

**TEORILOKASI: REPRESENTASI LANDASAN MIKRO BAGI TEORI
PEMBANGUNAN DAERAH**

Prasetyo Soepono
Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

The birth of a region originates in the optimal location decision of individual firms. Factors that affect the optimal location of individual firms are transfer orientation (resources and market), and local input-orientation [energy, labor, intermediate inputs (localization economies & urbanization economies), amenities/quality of life, local public' services, taxes, government incentives, local business climate, site costs and national political climate & stability]. Once the optimal location of each individual firm has been determined, the next development is to what extent it can under price and sell its product. The extent of the market constitutes a market area: When each of all other firms producing the same products, has possessed its own market area, those firms have formed the location pattern dominated by dispersion. In this way, market areas have been established. When all other firm's producing different products /services can also under price and sell their products in each of their market areas, each market area becomes a region or a city, depending which one has more population density. Each market area grows even more into a region or a city when all other firms producing different products (substitutes and/or complementary) , chooses to locate in each market area. This makes up the second location pattern dominated by cohesion (agglomeration). From the viewpoint of the location theory, a region has firms engaged in all kinds of relationships of economic activities: vertical, horizontal, and complementary, and all kinds of linkages: forward and backward. Based on this, a region develops. During its process of development, a region may succeed or fail. When it fails, it can be corrected by both local and central governments by adopting appropriate regional policies oriented first to the micro foundation and then to the macro foundation of the development process of the region.

Seperti dalam ekonomi makro, diakui pentingnya landasan mikro, sehingga kebijakan makro dapat lebih tepat dan efektif (Branson, 1990). Demikian pula dalam Ekonomi Regional dikenal dan diakui pentingnya landasan mikro (Hoover & Giarratani, 1984, Blair, 1991, O'Sullivan, 1996). Landasan mikro yang dimaksud dalam Ekonomi Regional adalah teori lokasi. Oleh karena itu, mempelajari Ekonomi Regional hendaknya didahului dulu dengan topik atau bab tentang lokasi suatu aktivitas ekonomi (aspek mikro) di mana diuraikan bagaimana tumbuhnya suatu daerah dimulai ketika suatu aktivitas ekonomi berupa aktivitas produksi atau aktivitas manufaktur atau aktivitas jasa semula menetapkan lokasi optimalnya berdasarkan orientasi transportasi, kemudian berubah lokasinya berdasarkan orientasi lain yang lebih baik, dan seterusnya yang akhirnya berakibat dengan munculnya suatu wilayah atau daerah.

Pentingnya landasan mikro adalah agar pengambil keputusan (pemerintah pusat atau pemerintah daerah) jangan sampai mengambil kebijakan daerah yang salah dan fatal dalam perencanaan daerah dan dalam penentuan wilayah-wilayah dalam suatu negara yang lebih berorientasi pada faktor ekonomi dari-pada faktor non-ekonomi {nodal regions vs. homogeneous regions/administrative regions}. Apalagi negara kita sedang mengalami reformasi yang juga menuntut dihidupkannya otonomi daerah sehingga pemerintah pusat harus akurat dan tepat dalam merumuskan kebijakan daerah agar mendapat dukungan rakyat yang makin kritis dan yang sedang membangun ekonominya sebagai ganti ekonomi konglomerat yang telah membawa ekonomi Indonesia terpuruk dalam krisis ekonomi dan moneter. Dengan memperhatikan landasan mikro, kebijakan daerah tidak lagi datang dari atas tanpa memperhatikan perilaku pelaku-pelaku ekonomi individual (pembentukan daerah administratif spt, propinsi, kabupaten, kecamatan), tetapi kebijakan daerah yang berorientasi pada prinsip ekonomi, motif ekonomi dan aspirasi para pelaku ekonomi individual.

Tujuan dari makalah ini adalah untuk meminta perhatian kembali atau memperjelas atau mengingatkan/menyadarkan kembali bagaimana suatu aktivitas ekonomi (mikro) yang berprinsip ekonomi dalam rangka mencapai hasil optimalnya (keuntungan maksimumnya) harus mengambil keputusan lokasi optimalnya dan bila sekelompok aktivitas-aktivitas ekonomi itu berbuat hal yang sama (dispersion) dan

secara bersama menempati lokasi yang sama (aglomerasi) dalam jangka panjang akan menimbulkan pertumbuhan suatu daerah umumnya dan kota khususnya.

LATAR BELAKANG LANDASAN MIKRO

Ekonomi regional maupun ekonomi perkotaan berakar dari induknya, yakni, ekonomika (ilmu ekonomi) atau teori ekonomi, karena dari namanya sudah ditunjukkan bahwa ekonomi regional maupun ekonomi perkotaan mencerminkan kaitan dan perpaduan antara ilmu ekonomi dan daerah maupun kota atau antara aktivitas ekonomi dan lingkungan spasial. Ekonomi regional maupun perkotaan adalah ekonomi terapan yang penting untuk dipelajari karena semua aktivitas ekonomi pasti terjadi di suatu tempat dan jika dimensi spasial tidak diakui, maka ilmu ekonomi akan selalu menjadi ilmu yang abstrak yang sulit untuk dihubungkan dengan tempat di mana orang bertempat tinggal dan bekerja. Sesuai dengan ilmu ekonomi yang dibagi menjadi ekonomi mikro dan ekonomi makro, fokus bahasan ekonomi regional maupun ekonomi perkotaan dimulai dengan di mana suatu aktivitas ekonomi terletak atau di mana suatu kota berkembang (lokasi industri), yang mencerminkan aspek mikro dan diakhiri dengan pembahasan tentang pertumbuhan serta pembangunan regional beserta kebijakan regional (aspek makro).

Teori ekonomi (mikro) dapat dimodifikasi untuk mencerminkan dipertimbangkannya faktor-faktor spasial, karena konsep-konsep ekonomi yang paling mendasarpun sebenarnya dipengaruhi oleh lokasi. Misalnya, baik biaya maupun permintaan sebuah perusahaan akan bergantung pada di mana perusahaan itu berlokasi. Makin jauh lokasi konsumen dari lokasi perusahaan untuk produk tertentu, makin tinggi delivery price dari produk itu, makin sedikit kuantita produk itu yang diminta (permintaan spasial). Dengan demikian, dimasukkannya konsep-konsep spasial memperkaya teori ekonomi tradisional.

Teori ekonomi (makro) dapat diterapkan dalam tatanan spasial. Topik-topik dalam teori ekonomi makro yang sering menggunakan konsep-konsep ekonomi regional maupun perkotaan adalah pembangunan ekonomi, pembangunan perumahan serta masyarakat, transportasi, pemasaran real estate, pembangunan properti, perencanaan penggunaan lahan, dsb.

Isyu-isyu kebijakan publik merupakan tipe penerapan khusus. Banyak masalah-masalah sosial yang terkait dengan lokasi, sehingga kebijakan-kebijakan untuk mengatasi masalah ini hendaknya ditangani oleh ekonomika spasial seperti ekonomi regional maupun perkotaan. Isyu-isyu kebijakan publik penting dalam mempelajari ekonomi regional maupun perkotaan, karena dimensi spasial tidak dapat dilepaskan dari banyak isyu-isyu kebijakan. dan melihat masalah-masalah dalam konteks di mana mereka bermukim. Solusi terhadap isyu-isyu kebijakan umumnya ditujukan pada tempat-tempat tertentu. Pemecahan isyu-isyu kebijakan memerlukan pendekatan antar-displin seperti hukum, geografi, ilmu politik, sosiologi, dan perencanaan, di samping pendekatan ekonomi.

Untuk memahami perilaku individu (mikro) maupun perilaku kelompok (makro) dalam ekonomika regional maupun ekonomika makro sebagai cabang dari teori ekonomi mikro dan teori ekonomi makro, dipakai model-model dan asumsi-asumsi. Model adalah penyederhanaan dari realita untuk membantu analisis-analisis memusatkan perhatian pada komponen-komponen yang penting saja. Kebanyakan model ekonomi terdiri atas asumsi-asumsi tentang suatu situasi dan serangkaian deduksi tentang perilaku apa yang datang dari asumsi-asumsi.

Dalam ekonomi regional maupun ekonomi perkotaan juga dikenal analisis. Analisis adalah proses mengurai suatu masalah menjadi menjadi komponen-komponen. Contoh adalah analisis shift-share. Dalam proses analisis, penting untuk mengamati pengaruh satu variabel bebas atau lebih atas variabel terpengaruh. Untuk memahami bagaimana variabel-variabel berinteraksi, perlu untuk membuat asumsi bahwa variabel-variabel lain tidak berubah. Munculah asumsi "ceteris paribus" atau "hal-hal lain sama" yang berkenai itu, seperti yang dijumpai dalam hukum permintaan.

