, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk berbelanja. Kecenderungan orang lebih menyukai berbelanja pada satu kawasan yang memiliki pilihan barang yang lengkap dan beraneka ragam. Hal ini dikarenakan untuk memudahkan konsumen dalam memilih barang dan memperkecil biaya perjalanan. Apabila pengusaha menambah jenis barang yang diproduksi/ dijualnya, ia akan memperkecil threshold dari usahanya. Hal ini dapat menjelaskan mengapa di kota terdapat banyak pedagang yang menjual barang dari berbagai jenis dan memilih berlokasi berdekatan di pasar dan bukan menyebar (Tarigan, 2005: 129).

Epicentrum Mall sebagai pusat perbelanjaan yang ada di Kota Mataram juga memiliki fungsi dan peran seperti yang disampaikan oleh Nuswantoro (dalam Hariono, 2002) yaitu sebagai community center atau pusat komunitas tempat masyarakat bertemu mengadakan interaksi sosial, bermain atau sekedar bersantai. Hal ini dikarenakan Epicentrum Mall tidak hanya menyediakan barang-barang kebutuhan sehari-hari namun juga menyediakan beberapa fasilitas dan wahana permainan untuk sekedar bersantai atau berekreasi. Letak Epicentrum Mall yang strategis dikarenakan lokasinya yang berada di Pusat Kota yang dekat dengan mana saja menjadikan Epicentrum Mall ramai dikunjungi oleh konsumen. Epicentrum Mall sebagai salah satu pusat perbelanjaan di Kota Mataram memiliki daya tarik tertentu tidak hanya bagi masyarakat Kota Mataram namun juga masyarakat Lombok dan NTB.

Letak Epicentrum Mall yang strategis bukan hanya menjadi daya tarik bagi banyak konsumen dan produsen yang akan menjadikan Epicentrum Mall ini sebagai pusat pertumbuhan yaitu suatu kawasan atau wilayah yang pertumbuhannya sangat pesat jika dibandingkan dengan wilayah lainnya. Karena menjadi sebuah pusat pertumbuhan maka munculnya Epicentrum Mall bisa saja meningkatkan pendapatan para produsen atau penjual sudah mempunyai nama namun ingin pindah ke Epicentrum Mall. Hal ini dikarenakan lokasi tersebut tentunya akan lebih ramai dan banyaknya orang yang berlalu lalang disitu. Selain itu Epicentrum Mall sebagai pusat perbelanjaan yang cukup besar tentunya akan memiliki karyawan yang cukup banyak dan dapat melayani konsumen dengan nyaman.

## **Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas dirumuskan masalahnya adalah apakah terjadi aglomerasi di Lombok Epicentrum Mall Mataram, dan jika iya apakah aglomerasi menjadi salah satu alasan untuk berusaha di Lombok Epicentrum Mall Mataram, dilihat dari banyaknya pengunjung per hari, aksesibilitas atau kemudahan yang didapat serta perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis terjadinya aglomerasi di Lombok Epicentrum Mall Mataram dilihat dari banyaknya pengunjung per hari, aksesibilitas atau kemudahan yang didapat serta perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi yang ada di Lombok Epicentrum Mall Mataram berjumlah 176 unit toko, yang terdiri atas produk jasa sebanyak 14 unit dan produk barang sebanyak 162 unit. Dari populasi yang ada ditentukan sampel sebanyak 6 unit produk jasa dan 64 unit produk barang (dagang). Total sampel sebanyak 70 unit. Penentuan sampel dengan cara kuota sampling menurut Teguh (2005), yaitu teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik kuota sampling. Sampling kuota secara umum dapat diartikan sebagai metode memilih sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu dalam jumlah atau kuota yang diinginkan. Data responden dibedakan berdasarkan jenis usaha yaitu pengusaha sektor jasa dan sektor dagang

## Sumber Data

Data sebagian besar bersumber dari data primer yaitu data bersumber dari hasil wawancara secara langsung kepada para pengusaha baik sektor jasa maupun sektor dagang. Hal ini dilakukan untuk melihat perbedaan pendapatan yang menunjukkan pengaruh pada sektor sebelum dan sesudah berdirinya Lombok Epicentrum Mall. Selanjutnya data sekunder sebagai data pendukung juga sangat di butuhkan dalam penelitian ini, yang bersumber dari beberapa literatur seperti buku, jurnal ilmiah, pengambilan data melalui instansi terkait dan media *online* seperti internet.

