

TEORI LOKASI : CHRISTALLER

Central place theory

asumsi

- Wilayah dataran
- Gerakan dapat dilaksanakan ke segala arah
- Penduduk memiliki daya beli sama dan tersebar merata
- Konsumen bertindak rasional sesuai dengan prinsip minimisasi jarak/biaya

Teori Llyord : location in space

Konsep

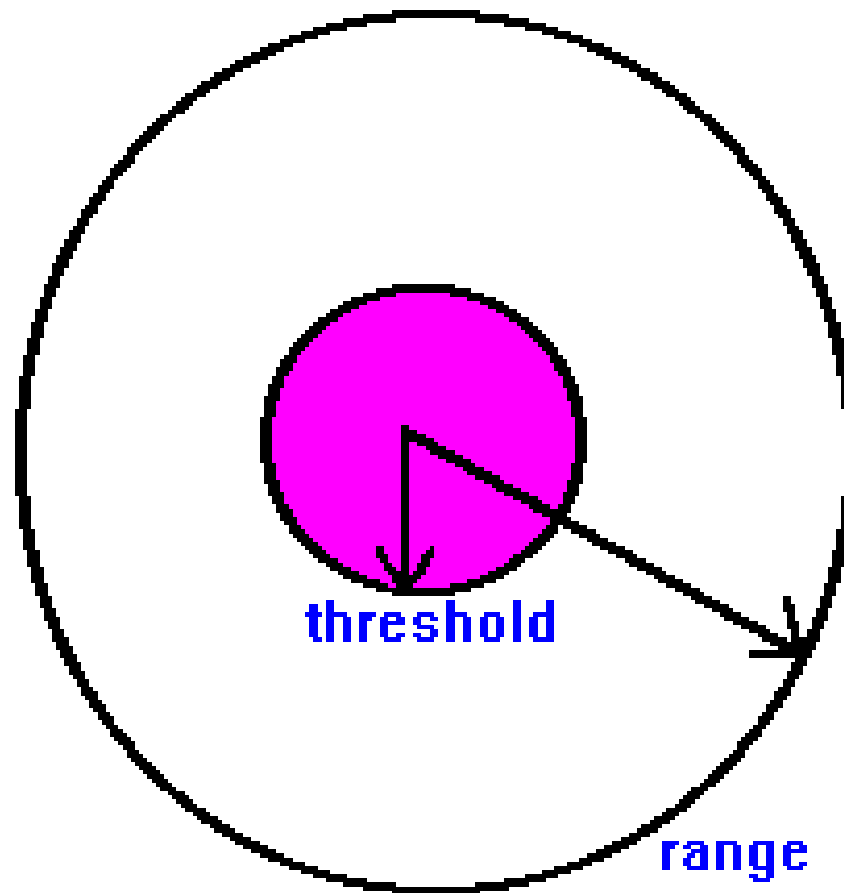
- Range
- threshold

range

- Jangkauan luas pasar dari setiap komoditas ada batasnya

threshold

- Ada batas minimal dari luas pasar agar produsen bisa tetap bertahan hidup



Contoh (utk konsep)

- Ada keluarga (RT) yang menghasilkan komoditas telur ayam yang dijual berdasarkan harga pasar, yaitu Rp. 400,- per butir.
- Masyarakat menganggarkan Rp. 2000,- per keluarga/ hari untuk membeli telur
- Ongkos transportasi Rp 100,- per km sekali jalan

Lanjutan contoh

- Keluarga berjarak 2 km akan memperoleh ?
- Perhitungan:
- Biaya transport pp, $2 \times 2 \times \text{Rp } 100 = \text{Rp. } 400.-$
- Belanja telur = $\text{Rp } (2000-400) : \text{Rp } 400 = 4$ telur

Lanjutan contoh

- 4 km dari produsen → beli 3
 - 6 km dari produsen → beli 2
 - 8 km dari produsen → beli 1
 - 10 km dari produsen → tidak beli
-
- → luas jangkauan pasar (range) dari telur adalah 8 km kesegala arah, lingkaran dengan radius 8 km