Bagi pakar ekonomi dan bahkan pakar manajemen sekalipun, individu-individu adalah landasan pokok dari tindakan kelompok. Tetapi kita jangan menganggap motif-motif kelompok dengan sendirinya .berada dalam individu-individu. Selain itu, pakar ekonomi sadar bahwa tindakan kolektif adalah lebih dari sekedar sekelumpulan individu-individu, yang dalam manajemen dikenal dengan istilah sinergi. Misalnya, mungkin benar bahwa siapapun dapat menjadi jutawan bila

bekerja keras atau beruntung. Tetapi, tidaklah benar bahwa tiap orang dapat menjadi jutawan.

Ekonom juga yakin bahwa individu-individu berperilaku sedemikian rupa hingga dapat memaksimalkan kegunaan mereka (utility), tetapi sayang tidaklah mungkin untuk menentukan secara langsung apakah seorang individu sedang berusaha untuk memaksimalkan kegunaan, karena tindakan-tindakan yang membawa kepuasan kepada seseorang mungkin tidak memberi kepuasan kepada orang lain. Juga diasumsikan bahwa individu-individu adalah rasional dalam usaha mereka untuk memaksimalkan kegunaan. Asumsi rasionalitas perlu bila model-model ekonomi adalah untuk memprakirakan perilaku.

TEORI LOKASI

Teori lokasi merupakan cabang ekonomi regional yang paling tua yang dikembangkan sejak abad kesembilan belas (H.W. Richardson, 1979). Keputusan lokasi adalah keputusan tentang bagaimana perusahaan-perusahaan memutuskan di mana lokasi pabriknya atau fasilitas-fasilitas produksinya secara optimal. Jawaban terhadap pertanyaan ini adalah penting bagi para pengambil keputusan publik, perencana-perencana lembaga-lembaga perdagangan eceran (yang ingin membuat pilihan lokasi yang tepat) maupun pengembang-pengembang komunitas serta real estate, yang berharap untuk dapat menarik bisnis ke kawasan-kawasan mereka.

Faktor-Faktor Lokasi.

Faktor lokasi adalah faktor yang mempengaruhi keputusan lokasi suatu aktivitas ekonomi seperti aktivitas produksi atau aktivitas pemberian jasa. Aktivitas-aktivitas produksi termasuk perusahaan-perusahaan industri seperti perusahaan mebel, perusahaan kayu lapis, pabrik bir, perusahaan manufaktur, dan perusahaan roti, yang menciptakan kegunaan bentuk (form utility) dengan memproses bahan baku serta input-input (masukan-masukan) lain menjadi output (keluaran atau barang jadi) dan menciptakan kegunaan-kegunaan lain (kegunaan tempat dan/atau kegunaan waktu) di mana perlu. Aktivitas-aktivitas jasa termasuk perusahaan-perusahaan niaga, yang hanya memperdagangkan barang, tidak menghasilkan barang tetapi tetap dikatakan produktif karena menciptakan kegunaan milik atau possession utility

melalui transaksi jual-beli, menciptakan kegunaan tempat atau place utility melalui transportasi dan/atau kegunaan waktu atau time utility melalui pergudangan. Keputusan lokasi dari mereka inilah yang menimbulkan berkembangnya suatu kota, kemudian suatu daerah.

Tiap organisasi dari aktivitas ekonomi dipengaruhi oleh faktor-faktor lokasi. Faktor-faktor lokasi yang dimaksud adalah faktor sejarah, faktor transportasi, faktor sumberdaya, faktor pasar, faktor tenaga kerja, faktor energi, faktor aglomerasi, faktor kenyamanan (mutu hidup, kualitas hidup atau gaya hidup), pelayanan publik setempat, pajak, insentif pemerintah (pusat dan daerah), iklim bisnis setempat, site costs (harga tanah & gedung, fasilitas perkantoran & gudang), stabilitas serta iklim politik nasional. Faktor-faktor itu sebenarnya dapat dikelompokkan menjadi dua orientasi, yakni, lima faktor pertama, kecuali faktor sejarah, disebut orientasi transportasi dan faktor-faktor lainnya orientasi masukan lokal. Yang dimaksud dengan orientasi transportasi adalah bahwa transportasi merupakan porsi terbesar dari biaya total dari organisasi suatu aktivitas ekonomi, hingga menjadi penentu keputusan lokasi, sedang yang dimaksud dengan orientasi masukan lokal adalah bahwa masukan lokal itulah yang merupakan persentase terbesar dari biaya total dan disebut lokal bila input itu tidak dapat secara efisien diangkut dari lokasi satu ke lokasi lain. Faktor-faktor yang termasuk orientasi transportasi adalah faktor-faktor lokasi klasik, sedangkan yang termasuk orientasi masukan lokal adalah faktor-faktor lokasi kontemporer. Input yang terdapat di mana-mana, seperti tanah, air, udara, dan yang tidak perlu diangkut dari satu tempat ke tempat lain, sehingga tidak mempengaruhi keputusan lokasi disebut ubiquitous inputs.

Model Keputusan Lokasi Berdimensi Satu: Satu Input, Satu Pasar

Dengan model keputusan lokasi berdimensi satu dimaksud model keputusan lokasi berupa sebuah garis datar tampak samping di mana kutub kiri mewakili lokasi bahan baku dan kutub kanan mewakili lokasi output atau lokasi pasar. Asumsi-asumsi dari model keputusan lokasi satu dimensi ini adalah (1) pendapatan total tidak dipengaruhi oleh keputusan-keputusan lokasi; (2) total biaya produksi adalah konstan di atas dataran atau tidak dipengaruhi oleh keputusan lokasi; (3) berlaku proporsi faktor yang tetap: perusahaan menghasilkan output dalam kuantita yang tetap dengan

kuantita input yang tetap pula atau perusahaan tidak melakukan substitusi antara input yang satu dengan input yang lain meskipun terdapat perubahan harga-harga input dan dengan demikian menggunakan hanya satu proses produksi; (4) hanya terdapat satu jenis output yang kuantita produksinya tetap, yang harus diangkut dari lokasi pabrik ke sebuah pasar/kota di titik C dan yang harganya juga tetap karena perusahaan itu begitu kecil (price taker) hingga tidak dapat mempengaruhi harga-harga input ataupun outputnya (persaingan sempurna); (5) juga hanya terdapat satu macam input/masukan/bahan baku/faktor produksi yang dapat dipindah-pindahkan; dan (6) satu-satunya faktor yang mempengaruhi keputusan lokasi yang mendatangkan laba maksimum adalah biaya transportasi /biaya angkut(an).

Dengan asumsi-asumsi itu, perusahaan memaksimalkan keuntungannya dengan meminimisasi total biaya transportasinya. Keuntungan perusahaan adalah pendapatan total (harga dikalikan output) dikurangi biaya-biaya input dan biaya-biaya transportasi. Karena satu-satunya biaya yang berubah secara lintas tata ruang adalah biaya transpor input dan biaya transpor output, maka perusahaan akan memilih lokasi yang meminimisasi total biaya transpor. Pilihan lokasi optimal pada model satu dimensi itu jatuh pada lokasi input atau lokasi pasar (kota), bergantung pada hasil tarik menarik antara mana yang lebih rendah: biaya transportasi input atau biaya transportasi output.

Bila biaya transportasi input lebih rendah daripada biaya transportasi output, lokasi optimal perusahaan berada di lokasi input (orientasi sumber daya), sedangkan bila biaya transportasi output lebih rendah daripada biaya transportasi input, lokasi optimal berada di lokasi pasar (orientasi pasar).