## Variabel Penelitian

1. Jumlah pengunjung di toko yang termasuk ke dalam sampel dihitung dalam satuan jiwa dan banyaknya barang komplementer yang tersedia.
2. Pendapatan pengusaha diukur dengan membandingkan pendapatan sebelum dan pendapatan setelah berdirinya Lombok Epicentrum Mall.
3. Aksesibilitas atau kemudahan jarak untuk membeli persediaan dihitung dalam satuan meter.

## Variabel dan Operasional Variabel

Variable atas variabel yang dipengaruhi (*Dependent Variable* yaitu  $Y$ ) dan variabel yang mempengaruhi (*Independet Variable* yaitu  $X$ ), maka definisi operasional vaariabelnya sebagai berikut :

- a. Pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall ( $X_1$ ), merupakan variabel yang diukur dengan membandingkan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall.
- b. Jumlah pengunjung ( $X_2$ ), merupakan variabel yang dihitung dengan satuan jiwa per hari.
- c. Aksesibilitas atau kemudahan ( $X_3$ ), merupakan variabel yang dihitung dengan satuan meter dari jarak toko tersebut.
- d. Aglomerasi ( $Y$ ), merupakan pemusatan kegiatan perekonomian dalam suatu wilayah yang letaknya berdekatan dengan perusahaan lain dengan berbagai jenis perusahaan.

## Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam ini penelitian menggunakan uji test dengan uji beda dua rata-rata data yang berpasangan. Sugiyono, (2017) menuliskan bahwa pada uji komparatif rata-rata dua sampel dengan data berbentuk interval atau ratio menggunakan *t-test*.

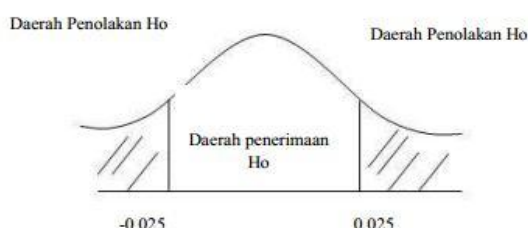
$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{s_1}{n_1}\right)\left(\frac{s_2}{n_2}\right)}}$$

Keterangan:  $\bar{X}_1$  = Rata-rata sampel 1,  $\bar{X}_2$  = Rata-rata sampel 2,  $s_1$  = Simpangan baku sampel 1  
 $s_2$  = Simpangan baku sampel 2,  $S_1^2$  = Varians sampel 1,  $S_2^2$  = Varians sampel 2  
 $r$  = Korelasi antar dua sampel

Untuk menguji hipotesis faktor aglomerasi, dilakukan dengan metode table distribusi terkait dengan indicator aglomerasi menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi usaha di Lombok Epicentrum Mall.

1. Pengambilan keputusan

Gambar 3.2 Daerah Pengambilan Keputusan



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Responden

Tabel 1 Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha		Jumlah
Pedagang	Elektronik	9
	<i>Food and Beverage</i>	15
	Aksesoris	2
	<i>Fashion</i>	31
	<i>Furniture</i>	1
	Kosmetik	3
	Mainan	1
	<i>Lifestyle</i>	2
Jasa	Salon	1
	<i>CS Provider</i>	1
	Hiburan	1
	Cuci Sepatu	1
	Permainan Anak	1
	Kesehatan	1
<b>Total</b>		<b>70</b>

Sumber: Data primer (diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki usaha yang beragam. Responden Sektor dagang memiliki beberapa jenis usaha dagang seperti elektronik, *food and beverage*, aksesoris, *fashion*, *furniture*, kosmetik, mainan, dan *lifestyle* dengan jumlah 64 sektor dan 6 sektor jasa yaitu Salon, *CS provider*, hiburan, cuci sepatu, permainan anak, dan kesehatan.

### Hasil Penelitian

#### Analisis Deskriptif

Jumlah pengunjung dan aksesibilitas pengusaha sampel saat berusaha di Lombok Epicentrum Mall. Jumlah pengunjung dan aksesibilitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Pedagang di Lombok Epicentrum Mall

NO	Jumlah Pengunjung	Jumlah
1	10 – 50	25
2	51 – 100	25
3	101 – 150	8
4	151 – 200	5
5	201 – 250	2
6	251 – 300	2
7	301 – 350	3
TOTAL		70

Sumber : data primer (diolah )

Tabel 3. Aksesibilitas Responden di Lombok Epicentrum Mall.