Lanjutan contoh

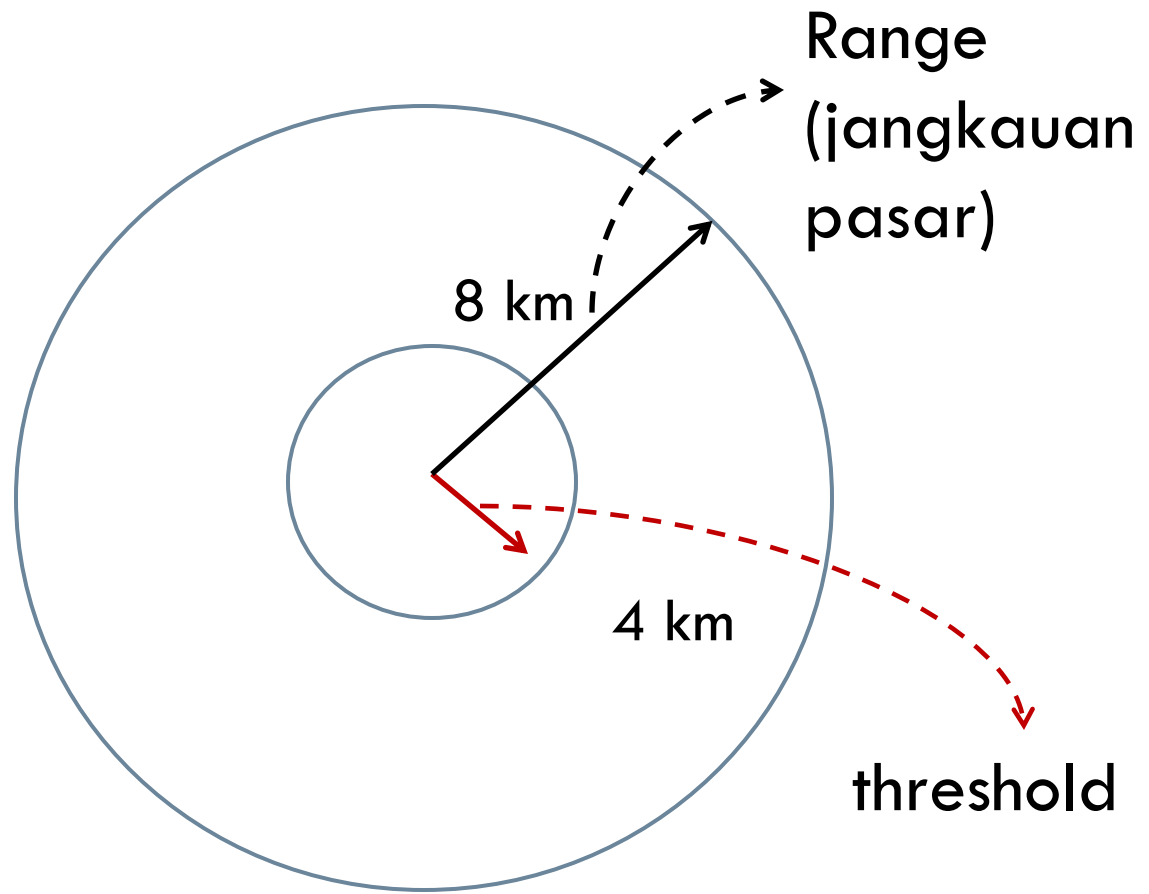
- Dari sisi produsen, bila tidak ada produsen telur yang lain, produsen tsb akan mendapat seluruh pasar sesuai dengan rangenya.
- Ada kemungkinan produsen lain → krn itu ada luas pasar minimal agar produsen tidak rugi → threshold

Produksi

- Biaya tetap (fixed cost)
- Biaya variabel (variable cost)
- BEP

BEP → RUANG

- Harus memiliki luas pemasaran yang mampu menyerap 50 telur per hari
- Luas pemasaran minimal tergantung tingkat kepadatan penduduk
- Makin padat → Luas pemasaran makin kecil
- Wilayah pemasaran minimal → threshold
- Tidak boleh ada produsen lain untuk komoditas yang sama dalam threshold. Bila ada, salah satu atau dua-duanya akan bangkrut.