Orientasi Sumberdaya vs Orientasi Pasar. Biaya transpor input (assembly costs atau procurement costs), AC, yang terdiri atas bobot fisik input (b_i) dikalikan tarif (t_i) angkutan input per ton/km [dikalikan jarak (MZ) antara lokasi sumberdaya dan lokasi pabrik] adalah biaya transportasi input dari lokasi sumberdaya (M) di kutub kiri ke lokasi pabrik (Z) dalam suatu dataran dalam model/ grafik satu dimensi/satu input, satu output/ tampak samping, atau

$$AC = b_i \cdot t_i \cdot MZ \quad (1)$$

Biaya transpor output (distribution cost), DC, yang terdiri atas bobot fisik output (b_0) dikalikan tarif (t_0) angkutan output per ton/km (dikalikan jarak tempuh

antara lokasi pabrik, Z , dan lokasi pasar, C ,), adalah biaya distribusi output dari lokasi pabrik ke lokasi konsumen/ pasar di kutub kanan dalam dataran yang sama dalam model/grafik satu dimensi/satu input, satu output/tampak samping; jadi,

$$DC = b_o.t_o.ZC \quad (2)$$

Bobot fisik input (kayu) atau b_k adalah banyaknya input (4 ton kayu) yang diperlukan untuk menghasilkan satu satuan output (1ton mebel), sedangkan bobot fisik mebel (b_m) adalah berat satu satuan produk akhir. Secara grafik, bila kurva biaya assembly (AC) ditambah dengan kurva biaya distribusi (DC) dalam satu grafik secara vertical summation (penjumlahan vertikal) terbentuklah kurva biaya transportasi total, TC , yang dapat diamati di lokasi input (M) pada kutub kiri maupun di lokasi output/pasar (C) pada kutub kanan; jadi,

$$TC = b_i.t_i.MZ + b_o.t_o.ZC \quad (3)$$

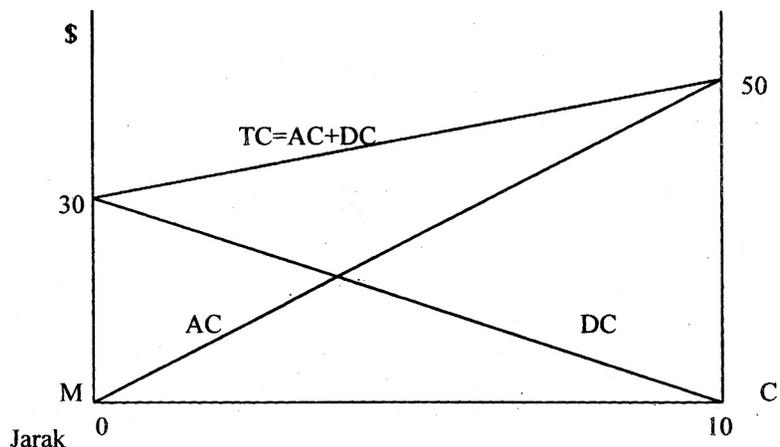
atau

$$TC = b_i.(t_i-t_o).MZ + b_o.t_o.ZC \quad (4)$$

karena $CZ = MC - MZ$. Secara grafik, kurva biaya transportasi total di lokasi sumberdaya (M) lebih rendah daripada kurva biaya transportasi total di lokasi output/pasar (C) pada suatu dataran (dalam model/grafik satu dimensi/satu input, satu output/tampak samping), maka lokasi optimal dari perusahaan adalah di lokasi sumberdaya (C) (orientasi sumberdaya) atau bobot ideal input (bobot fisik input = 5 ton dikalikan tarif angkutan input per ton/kmatat = \$1 atau $b_i.t_i = 5 \times \$1$) lebih besar daripada bobot ideal output (=bobot fisik output = 3 ton x tarif angkutan output per ton/km= \$1 atau $b_o.t_o = 3 \times \$1$) (lihat Gambar 1). Ini karena bobot input lebih berat daripada bobot output dan karenanya lebih mahal per ton/km untuk mengangkut input (kayu) yang diperiukan untuk menghasilkan satu satuan output (mebel) daripada mengangkut output atau produk akhir per ton/km bila tarif angkutan input sama dengan tarif angkutan output. Ini disebut weight-losing activity. Sebaliknya, bila kurva biaya transportasi total pada lokasi input lebih tinggi daripada kurva biaya transportasi total pada lokasi output/ pasar atau bobot ideal baja lebih rendah daripada bobot ideal mobil, maka lokasi optimal dari pabrik perusahaan adalah di lokasi output/pasar (C) (orientasi pasar). Ini disebut weight-gaining activity. Pada gambar 1,

\$30 pada sumbu tegak lurus pada titik M adalah biaya transportasi total (TC) dari C ke M atau $3 \times \$1 \times 10 \text{ km}$, sedang \$50 pada sumbu tegak lurus titik C adalah biaya transportasi total dari M ke C atau $5 \times \$1 \times 10 \text{ km}$.

Analisis tentang perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada transportasi dapat memprakirakan perkembangan dua tipe kota, yakni, kota berbasis sumberdaya, seperti kota kayu (Samarinda), kota baja (Cilegon), dan kota pusat pemasaran, seperti, Jakarta Raya, Surabaya, Semarang. Kota berbasis sumberdaya berkembang sebagai akibat keputusan menentukan lokasi di sumber bahan baku oleh perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada sumberdaya, sedang kota pusat pemasaran berkembang sebagai akibat keputusan menentukan lokasi di pasar oleh perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada pasar.

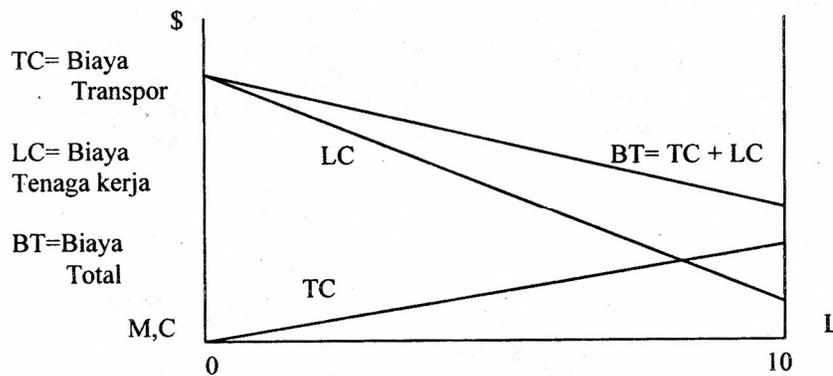


Gambar 1. Model Satu Dimensi Total Biaya Transportasi.

Pada kasus di atas, bobot input (b_{jt}) tidak sama dengan bobot output (b_{ot}) tetapi tarif angkutan input (kayu) per ton/km (t_i) adalah sama dengan tarif angkutan output (mebel) per ton/Ton (t_o). Kasus lain adalah bahwa bobot ideal input dapat pula tidak sama dengan bobot ideal output, yakni, bila tarif angkutan input tidak sama dengan tarif angkutan output, tetapi bobot input sama dengan bobot output. Tarif angkutan input lebih tinggi dari tarif angkutan output, bila input itu makan banyak tempat/bulky (kapas), mudah rusak (buah-buahan), mudah pecah (kaca), atau berbahaya (bubuk mesiu), sedang tarif angkutan output lebih mahal daripada tarif angkutan input bila output itu makan banyak tempat/bulky (mobil yang telah dirakit), mudah rusak (roti tawar), mudah pecah (barang porselin), atau berbahaya (mercon). Untuk kasus kedua, keputusan lokasi yang optimal adalah seperti kasus yang pertama.

Jelasnya, bila tarif angkutan input lebih tinggi daripada tarif angkutan output, sedang bobot input sama dengan bobot output, maka perusahaan akan menentukan lokasi di dekat lokasi input, karena bobot ideal input melebihi bobot ideal output, sedangkan, sebaliknya, bila tarif angkutan output lebih tinggi daripada tarif angkutan input, maka perusahaan lebih baik menentukan lokasi optimalnya di dekat lokasi pasar.

Dalam beberapa dekade terakhir banyak industri telah berubah dari orientasi transportasi ke orientasi local input, karena inovasi dalam transportasi, dan inovasi dalam produksi (yang menurunkan bobot fisik dari input) telah menurunkan tarif angkutan. Trade-off antara biaya transportasi dan biaya input lokal dapat digambarkan grafik sebagai berikut:



Gambar 2. Dari Orientasi Biaya Transportasi ke Orientasi Input Lokal

Menurut Gambar 2, penurunan biaya transpor telah menyebabkan perusahaan ber-alih dari orientasi transpor ke orientasi masukan lokal. Biaya total (LC + TC) adalah minimum bila lokasi perusahaan ada di lokasi L sebagai lokasi tenaga kerja, tidak lagi di lokasi M sebagai lokasi bahan baku maupun di C sebagai lokasi kota.

Lokasi Optimal antara Lokasi Input dan Lokasi Pasar. Lokasi optimal dapat saja terdapat di lokasi input, lokasi pasar atau di antara keduanya asal bobot ideal input sama dengan bobot ideal output dan tarif angkutan per ton/km tidak terpengaruh oleh jarak yang ditempuh. Jadi, perusahaan tidak acuh di antara semua lokasi antara lokasi bahan baku dan lokasi barang jadi.