NO	Aksesibilitas	NO	Aksesibilitas	NO	Aksesibilitas
1	(3 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	12	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	24	(15 m) membeli ATK di toko Airlangga
2	(2 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	13	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	25	(17 m) Membeli ATK di toko Airlangga.
3	(2 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	14	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	26	(17 m) Membeli ATK di toko Airlangga.
4	(1 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	15	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	27	(17 m) Membeli ATK di toko Airlangga.
5	(3 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan (5 m) biasanya membeli perlengkapan di Hypermart.	16	(7 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan (13 m) biasanya membeli perlengkapan di Hypermart.	28	(4 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan (4 m) biasanya membeli perlengkapan di Hypermart.
6	(7 m) Membeli nota dan ATK belanja di toko Airlangga.	18	(20 m) Membeli ATK di toko Airlangga.	29	(19 m) Membeli ATK di toko Airlangga
7	(3 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan (5 m) biasanya membeli perlengkapan di Hypermart.	19	(7 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan biasanya (7 m) membeli perlengkapan di Hypermart.	30	(9 m) Membeli ATK di toko Airlangga dan (10 m) membeli perlengkapan di Hypermart.
8	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	20	(4 m) Membeli ATK di toko Airlangga.	31	(20 m) Membeli ATK di toko Airlangga
9	(20 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.	21	(5 m) Membeli ATK di toko Airlangga	32	(15 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.
10	(5 m) Membeli ATK ditoko Airlangga.	22	(7 m) Membeli ATK di toko Airlangga	33	(4 m) Membeli nota dan pulpen belanja di toko Airlangga.
11	(19 m) Membeli ATK di toko Airlangga	23	(4 m) Membeli ATK di toko Airlangga.	34	(7 m) Membeli ATK di toko Airlangga.

Sumber : data primer (diolah )

Dari hasil wawancara dengan responden hampir semua toko mengakui adanya peningkatan pengunjung dibandingkan dengan sebelum bergabung di Lombok Epicentrum Mall dan Aksesibilitas atau kemudahan pengusaha yang rata-rata membeli ATK dan perlengkapan yang habis dengan membeli di dalam Lombok Epicentrum Mall sehingga lebih efisien walaupun banyak juga responden yang sudah mempunyai gudang atau supplier sendiri sehingga tidak perlu membeli barang didalam Epicentrum tetapi semua responden mengiyakan alasan mereka untuk bergabung didalam Lombok Epicentrum Mall karena terdapat konsentrasi spasial atau Aglomerasi.

Perbandingan pendapatan antara sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall diuraikan kedalam beberapa tabel untuk memperjelas dampak keberadaan Lombok Epicentrum Mall terhadap pendapatan para pengusaha yang berusaha didalamnya. Berikut merupakan uraiannya:

Tabel 4. Dampak Keberadaan Lombok Epicentrum Mall Terhadap Pendapatan Pengusaha.

Dampak	Frekuensi	%
Turun	0	0
Naik	65	92.85%
Tetap	5	7.15%
Total	70	100%

Sumber : Data primer (diolah )

Hasil menunjukkan dampak keberadaan Lombok Epicentrum Mall terhadap pendapatan pengusaha yang berusaha didalamnya. Berdasarkan hasil wawancara terdapat tidak terdapat pengusaha atau sebesar 0% dari keseluruhan responden mengalami penurunan pendapatan per bulan. Kemudian terdapat 65 pengusaha atau sebesar 92.85% dari keseluruhan responden mengalami peningkatan pendapatan per bulan. Adapun pengusaha yang tidak mengalami perubahan pada pendapatan setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall yaitu sebesar 5 responden atau sebesar 7.15%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi kenaikan pendapatan secara signifikan pada pengusaha setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall adalah sebesar Rp.123.106.061 dan naik sebesar 37,7% sehingga rata-rata pendapatan pengusaha setiap bulannya sebesar Rp.167.121.212. Pengusaha mengalami kenaikan pendapatan setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall, diantaranya didominasi oleh para pengusaha *food and beverage* berdasarkan hasil wawancara kepada para pengusaha kenaikan pendapatan ini diakibatkan banyaknya pengunjung Lombok Epicentrum Mall yang rata-rata datang hanya untuk mencuci mata dan akhirnya akan datang ke rumah makan atau *food and beverage* untuk berbincang-bincang dan menghabiskan waktunya. Kenaikan pendapatan yang terjadi ketika telah berusaha di Lombok Epicentrum mall juga dikarenakan letaknya yang berada di tengah kota dekat dengan perkantoran, sekolah dan perumahan masyarakat. Selain itu tersedia banyak toko dengan berbagai macam pilihan dan dilengkapi dengan fasilitas AC yang menambah kenyamanan pembeli serta tersedianya toilet yang banyak dan mushola sehingga pengunjung yang datang ke Lombok Epicentrum Mall tidak mempunyai kekhawatiran saat berbelanja atau menghabiskan waktu di Lombok Epicentrum Mall.