Penggolongan jenis kebutuhan → berdasarkan threshold & range

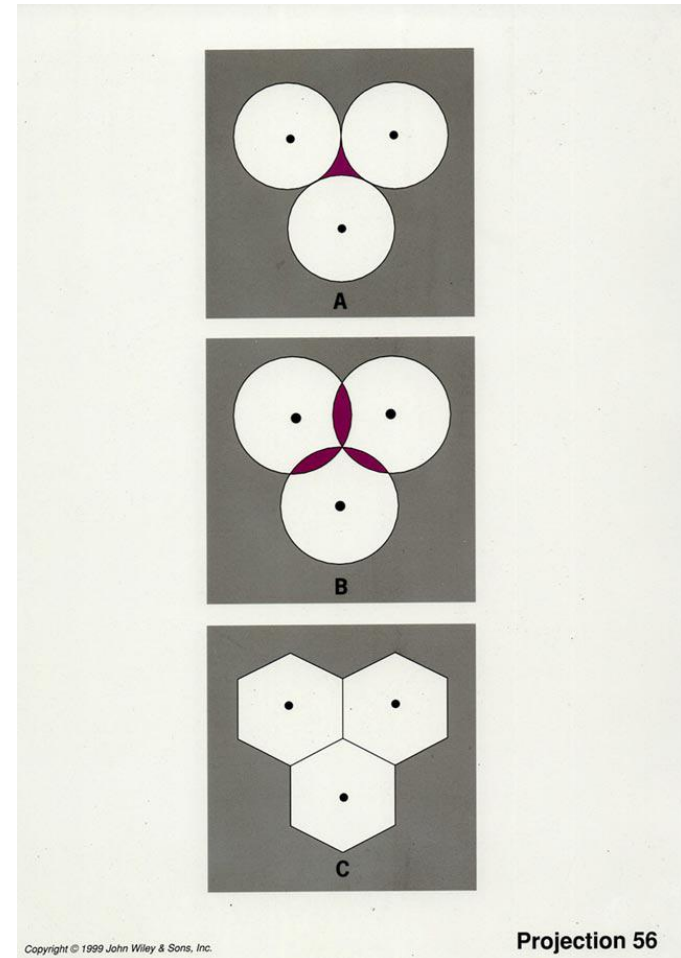
- Kelompok I : sembako
- Kelompok II : pakaian dll
- Kelompok III : furnitur, elektronik
- Kelompok IV: kendaraan, rumah

Penggolongan jenis kebutuhan → berdasarkan threshold & range

- Kelompok makin tinggi, threshold & range makin luas → konsep ruang
- Makin luas wilayah pemasaran → orde/rank makin tinggi.
- Orde 1 → kelompok IV
- Orde 2 → kelompok III
- Orde 3 → kelompok II
- Orde 4 → kelompok I

Teori Christaller

- A. Mula-mula terbentuk area perdagangan satu komoditas berupa lingkaran-lingkaran. Setiap lingkaran memiliki pusat dan menggambarkan threshold dari komoditas tsb.
- B. Lingkaran dari range boleh tumpang tindih.
- C. Range yang tumpang tindih dibagi antara kedua pusat yang berdekatan sehingga terbentuk areal yang heksagonal



Teori Christaller

- Tiap barang berdasarkan tingkat ordenya memiliki heksagon sendiri-sendiri.
- Dengan $K=3$, barang orde I lebar heksagonalnya tiga kali barang orde II, barang orde II heksagonalnya 3 kali barang orde III