Lokasi antara yang optimal tersebut di atas tidak dimungkinkan bila terdapat salah satu dari dua keadaan: 1) adanya terminal costs dan 2) adanya line-haul economies. Terminal costs adalah biaya (transportasi) tetap berupa biaya-biaya

bongkar/muat dalam transportasi barang, termasuk biaya-biaya administrasinya. Pada lokasi asal (lokasi pabrik di lokasi sumber-daya), perusahaan hanya membayar biaya muat barang jadi, biaya transportasi barang jadi ke lokasi tujuan/lokasi pasar dan biaya bongkar barang jadi di lokasi tujuan. Bila lokasi pabrik ada di antara lokasi bahan baku dan lokasi pasar, perusahaan membayar biaya muat bahan baku di lokasi bahan baku, biaya transportasi bahan baku ke pabrik, di mana juga harus dibayar biaya bongkar bahan baku serta dibayar biaya muat barang jadi, membayar biaya transportasi barang jadi ke lokasi pasar sebagai lokasi tujuan dan akhirnya membayar biaya bongkar barang jadi di lokasi tujuan. Sekarang bila lokasi pabrik berada di lokasi pasar, perusahaan membayar biaya muat bahan baku, biaya transportasi bahan baku ke lokasi pasar, dan biaya bongkar bahan baku di lokasi pasar. Dalam hal ini jelas bahwa lokasi optimal hanya di lokasi bahan baku atau lokasi pasar dan tidak di antaranya.

Line-haul economies adalah penghematan-penghematan biaya sebagai akibat dari makin jauhnya jarak yang ditempuh. Line-haul economies mencerminkan efisiensi dalam menggunakan berbagai alat transportasi, yakni, truk untuk jarak pendek, kereta api untuk jarak menengah dan kapal barang untuk jarak jauh. Dalam keadaan ini terdapat skala ekonomi dalam transportasi. Makin jauh jarak yang ditempuh, makin rendah tarif angkutan per ton/km. Jadi, biaya line-haul merupakan biaya transportasi input (biaya assembly) atau biaya transportasi output (biaya distribusi) sebagai fungsi dari jarak. Secara grafik, biaya assembly maupun biaya distribusi sebagai biaya line-haul digambarkan sebagai kurva yang melengkung (cekung dari bawah). Bila secara grafik kurva biaya assembly yang non-linier ditambah secara horisontal dengan kurva biaya distribusi yang juga non-linier, diperoleh kurva biaya transportasi total yang non-linear pula (cekung dari bawah). Dengan demikian, jelas bahwa dengan adanya line-haul economies lokasi antara lokasi bahan baku dan lokasi pasar bukanlah lokasi yang optimal; jadi, hanya ada dua lokasi optimal yang mungkin, yakni, lokasi input atau lokasi output.

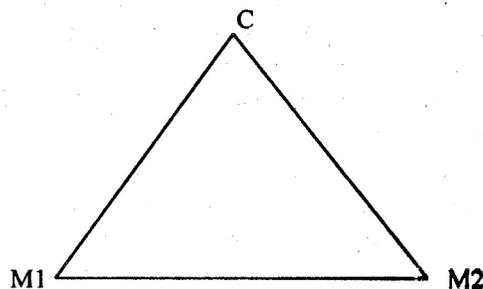
Lokasi Median. Lokasi optimal bagi sebuah perusahaan dengan sejumlah inputs dan sejumlah output (pasar) adalah lokasi transportasi median yang membagi total bobot ideal dari perusahaan menjadi dua bobot ideal yang sama. Sepertiga bobot ideal yang pertama datang dari satu arah dan sepertiga bobot ideal yang lain dari arah lain atau bila konsumen tinggal di sepanjang jalan raya (tampak samping), perusahaan akan

memilih lokasi di mana jumlah konsumen yang dilayani di sebelah kiri lokasi median sama dengan jumlah konsumen yang dilayani di sebelah kanan lokasi median.

Contoh lain lokasi median adalah lokasi kota transshipment atau kota pelabuhan, di mana pengangkutan barang dengan truk atau kereta api berganti dengan pengangkutan dengan kapal laut.

Model Keputusan Lokasi Berdimensi Dua

Dengan model keputusan lokasi berdimensi dua dimaksud model di atas sebuah bidang di mana terdapat dengan lebih dari satu lokasi input dan satu lokasi pasar/output atau lebih. Mengenai dua lokasi input dan satu lokasi pasar, terdapat beberapa teori. Teori pertama adalah teori Bapak Teori Lokasi, yakni, Alfred Weber, yang terkenal dengan segitiga lokasi (locational triangle). Tiga titik sudut pada segitiga lokasi itu mewakili dua lokasi input (M1 dan M2) dan satu lokasi pasar (C) (lihat Gambar 3).



Gambar 3: Segitiga Lokasi Weber

Dalam menentukan mana dari tiga lokasi itu yang merupakan lokasi yang meminimalkan total biaya transpor (optimal), Weber juga menggunakan bobot ideal dan bobot dominan sebagai dasar penentuannya. Jadi, mana dari tiga lokasi itu yang mempunyai bobot dominan, lokasi itulah yang merupakan lokasi yang optimal. Bobot dominan adalah bobot ideal suatu input atau output yang lebih besar dari jumlah bobot ideal dari output dan bobot ideal input lainnya atau jumlah bobot ideal dari semua input itu. Bila tidak ada bobot dominan, maka analisis lebih lanjut perlu ditempuh. Analisis lebih lanjut ini menghasilkan lokasi optimal yang terletak di antara ketiga lokasi itu yang oleh Weber disebut isodapane. Isodapane yang juga mencirikan lokasi median adalah titik, segitiga atau lingkaran pertemuan antara

isotim dari tiap lokasi di segitiga lokasi itu. Isotim adalah tempat-tempat kedudukan (yang membentuk lingkaran) dari biaya transpor (tim) yang sama (iso) bagi pengiriman suatu input dari loka-sinya atau bagi pengiriman suatu output dari lokasinya ke berbagai. tempat di sekeliling lokasinya masing-masing. Jadi, isodapane adalah tempat kedudukan dari biaya transpor total (dopane) yang sama (iso) yang dihitung dengan menjumlah nilai-nilai (dalam satuan uang) dari ketiga isotim yang berpotongan. Setiap pabrik/perusahaan mempunyai lebih dari satu isodapane, yang jarak antara satu isodapane dengan isodapane lain merupakan kenaikan biaya transpor total yang sama dan isodapane yang berada di tengah (titik pusat) yang menjadi pilihan pabrik sebagai lokasi optimalnya merupakan biaya transpor total yang terendah.

Weber memperluas analisisnya dengan mempertimbangkan tenaga kerja dan aglomerasi sebagai faktor-faktor lokasi lain. Menurutnya, perusahaan akan pindah ke lokasi tenaga kerja murah dari lokasi dengan biaya transpor terendah bila penghematan biaya tenaga kerja per satuan lebih rendah daripada tambahan biaya transpor (Smith, 1981). Secara grafik, lokasi tenaga kerja murah berada sebelah kiri dari isodapane kritis. Isodopane kritis adalah selisih antara isodapane yang satu (sebelah kiri) dan isodapane yang lain (sebelah kanan), di mana selisih itu mencerminkan tambahan biaya transpor total per satuan barang yang lebih besar dari penghematan biaya tenaga kerja per satuan yang diperoleh dari memilih lokasi tenaga kerja murah.

Mengenai aglomerasi sebagai salah satu faktor lokasi lain, menurut Weber analisisnya mirip dengan tenaga kerja sebagai faktor lokasi. Aglomerasi adalah lokasi bersama dari lebih dari satu perusahaan, dari mana penghematan biaya total rata-rata tiap perusahaan yang menempati lokasi bersama itu diperoleh atau di mana biaya total rata-rata tiap perusahaan yang menempati lokasi bersama menurun. Weber mengambil contoh: semula ada tiga pabrik yang berlainan yang memilih lokasi optimal masing-masing dengan biaya total transpor rata-rata terendah (isodopane yang terendah nilainya). Kemudian, ketiga perusahaan itu memilih pindah ke lokasi bersama (di mana ketiga isodopane kritis dari perusahaan-perusahaan itu berpotongan) setelah menjumpai bahwa biaya rata-rata lokasi bersama lebih rendah daripada biaya transpor terendah tiap perusahaan. Gagasan aglomerasi dari Weber

inilah kiranya yang merintis timbulnya salah satu pola lokasi berpadu sampai sekarang. Hanya saja Weber baru mengacu pada salah satu dari dua jenis aglomerasi, yakni, aglomerasi lokalisasi (aglomerasi perusahaan-perusahaan sejenis).