Tabel 5. Sektor Informal yang Tidak Mengalami Perubahan Pendapatan

NO	NAMA TENANT	Penghasilan Sebelum Berusaha di LEM (Rp)/Bulan	Penghasilan Setelah Berusaha di LEM (Rp)/Bulan
1	Visi Cell	150.000.000	150.000.000
2	Girafe	100.000.000	100.000.000
3	Wacoal	40.000.000	40.000.000
4	Jolly Dental Care	120.000.000	120.000.000
5	Batik Keris	80.000.000	80.000.000
<b>Jumlah</b>		490.000.000	490.000.000
<b>Rata-rata</b>		98.000.000	98.000.000

Sumber : Data primer (diolah)

Hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat 5 dari 70 responden menyatakan Lombok Epicentrum Mall tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan mereka, diantaranya yaitu, Jolly Dental Care yang masuk ke dalam kategori kesehatan, Wacoal dan Jirrafe yang masuk ke dalam kategori *fashion* dan yang terakhir Visi Cell yang termasuk ke dalam kategori elektronik. Berdasarkan keterangan dari para responden bahwa pendapatan mereka tetap meskipun sudah bergabung di Lombok Epicentrum Mall. Mereka mengaku bahwa tidak adanya perubahan pada pendapatan mereka dikarenakan banyak pilihan yang tersedia di Lombok Epicentrum Mall dengan harga yang juga bersaing.

## Analisis Statistik

Berikut merupakan analisis statistik untuk mengetahui perubahan yang terjadi terhadap pendapatan para pengusaha menggunakan alat uji *Paired Sampel t Test*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. *Paired Sampel t Test*

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Y_sblm_LEM	121928.57	70	80344.786	9603.039
	Y_stlh_LEM	161500.00	70	108184.457	12930.516

### Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Y_sblm_LEM & Y_stlh_LEM	70	.954	.000

### Paired Samples Test

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Y_sblm_LEM - Y_stlh_LEM	-39571.4	39679.357	4742.590	-49032.6	-30110.2	-8.344	69	.000

Sumber: Data primer (diolah)

Pada tabel *Paired Sampel Statistic* menunjukkan perbedaan rata-rata pendapatan pengusaha sebelum mulai usaha di Lombok Epicentrum Mall sebesar 121928.57; kasus yang di analisis sebanyak  $N=70$ ; *Std.Deviation* (Simpangan Baku) sebesar 80344.786 dan rata-rata (*Mean*) pendapatan pengusaha sesudah memulai usaha di Lombok Epicentrum Mall adalah sebesar 161500.00; kasus yang dianalisis sebesar  $N=70$  dan *Std.Deviation* sebesar (Simpangan Baku) sebesar 108184.457

Pada Tabel *Paired Sampel Correlatioan* menunjukkan besarnya korelasi antara pendapatan sebelum dan sesudah Berusaha di Lombok Epicentrum Mall, yaitu sebesar 0.954 dengan taraf signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  dari tingkat kesalahan ( $\alpha$  5%) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall yang disebabkan karena terjadinya pemusatan spasial atau aglomerasi.

Pada Tabel 6 (*Paired Sampel t Test*) menunjukkan nilai  $\text{Sig.}(2\text{-tailed}) = 0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berusahanya suatu perusahaan di Lombok Epicentrum Mall.

## Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah peneliti ingin menganalisis apakah terjadi aglomerasi di Lombok Epicentrum Mall dan jika iya apakah aglomerasi menjadi salah satu alasan untuk berusaha di Lombok Epicentrum Mall yang dilihat dari banyaknya pengunjung per hari, aksesibilitas atau kemudahan yang didapat serta perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall.

Metode pengambilan sampel menggunakan metode kuota sampling. Adapaun hipotesisi dalam penelitian ini adalah diduga terjadi aglomerasi pada pusat pertumbuhan dan faktor aglomerasi menjadi salah satu pertimbangan pedagang memilih lokasi di Lombok Epicentrum Mall.

Aglomerasi adalah pemusatan kegiatan perkonomian dalam suatu wilayah yang membuat terjadinya penghematan eksternal yang terbuka bagi perusahaan yang letaknya berdekatan antar satu perusahaan dan perusahaan lain dengan berbagai jenis usaha. Salah satu teori aglomerasi yaitu teori klasik yang berargumen bahwa aglomerasi muncul karena para pelaku ekonomi berupaya mendapatkan penghematan aglomerasi baik karena penghematan lokalisasi maupun urbanisasi dengan mengambil lokasi yang saling berdekatan satu sama lain.

Pengertian dari Aglomerasi baik secara umum dan secara teori ini sudah menjelaskan kondisi rill yang terjadi di Lombok Epicentrum Mall dimana Epicentrum menjadi salah satu pusat perbelanjaan dan sekaligus pusat pertumbuhan di Kota Mataram. Epicentrum terdiri dari 176 toko dimana 162 usaha jenis barang dan 14 usaha jenis jasa yang ditawarkan sehingga bukti bahwa terjadi pemusatan kegiatan ekonomi telah terjadi. Selain itu adanya penghematan eksternal bagi perusahaan yang terjadi karena letak yang saling berdekatan juga telah dibuktikan dengan mayoritas toko didalam Epicentrum tersebut membeli keperluan ATK di toko Airlangga yang terdapat didalam Epicentrum selain ATK keperluan perlengkapan usaha seperti tissue, minyak, tusuk gigi juga bisa dibeli di Hypermart yang terdapat didalam Epicentrum. Dengan realitas yang terjadi bisa disimpulkan telah terjadi Aglomerasi di pusat pertumbuhan Lombok Epicentrum Mall.

Terjadinya Aglomerasi di Lombok Epicentrum Mall juga menjadi faktor banyak perusahaan yang ingin berusaha di dalamnya. Faktor – faktor tersebut seperti jumlah pengunjung per hari, aksesibilitas dan perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berusaha di Lombok Epicentrum Mall.

Faktor yang menjadi bukti terjadinya aglomerasi di Lombok Epicentrum Mall yaitu jumlah pengunjung yang dihitung dalam satuan jiwa per hari serta aksesibilitas atau kemudahan saat para pedagang membeli kebutuhan yang sedang habis. Setelah diwawancarai ternyata para pedagang mengaku bahwa mereka memilih lokasi tersebut karena memiliki peluang usaha yang cukup baik serta lokasi yang saling berdekatan dengan pengusaha lainnya. Bergabungnya berbagai macam usaha di Lombok Epicentrum Mall ini juga dipertegass oleh Tarigan (2012) yaitu “Suatu lokasi yang banyak memiliki fasilitas dan kemudahan sehinggamenjadi pusat daya tarik (*pole of attraction*), yang menyebabkan berbagai macam usaha tertarik untuk berlokasi disitu”.

Untuk mengetahui perubahan pendapatan secara nyata maka digunakan uji beda dua rata-rata data berpasangan (*Paired Sampel t Test*). Hasil pengujian menggunakan uji beda dua rata-rata data berpasangan (*Paired Sampel t Test*) dengan hipotesis :

H<sub>0</sub> :Faktor Aglomerasi bukan menjadi pertimbangan pedagang memilih lokasi usaha di Lombok Epicentrum Mall

H<sub>a</sub> : Faktor Aglomerasi menjadi pertimbangan pedagang memilih lokasi usaha di Lombok Epicentrum Mall