Komoditas & luas jangkauan pasar

- Ada komoditas yang jangkauan pemasarannya cukup luas, sedang dan kecil
- Berbagai jenis barang pada orde yang sama cenderung bergabung pada pusat wilayahnya sehingga menjadi lokasi konsentrasi (kota)
- Berdasarkan model $K=3$, pusat hirarki yang lebih rendah berada pada sudut dari hirarki yang lebih tinggi, sehingga pusat yang lebih rendah berada pada pengaruh dari tiga hirarki yang lebih tinggi darinya
- $K=3$
- $K=7$

Berkaitan dg orde perkotaan

- Ada kota yang hanya menjual barang orde IV
- Ada kota yang menjual barang orde III dan IV
- Ada kota yang menjual barang orde II, III dan IV
- Ada kota yang menjual barang orde I, II, III dan IV
→ Kota orde I

Konsentrasi produsen dan pedagang

- Seandainya masyarakat (dari contoh sebelumnya) juga membelanjakan Rp.2000,- per hari untuk beras dengan harga Rp. 4000 per kg beras, maka →
- Jarak 0 km → 0,5 kg beras
- Jarak 2 km → 0,4 kg beras
- Jarak 4 km → 0,3 kg beras
- Jarak 6 km → 0,2 kg beras
- Jarak 8 km → 0,1 kg beras
- Jarak 10 km → 0 kg beras

Konsentrasi produsen dan pedagang

- Masyarakat sebenarnya akan membeli telur dan beras sekaligus, yaitu dengan anggaran Rp 2000 utk telur, dan Rp 2000 utk beras, atau Rp 4000/ kel/ hari maka:

Jarak (km)		Satuan barang (unit)	Telur (butir)	Beras (100 gram)
0	→	10	5	5
2	→	9	4 5	5 4
4	→	8	4	4
6	→	7	3 4	4 3
8	→	6	3	3
10	→	5	2 3	3 2
12	→	4	2	2
14	→	3	2 1	1 2
16	→	2	1	1
18	→	1	1 0	0 1

Konsentrasi produsen dan pedagang

- → range menjadi 18 km.
- Bila jenis barang tersedia bertambah banyak maka range makin luas.
- Threshold telur (dari contoh sebelumnya) → 4 km. masyarakat harus membeli minimal 50 telur setiap hari.
- Karena ada dua jenis barang → 50+50 unit barang → 100 unit → threshold menyusut
- Threshold → kurang jelas → terkonsentrasinya pedagang → perilaku manusia

Terjadinya orde produsen/ penjual

- BEP \rightarrow 50 unit, (*dari contoh sebelumnya produsen telur*)
- Bila produsen memproduksi 100 unit, maka total biaya produksi Rp. 10.000 (*biaya tetap*) + (100X Rp. 200 (*biaya variabel*)) = Rp. 30.000.
- \rightarrow Harga pokok telur \rightarrow Rp. 30.000/100 = Rp. 300
- Bila produsen menjadi penjual (+ ongkos transportasi), yaitu Rp. 600 per km pp \rightarrow Rp. 6 per km per butir.
- Tidak cukup waktu utk menjual (door to door) \rightarrow pengecer

BIAYA TETAP

- ◉ Tetap jumlahnya (lumpsum) tidak terikat dengan banyaknya produksi/ penjualan.
 - Contoh:
 - ◉ Sewa toko
 - ◉ Gaji pegawai
 - ◉ Air
 - ◉ Listrik
 - ◉ telepon

Biaya variabel

- Terkait dengan jumlah produksi
 - Biaya bahan
-

BEP (break even point)

Contoh pedagang telur

- ▣ Biaya tetap Rp.10.000
- ▣ Biaya variabel Rp. 200 per telur
- ▣ Jumlah yang harus dijual agar menutup biaya tetap $\rightarrow \text{Rp. } 10.000 / \text{Rp. } 200 = 50$ butir
- ▣ Pada penjualan 50 butir telur, total nilai penjualan $\rightarrow 50 \times \text{Rp. } 400 = \text{Rp. } 20.000$
- ▣ Total pengeluaran = biaya tetap + biaya variabel = $\text{Rp. } 10.000 + (50 \times \text{Rp. } 200) = \text{Rp. } 20.000$