Mengenai lokasi optimal dalam segitiga lokasi, bila tiap lokasi tidak mempunyai bobot dominan seperti dikemukakan di atas, Walter Isard berpendapat lain dengan Alfred Weber (Isard, 1956). Ia berpendapat bahwa lokasi optimal terjadi bila kurva transformasi (kurva yang mirip dengan kurva indiferens) menyinggung kurva/garis anggaran. Jadi, ia menerapkan teori perusahaan (khususnya teori produksi dengan konsep-konsep isoquant dan isocost-nya) pada teori lokasi. Hanya saja konsep kurva transformasi itu belum mendekati konsep kurva isoquant karena dua hal, yakni, kurva transformasi itu baru mencerminkan substitusi antara transport input yang satu dengan transport input yang lain dan masih berlaku asumsi substitusi input dalam produksi dengan proporsi tetap. Transport input adalah transport suatu bobot (ton) atas satuan jarak (km) atau ton/km.

Leon Moses (1958) mempunyai pendapat yang menyempurnakan pendekatan Isard dalam upaya menerapkan teori perusahaan pada teori lokasi. Ia berpendapat bahwa lokasi optimal terjadi bila kurva isoquant menyinggung kurva isocost, di mana kurva isoquant mencerminkan substitusi antara input yang satu dan input yang lain dalam produksi dengan proporsi yang berubah-ubah dan di mana isocost mencerminkan kombinasi input yang sama dengan rasio harga-harga pengiriman (delivered prices) dari dua input itu.

Sebenarnya masih terdapat berbagai ma-cam model berdimensi dua, namun tidak perlu dikemukakan sampai tuntas dalam makalah ini. Yang penting dikemukakan dalam makalah ini adalah apa kelanjutannya setelah perusahaan-perusahaan menehtukan lokasi optimalnya sehingga akhirnya terbentuk suatu wilayah/daerah.

POLA LOKASI YANG MENYEBAR

Sebelumnya hanya diuraikan keputusan lokasi yang dilakukan oleh suatu satuan lokasi atau suatu aktivitas ekonomi atau sebuah perusahaan. Perkembangan selanjutnya adalah bagaimana keputusan lokasi yang dilakukan sejumlah perusahaan-perusahaan, hingga terbentuk pola lokasi yang berbeda-beda. Persaingan dan kesaling

bergantungan masing-masing menimbulkan pola lokasi yang menyebar dan pola lokasi yang berpadu. Alasan-alasan pola lokasi menyebar (perusahaan-perusahaan memilih lokasi di mana tidak ada pesaing di daerah pasarnya) adalah persaingan untuk memperoleh input langka yang non-transferable (air bersih, udara bersih, ketenangan, privacy), orientasi pada output dan pasar dari aktivitas-aktivitas (warung-warung sayur-mayur dan barang kebutuhan pokok lainnya), akses yang lebih baik pada pasar, dan pola dari lokasi input yang memang juga menyebar. Pola lokasi menyebar menyangkut analisis daerah/luas pasar.

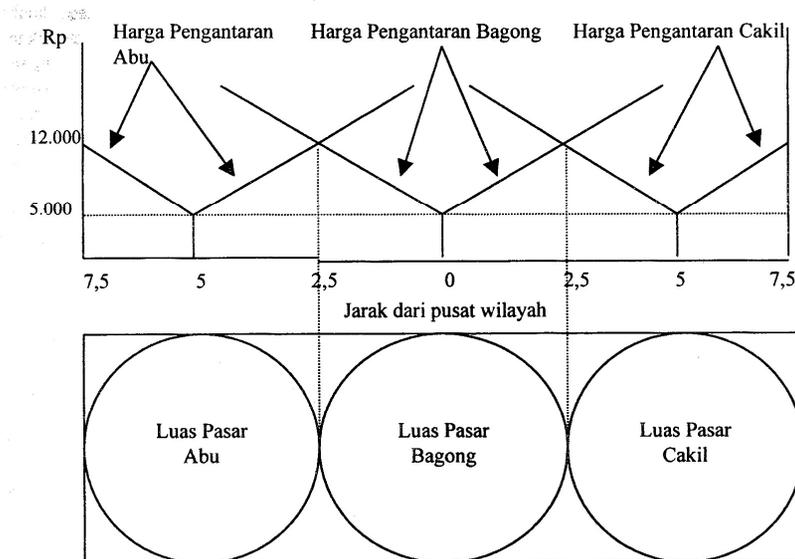
Analisis Daerah Pasar

Setelah perusahaan-perusahaan menentukan lokasi optimalnya masing-masing, persoalan selanjutnya bagi tiap perusahaan adalah: dengan lokasi optimal yang telah ditentukan, bagaimana (price delivery atau harga pengantaran = harga produk plus biaya transpot) mempengaruhi daerah pasar di mana perusahaan itu dapat menjual produknya? Jawaban pertanyaan itu membawa kita kepada apa yang disebut analisis luas pasar. Kontribusi pertama terhadap analisis daerah pasar adalah dari seorang pakar ekonomi berkebangsaan Swedia yang bernama Tord Palander (Smith, 1981). Kemudian analisis daerah pasar itu dikembangkan oleh Christaller (diterjemahkan di tahun 1966) dan dikembangkan oleh Losch (diterjemahan di tahun 1954). Daerah pasar sebuah perusahaan adalah areal di mana perusahaan dapat menentukan harga di bawah harga pesaing. Harga bersih atau harga yang diterima oleh perusahaan adalah delivery price (harga pengantaran) dikurangi biaya transpor atau biaya perjalanan konsumen.

Agar dapat memfokuskan pada kekuatan-kekuatan ekonomi yang membentuk daerah pasar suatu produk, perlu diambil asumsi-asumsi dari analisis daerah pasar: 1) terdapat dua atau tiga perusahaan yang saling bersaing atau menjual produk yang homogen dengan biaya produksi rata-rata yang berbeda bergantung pada skala ekonominya masing-masing di pasar linier (satu dimensi), 2) terdapat jaringan transpor yang uniform (tidak terbatas) di atas hamparan medan yang homogen dan tarif angkutan adalah sama di segala arah tetapi biaya transpor adalah proporsional terhadap jarak, 3) tidak ada biaya terminal, 4) berlaku harga f.o.b (free on board): konsumen menanggung sendiri biaya transpor dari lokasi perusahaan ke lokasi pasar

(konsumen), dan (5) terdapat distribusi merata dari faktor-faktor yang mempengaruhi permin-taan, seperti: kepadatan penduduk yang konstan, pendapatan per kapita yang konstan, selera yang konstan, dsb.

Terjadinya daerah-daerah pasar dapat dijelaskan dengan sebuah gambar.



Gambar 4. Daerah Pasar/Daerah Lokasi/Luas Pasar

Gambar 4 menunjukkan daerah pasar bagi tiga buah toko rental VCD yang berada dalam keseimbangan. Abu dan Cakil membuka toko rental itu 5 km dari toko rental Bagong dan mengenakan harga sewa VCD yang sama (Rp5.000,-). Abu menetapkan harga sewa VCD yang lebih rendah dari harga sewa Bagong untuk sepertiga daerah, yakni, sebelah utara (kiri), sedangkan Cakil menetapkan lebih rendah harga sewa VCD-nya daripada harga sewa VCD Bagong di sepertiga daerah, yakni, sebelah selatan (kanan). Ketiga toko rental itu membagi wilayah menjadi tiga daerah pasar yang sama; jadi tiap toko itu mempunyai daerah pasar yang melingkar dengan jari-jari 2,5 km. Harga yang harus dibayar tiap konsumen sebagai pelanggan penyewa VCD adalah harga pengantaran, yakni, harga sewa VCD ditambah biaya perjalanan (pengganti untuk biaya transpor) dan dalam hal ini biaya perjalanan tertinggi adalah Rp7.000,-.

Berdasar gambar 4, harga pengantaran tertinggi adalah Rp. 12.000,-, yakni, jumlah dari harga sewa per buah VCD yang dikenakan oleh toko rental VCD Bagong dan biaya perjalanan tertinggi Rp7.000,-. Tiap konsumen akan memilih toko rental

paling dekat dengan rumahnya agar biaya perjalanannya adalah terendah, karena semua toko rental VCD menyewakan VCD mereka dengan harga sewa yang sama.