Pada Tabel 6 didapatkan hasil nilai sig  $000 < 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya hipotesis yang diajukan diterima dengan kata lain faktor Aglomerasi menjadi pertimbangan perusahaan memilih lokasi di Lombok Epicentrum karena terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall, perbedaan jumlah pengunjung yang datang, kemudahan yang didapatkan oleh pengusaha dan kosnumen dengan berbagai macam pilihan yang tersedia serta lokasi yang strategis berada ditengah kota.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden mengenai jumlah pengunjung dan aksesibilitas serta hasil analisis menggunakan *Paired Sampel t Test* terdapat perbedaan yang nyata antara pendapatan pengusaha sebelum dan setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall. Indikasi adanya aglomerasi itu terlihat pada peningkatan pendapatan yang dirasakan oleh mayoritas responden setelah berusaha di Lombok Epicentrum Mall dan menjadi salah satu pertimbangan para pedagang untuk berusaha di Lombok Epicentrum Mall.

### **Saran**

1. Penelitian selanjutnya disarankan melakukan penelitian pada pusat perbelanjaan yang lebih besar dan ramai dengan memperhatikan jenis barang yang dijual baik pada pusat perbelanjaan maupun barang yang dijual.
2. Selain itu disarankan pula pada peneliti selanjutnya untuk menambah sampel yang akan diteliti sehingga hasilnya akan lebih akurat.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya membandingkan pendapatan saja tetapi peneliti bisa mengkaji aglomerasi dengan lebih teliti dan mengurasi keterbatasan yang dipaparkan di atas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Jogianto. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Keenam*. BPFE-UGM. Yogyakarta
- Hariyono, Paulus. 2002. *Dampak Kehadiran Pusat Perbelanjaan Terhadap Kegiatan Perdagangan dan Jasa Di Sekitarnya (Studi Kasus Pada Pusat Perbelanjaan Java Supermal*. Fakultas Teknik. Semarang
- Jannifer. Shandy. 2010. *Analisis Pengaruh Faktor Aglomerasi Industri Manufaktur Terhadap Hubungan Antara Pertumbuhan Dengan Ketimpangan Regional Antar Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 1994-2007*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang
- Kuncoro, M. 2012. *Ekonomika Aglomerasi Dinamika & Dimensi Spasial Kluster Industri Indonesia*.: UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Krugman. 1998. Space: the Final Frontier. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 161-174.
- Partin, Zeli Wahyuningsih. 2014. *Dampak Ekonomi Keberadaan Mall Olympic Garden Terhadap Kegiatan Usaha Informal Disekitarnya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Pratiwi, Dita. 2017. *Analisis Aglomerasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Timur Tahun 2011-2015*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta
- Rachbini, Didik Hamid, Abdul. 1994. *Ekonomi Informal Perkotaan*. PT. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta
- Rahajeng, Anggi. 2017. *Analisis Pengaruh Aglomerasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Timur Tahun 2011 – 2015*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Rosyidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonom: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makroi*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Ruangguru. "Identifikasi Pusat Pertumbuhan di Suatu Wilayah". 28 November 2017. <https://blog.ruangguru.com/identifikasi-pusat-pertumbuhan-di-suatu-wilayah>, diakses pada 7 November 2019.
- Sahati. Nisa Indah. 2016. *Fenomena pembangunan student Vertical Apartment di Aglomerasi Perkotaan Yogyakarta dan Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasinya studi kasus : apartment student castel*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Sbergami, Federica. 2002. *Agglomeration and Economic Growth: Some Puzzles*, Graduate Institute of International Studies Geneva.
- Sigalingging, Artur J. 2002. *Dampak Pelaksanaan Desentralisasi Fiskal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Wilayah*. Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang
- Sihombing, Kartini H. 2008. *Pengaruh Aglomerasi, Modal, Tenaga Kerja dan Kepadatan Penduduk terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Demak*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sjafrizal. 2018. *Analisis ekonomi regional dan penerapannya di Indonesia*.: PT. RajaGrafindo Persada. Depok
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2014. *SPSS untuk Penelitian*. Pusaka Baru Press. Yogyakarta
- Sodik, Jazmani dan Iskandar, Dedi. 2007. *Agglomerasi dan Pertumbuhan Ekonomi : peran karakteristik regional di Indonesia*, Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. PT. Bumi Aksara Jakarta
- Tarigan, Robonson. 2012. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. PT Bumi Aksara Jakarta
- Teguh. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Wiranto, Hari. 2004. *Analisis Faktor yang mempengaruhi Ekonomi dan Kabupaten Banyumas*. Universitas Diponegoro