Bila biaya operasi toko Bagong dapat ditekan lebih rendah lagi karena efisiensi, sedangkan biaya operasi dua toko VCD lainnya tetap, harga sewa VCD toko Bagong dapat lebih rendah dari pada harga sewa VCD dua toko lainnya, akibatnya adalah daerah pasar toko rental VCD Bagong akan lebih luas tetapi daerah pasar dua toko rental lainnya menjadi semakin sempit. Selain biaya operasi rata-rata yang berlainan, faktor-faktor lain yang mempengaruhi daerah pasar adalah biaya transpor /biaya perjalanan. Biaya perjalanan yang lebih rendah ke dan dari toko akan memperluas daerah pasar toko itu, sedangkan daerah pasar toko-toko lainnya menjadi lebih sempit dengan asumsi biaya operasi ketiga toko itu sama. Jadi, berdasar model satu dimensi, penentu-penentu dari luas pasar adalah biaya produksi/operasi (rata-rata) tiap perusahaan, dan biaya transportasi tiap perusahaan/biaya perjalanan konsumen.

Terdapat lebih dari satu perusahaan yang ingin memaksimalkan keuntungan di daerah pasarnya masing-masing dengan menyamakan biaya marjinal dengan pendapatan marjinal dalam jangka pendek tetapi dalam jangka panjang kurva permintaan menyinggung biaya rata-rata jangka panjang. Ini berarti terdapat bentuk pasar persaingan monopolistik. Bila dengan dua dimensi dan dilihat dari tampak atas. daerah pasar daerah pasar itu berupa lingkaran-lingkaran dengan masing-masing perusahaan yang menguasai daerah pasar itu berada di tengah lingkaran itu. Tiap lingkaran memberi tanda bahwa dalam jangka pendek tiap perusahaan memperoleh keuntungan positif. Ini menimbulkan entry. Tambahnya perusahaan-perusahaan baru menimbulkan kurva penawaran bergeser ke kanan, yang pada gilirannya menimbulkan harga produk di pasar turun. Keuntungan perusahaan turun. Entry berhenti bila tiap perusahaan memperoleh keuntungan ekonomi sama dengan nol. Pada saat itulah kurva permintaan menyinggung biaya produksi rata-rata jangka panjang. Keadaan ini ditandai dengan bentuk-bentuk daerah pasar yang bersegi enam (hexagon). Daerah pasar yang berbeda masing-masing menimbulkan kota-kota yang berbeda pula ukurannya. Kota-kota yang berbeda-beda itu bahkan membentuk sebuah sistem, yaitu, sebuah sistem hierarki kota (Christaller, 1933 dan Berry, 1967).

Tiap kota merupakan suatu central place (tempat sentral), suatu tempat yang menjadi pusat aktivitas-aktivitas ekonomi di tempat itu dan aktivitas-aktivitas di kawasan sekeliling tempat itu, hingga kota-kota itu juga merupakan suatu hirarki central places.

Hirarki central places atau kota-kota terdiri atas tingkat-tingkat yang mulai dari tingkat pertama (desa), tingkat kedua (kota kecamatan), tingkat ketiga (kota kabupaten), tingkat ke-empat (kota propinsi), tingkat kelima (kota metropolitan) dan seterusnya.

POLA LOKASI YANG BERPADU (AGLOMERASI)

Selain ada perusahaan-perusahaan yang memiliki daerah pasar masing-masing seperti diuraikan di atas hingga timbul pola lokasi yang menyebar, ada pula perusahaan-perusahaan yang lokasinya berdekatan satu sama lain di suatu daerah pasar hingga timbul pola lokasi berpadu (aglomerasi). Konsep isodapane dari Alfred Weber menyumbang kepada pola lokasi berdekatan (aglomerasi) ini. Isodapane memungkinkan sebuah perusahaan memilih lokasi yang berorientasi pada kebersamaan lokasi (aglomerasi) daripada memilih lokasi optimal yang berorientasi pada biaya transportasi terendah bila manfaat-manfaat aglomerasi melebihi biaya berpindah dari lokasi semula. Manfaat aglomerasi adalah skala ekonomi eksternal, yakni, penurunan biaya (pergeseran kurva biaya total rata-rata ke bawah) dari tiap aktivitas ekonomi yang terjadi bila suatu aktivitas ekonomi berbagi lokasi dengan aktivitas-aktivitas ekonomi lain, di samping skala ekonomi internal (penurunan biaya dalam arti pergerakan aktivitas sepanjang kurva biaya rata-rata sebagai akibat dari bertambahnya output) (Hoover dan Giarratani, 1984). Dengan perkataan lain, manfaat-manfaat aglomerasi adalah external agglomeration economies (penghematan aglomerasi eksternal), disamping internal agglomeration economies (penghematan aglomerasi intern).

Suatu daerah umumnya dan suatu kota khususnya berkembang karena aglomerasi. Perkembangan kota-kota dan daerah-daerah tidak dapat terjadi tanpa aglomerasi (Isard, 1975). Karena aglomerasi, perusahaan-perusahaan dapat melakukan produksi dengan biaya (rata-rata) yang lebih rendah. Ini disebut agglomeration economies (dalam produksi) atau penghematan aglomerasi. Ada dua

macam agglomeration economies: localization economies (penghematan lokalisasi) dan urbanization economies (penghematan urbanisasi). Penghematan lokalisasi terjadi bila biaya total rata-rata (produksi) dari perusahaan-perusahaan yang sejenis (dalam suatu industri) pada lokasi yang sama turun bila jumlah produksi dari industri itu naik, sedangkan penghematan urbanisasi terjadi bila biaya total rata-rata (produksi) dari tiap perusahaan turun bila jumlah produksi dari berbagai industri di suatu lokasi yang sama naik. Penghematan lokalisasi terjadi karena tiga alasan: pembelian input bersama dalam jumlah besar dari perusahaan-perusahaan sejenis dalam lokasi yang sama dari pemasok input yang sama, ekonomi pasar tenaga kerja (pekerja mudah berganti pekerjaan di lokasi yang sama), dan komunikasi ekonomi (mudahnya pertukaran informasi dan penyebaran teknologi antara pekerja-pekerja dari perusahaan-perusahaan). Penghematan urbanisasi terjadi untuk alasan-alasan yang sama seperti penghematan lokalisasi. Perusahaan-perusahaan dari berbagai industri di lokasi yang sama dapat membeli secara bersama pada pemasok bahan baku yang sama. Di satu pihak, pekerja yang diberhentikan di satu industri mudah mendapat pekerjaan di industri lain; di lain pihak, perusahaan-perusahaan dapat dengan mudah menambah atau mengurangi angkatan kerjanya karena biaya mencari pekerjaan dan biaya pindah murah. Aglomerasi mempermudah dan mempercepat pertukaran informasi dan penyebaran teknologi.

PEMBANGUNAN DAERAH

Daerah adalah suatu areal geografis yang merupakan suatu kesatuan. Pada intinya, ada tiga konsep daerah, yakni, daerah homogen, daerah nodal, dan daerah administratif/kebijakan. Daerah homogen adalah suatu gabungan beberapa areal geografis yang memiliki karakteristik yang sama, walaupun letaknya secara fisik tidak bersebelahan, seperti: kesamaan jenis komoditi yang dapat ditanam (daerah sagu di Irian Jaya, cornbelt di Amerika Serikat, dsb.), kesamaan kesukuan (daerah suku Minangkabau), kesamaan agama (daerah agama Islam, seperti, di Tapanuli Selatan), dsb. Daerah nodal adalah suatu jenis khusus dari daerah fungsional. Daerah fungsional adalah areal-areal ekonomi yang saling berinteraksi lebih banyak daripada berinteraksi dengan areal-areal luar dan yang tingkat kesaling bergantungannya ekonominya menjadi kriteria perbatasan daerah. Daerah nodal adalah areal-areal

yang strukturnya terdiri atas areal inti dengan areal-areal sekitarnya yang melingkupi, yang terpadu, dalam arti ekonomi, dengan areal inti itu. Contoh daerah nodal di Amerika Serikat adalah metropolitan statistical areas (MSA), sedang. contoh daerah nodal di Indonesia adalah pembagian wilayah menjadi Pusat-Pusat Wilayah Utama, Pusat-Pusat Wilayah, dan Pusat-Pusat Pembangunan (A.Majid Ibrahim dan H.Benjamin Fisher, 1978). Konsep daerah yang ketiga adalah daerah administratif. Daerah administratif adalah kesatuan administratif atau politik pemerintahan. Di Indonesia daerah administratif dikenal sebagai propinsi, kabupaten/kotamadya kecamatan, desa dan pedukuhan. Daerah yang paling tepat untuk keperluan pembangunan daerah adalah daerah nodal, tetapi justru kurang dikembangkan di berbagai negara. Sebaliknya, daerah administratif kurang tepat tetapi yang paling lengkap datanya. Konsep daerah lainnya adalah daerah sebagai kesatuan lingkungan; contohnya: daerah aliran sungai, kawasan hutan, daerah padang pasir, daerah padang rumput, dsb. (Suroso I.Z, 1987).

Hubungan-Hubungan Aktivitas-Aktivitas Di dalam Suatu Daerah

Pola lokasi yang terpadu di suatu daerah menimbulkan suatu daerah nodal yang memiliki integrasi fungsional. Integrasi fungsional bergantung berbagai kesaling bergantung. Kesaling bergantung tercermin pada berbagai hubungan-hubungan aktivitas, yakni, hubungan-hubungan vertikal, hubungan-hubungan horisontal, dan hubungan-hubungan komplementer.

Kecenderungan bagi perusahaan-perusahaan untuk saling berdagang di daerah yang sama merupakan salah satu sebab penting terjadinya aglomerasi industri. Aglomerasi industri terjadi melalui keterkaitan ke muka (forward linkages) dan keterkaitan ke belakang (backward linkages). Keterkaitan ke muka terjadi bila perusahaan penghasil input (pabrik tepung) menimbulkan munculnya perusahaan pembuat produk yang terbuat dari input itu (pabrik roti), sedangkan keterkaitan ke belakang terjadi bila perusahaan pembuat barang jadi (pabrik makanan dalam kaleng) menimbulkan munculnya perusahaan yang menyediakan atau membuat input (pabrik kaleng) bagi perusahaan yang tersebut pertama. Bila dua perusahaan yang berada dalam baik dalam keterkaitan ke muka maupun keterkaitan ke belakang, saling mengadakan hubungan perdagangan, terjadi manfaat-manfaat timbal balik yang

diperoleh kedua perusahaan itu yang berbagi lokasi yang sama, seperti penghematan biaya-biaya transportasi dan komunikasi. Keterkaitan kemuka dan keterkaitan ke belakang merupakan hubungan-hubungan vertikal dari aktivitas-aktivitas ekonomi di dalam suatu daerah (Hoover dan Giarratani, 1984). Selain hubungan-hubungan vertikal, di dalam suatu daerah dijumpai pula hubungan-hubungan yang horisontal dan yang komplementer. Hubungan horisontal menyangkut persaingan antara aktivitas-aktivitas ekonomi (antara pabrik perakitan mobil dan pabrik perakitan mobil lain atau antara pabrik ban dan pabrik ban lain) untuk memperoleh pasar atau input (faktor produksi). Hubungan horisontal ini dijumpai pada pola lokasi yang menyebar, sedangkan hubungan vertikal pada pola yang terpadu (aglomerasi). Hubungan komplementer adalah hubungan tentang peningkatan suatu aktivitas ekonomi (pemasaran sepatu) di suatu daerah yang menimbulkan pertumbuhan suatu aktivitas komplementer (pemasaran pakaian). Ada dua jenis hubungan komplementer, yakni, hubungan komplementer di antara penjual-penjual barang-barang yang komplementer (kaos kaki dan sepatu) dan hubungan komplementer di antara pemakai-pemakai barang-barang yang dibeli secara berkelompok. Jenis pertama dari hubungan komplementer mencerminkan keterkaitan ke muka, sebab peningkatan suatu aktivitas (bertambahnya penjual barang-barang komplementer) di dalam suatu daerah mendorong aktivitas lain (permintaan lebih besar dari barang-barang itu). Jenis hubungan komplementer yang kedua berarti adanya keterkaitan ke belakang, yakni, peningkatan aktivitas (bertambahnya permintaan akan barang-barang komplementer) mendorong pertumbuhan aktivitas lain (bertambahnya pemasok atau produsen barang-barang komplementer).

Bagaimana Suatu Daerah Tumbuh/Berkembang

Perusahaan-perusahaan yang telah memilih lokasi di suatu daerah dan di kota-kota di dalam daerah itu baik dengan menjauhi pesaingnya (pola menyebar) maupun dengan mendekati pesaingnya membuat barang-barang dan/atau memberikan jasa mereka untuk memenuhi permintaan penduduk yang bermukim di daerah/kota-kota itu maupun di luar daerah/kota-kota itu. Produsen menerima pemasukan uang. Hasil penjualan dipakai untuk membayar input dari perusahaan lain dalam kaitan ke muka maupun keterkaitan ke belakang dan sebagian penduduk yang menjadi pemilik faktor

produksi seperti tenaga kerja, modal, tanah, dsb. Peningkatan permintaan penduduk daerah, pemerintah daerah, penanam modal akan barang/jasa perusahaan-perusahaan dan permintaan dari luar daerah akan meningkatkan produksi barang serta jasa dan pendapatan (pengaruh kumulatif dari keterkaitan ke muka, keterkaitan horisontal, dan keterkaitan komplementer). Bila peningkatan permintaan itu tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan-perusahaan yang ada, timbullah perusahaan-perusahaan baru (pengaruh permintaan dari keterkaitan ke belakang, keterkaitan horisontal dan keterkaitan komplementer), meskipun kenaikan permintaan dapat mempunyai pengaruh negatif bila keterkaitan horisontal menimbulkan kenaikan harga input. Demikian seterusnya daerah itu tumbuh dan berkembang hingga mengalami kemajuan, yang tren-trennya ditunjukkan oleh laju pertumbuhan penduduk dan laju pertumbuhan pendapatan per kapita. Jadi, pertumbuhan regional memerlukan interaksi rumit antara aktivitas-aktivitas di dalam perekonomian regional.

Berbagai keterkaitan merupakan cara-cara dengan mana sesuatu dorongan ke perubahan regional dipancarkan dari satu aktivitas ke aktivitas yang lain di dalam perekonomian regional, yang menimbulkan pertumbuhan atau kemerosotan menyeluruh. Dorongan itu berasal dari permintaan dan penawaran. Permintaan telah menimbulkan orientasi keluaran (output) dan keterkaitan ke belakang, karena keterkaitan-keterkaitan itu merupakan cara dengan mana permintaan akan output daerah (mobil) menimbulkan permintaan akan aktivitas-aktivitas lainnya, seperti: pembuatan suku cadang mobil dan/atau cat). Penawaran juga menimbulkan pertumbuhan regional, karena orientasi masukan (input) dan keterkaitan ke muka telah membawa ketersediaan barang-barang tambang ke pembuatan mobil dan barang-barang lain. Kedua pendekatan permintaandan penawaran itu merupakan bagian yang perlu, relevan, dan saling meleng-kapi dari teori pembangunan daerah.

Kota-kota mencerminkan pusat-pusat aktivitas-aktivitas (sebagai akibat dari dispersion karena persaingan akan tata ruang) yang didukung oleh daerah sekitarnya. Tiap kota merupakan ajang terjadinya aglomerasi aktivitas-aktivitas. Kota-kota, terutama kota-kota besar, mempunyai peranan memelopori dalam mengembangkan suatu daerah (Prasetyo Soepono, 1998 dan Amos, Jr., 1987). Kota-kota adalah ibarat mata dan telinga suatu daerah yang melakukan persepsi tentang gagasan-gagasan dunia luar yang menyumbang kepada pembanguan daerah. Kota-kota menjadi

tempat-tempat utama persemaian inovasi seperti teknik produksi baru, produk-produk baru, dsb., tempat berbagai gagasan serta masalah-masalah pemecahannya, tempat pemusatanm pelanggan serta pemasok-pemasok yang mudah menerima kebutuhan-kebutuhan serta produk-produk baru, tempat tersedianya berbagai ketrampilan serta servis-servis pendukung, dan tempat terciptanya iklim bisnis serta sosial.

Bila sumberdaya-sumberdaya tidak dapat dipindah-pindahkan, tetapi komoditi-komoditinya dapat, daerah-daerah akan memperoleh manfaat dengan menghasilkan dan mengekspor produk asal daerah-daerah itu memiliki keunggulan kompetitif. Sebaliknya, bila sumberdaya-sumberdaya dapat dipindahkan secara sempurna, sumberdaya-sumberdaya itu akan berpindah dari daerah yang berimbalan rendah ke daerah daerah yang berimbalan tinggi. Selain sumberdaya, penduduk sebagai tenaga kerja dengan ciri-ciri demografik tertentu juga berpindah ke daerah dengan karakteristik-karakteristik yang lebih baik, dan dengan biaya pindah yang rendah. Modal juga dapat berpindah dari daerah di mana modal itu dapat memberi hasil yang lebih tinggi. Inovasi juga dapat berpindah dari daerah yang satu ke daerah yang lain, dari kota jenjang tinggi ke kota jenjang rendah di dalam suatu daerah melalui proses diffusion. Ini semua merupakan faktor-faktor ekstern yang menyumbang sisi suplai dari pertumbuhan daerah.

Aliran komoditi dan sumberdaya antar daerah seharusnya membuat perekonomian daerah serupa (konvergensi). Tetapi kenyataannya aliran komoditi dan sumberdaya itu tidaklah merata (divergensi). Contohnya, dulu di Amerika Serikat ada daerah-daerah yang sudah maju industrinya (seperti New England, the Middle Atlantic, dan the East-North Central, tetapi di daerah-daerah lainnya seperti negara-negara bagian sebelah barat, negara-negara bagian sebelah selatan barat tengah, dan negara-negara bagian pegunungan masih merupakan daerah-daerah pertanian dan pedesaan yang miskin. Contoh di Indonesia daerah-daerah di pulau Jawa maju, sedangkan di luar Jawa kurang maju. Dengan perkataan lain, pola lokasi aktivitas ekonomi yang menyebar dan pola lokasi yang mengelompok (aglomerasi tidak terjadi di semua daerah. Akibatnya, timbul divergensi antar daerah di berbagai bidang pendapatan, produktifitas, biaya tenaga kerja, perpajakan, dsb.

Metode-Metode Untuk Menjelaskan Peritumbuhan/Perkembangan Daerah

Suatu pendekatan untuk menjelaskan pertumbuhan daerah adalah teori basis ekonomi. Teori ini menyatakan bahwa beberapa aktivitas di suatu daerah adalah utama dalam arti bahwa pertumbuhannya menimbulkan dan menentukan perkembangan daerah itu, sedangkan aktivitas-aktivitas lain (tidak pokok) hanyalah akibat dari pembangunan daerah itu. Menurut teori ini, hanya aktivitas-aktivitas pokok (manufaktur dan pertanian) yang dapat menghasilkan uang dari luar daerah dengan mengekspor barang/jasa ke luar daerah itu. Teori basis ekonomi umumnya berusaha mengidentifikasi aktivitas-aktivitas ekspor suatu daerah, memprakirakan pertumbuhan aktivitas-aktivitas dasar itu, dan mengevaluasi aktivitas-aktivitas ekspor itu atas aktivitas-aktivitas lain di daerah itu. Pendekatan basis ekonomi ini menimbulkan beberapa kritik, antara lain mengabaikan keterkaitan ke muka sebagai sisi suplai dalam perekonomian dan tidak dapat diterapkan untuk daerah yang swasembada/swadaya/mandiri. Oleh karena itu, muncul suatu pendekatan yang lebih luas dan menyeluruh, yakni analisis input-output regional.

Analisis input-output adalah suatu metode untuk menganalisa kesaling ketergantungan aktivitas-aktivitas ekonomi dalam struktur perekonomian suatu daerah atau negara dan cara dengan mana semua aktivitas-aktivitas ekonomi diserasikan bersama. Analisis input-output ini sesuai dengan segala aktivitas ekonomi yang terdapat di suatu daerah atau negara, karena model ini melacak dan merekam segala bentuk hubungan aktivitas-aktivitas (vertikal, horisontal, komplementer) beserta segala jenis keterkaitan (kemuka dan ke belakang) di dalam suatu daerah atau negara. Transaksi antara aktivitas-aktivitas itu tertuang dalam sebuah tabel transaksi input-output. Tabel itu terdiri atas tiga kuadran: sub-matrik transaksi antar-industri sebagai yang terpenting, sub-matrik permintaan akhir (dari rumahtangga, pemerintah, penanam modal dan ekspor), dan sub-matrik input primer (tenaga kerja, sewa, bunga, dan keuntungan). Berdasar sub-matrik transaksi input-output, dapat dihitung matrik kebalikan yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprakirakan aktivitas-aktivitas ekonomi, dan bersama sub-matrik input primer untuk melakukan analisis dampak dan menilai pertumbuhan regional pada sisi suplai. Meskipun analisis input dan output memperhatikan keterkaitan ke muka maupun keterkaitan ke belakang, tetapi tidak

memperhatikan respons terhadap harga, dan mengambil asumsi yang tidak realistis, yakni, constant returns to scale.

Metode-metode lain yang dapat dipakai untuk menjelaskan pertumbuhan daerah adalah model linear programming (bila ingin memaksimalkan pendapatan daerah) dan model regional econometric (bila ingin memprakirakan berbagai variabel daerah berdasar data waktu berkala). Tren terbaru adalah menggunakan kombinasi antara metode-metode yang sudah ada, misalnya, antara model input-output dan model linear programming (Anselin et al, 1990), kombinasi antara model input-output dan model ekonometri (Rey, 1999).

KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DAERAH

Setelah dikemukakan bagaimana suatu proses pembangunan daerah berlangsung, maka perlu dikemukakan masalah ke arah mana pembangunan daerah dibawa, situasi-situasi mana yang perlu dikoreksi, dan memilih alat-alat pembangunan yang tepat serta menentukan bagaimana alat-alat itu digunakan dengan seefisien mungkin.

Tujuan jangka panjang dari kebijakan pembangunan daerah pada umumnya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, dan pemerataan, sedangkan tujuan jangka pendeknya adalah untuk meningkatkan pendapatan per kapita, kesempatan kerja, dan pemerataan memperoleh kesempatan kerja.

Kebijakan pembangunan daerah dimaksud untuk menghilangkan divergens antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. Dalam hal ini peranan Pemerintah Pusat adalah memberi arah ke mana pembangunan daerah hendaknya dibawa. Dalam hal ini terdapat dua teori, yakni, teori permintaan nasional dan teori planned adjustment (Cameron, 1968). Menurut pendukung teori permintaan nasional, adanya daerah yang maju (produktifitas marjinal tinggi) dan daerah yang miskin (produktifitas marjinal rendah) adalah karena daerah yang maju terpilih sebagai daerah pola lokasi menyebar serta daerah pola lokasi berpadu (aglomerasi), sedang daerah miskin tidak. Pemerintah Pusat tidak perlu berbuat apa-apa. Sebab kalau ikut campur, itu berarti mencampuri sistem pasar bebas yang mencerminkan alokasi aktivitas ekonomi yang optimal. Pemberian bantuan/subsidi oleh pemerintah pusat hanya dilakukan bagi daerah-daerah maju yang mengalami kemunduran.

Kemunduran itu karena permintaan nasional akan barang/jasa yang dihasilkan daerah itu menurun mengingat persaingan atau karena perubahan selera penduduk. Jadi, pemberian subsidi diberikan atas dasar efisiensi. Menurut teori kedua, timbulnya daerah miskin adalah karena tidak berfungsinya sistem pasar secara sempurna. Kekuatan-kekuatan pasar yang kompetitif gagal menciptakan distribusi aktivitas ekonomi menurut tata ruang yang optimal. Penanam modal tidak memperoleh informasi tentang peluang-peluang di daerah terbelakang. Terdapat kegagalan dalam mengalirkan informasi. Karena daerah terbelakang tidak mampu untuk mengatasi kesulitan-kesulitan struktural mereka, dan tidak dapat berusaha sendiri untuk menarik lebih banyak investasi swasta, maka pemerintah pusat wajib memberi bantuan/subsidi kepada daerah-daerah tersebut atas dasar keadilan.

Isyu-Isyu Pokok Strategi (Bantuan) Pembangunan Daerah

Katakan, pemerintah pusat hendaknya berperan serta dalam pembangunan dengan memberikan bantuan/subsidi atas dasar efisiensi atau keadilan. Masalahnya adalah bagaimana pemerintah pusat hendaknya membagi-bagi dana? Masalah ini menimbulkan lima isyu sebagai berikut:

- 1) memakmurkan daerah (place prosperity) atau memakmurkan penduduk (people prosperity);
- 2) mementingkan efisiensi atau mementingkan keadilan;
- 3) memindahkan pekerjaan (movement of jobs) atukah memindahkan penduduk (movement of people);
- 4) memusatkan bantuan (concentration) atukah pemeratakan bantuan (dispersion of economic assistance);
- 5) pemilihan alat pembangunan yang tepat.

Ad 1) memakmurkan daerah berarti memberikan bantuan kepada pemerintah daerah untuk membiayai program-program pembangunan daerah, sedangkan memakmurkan penduduk berarti memberi bantuan langsung kepada penduduk melalui proyek-proyek padat karya, seperti pembuatan jembatan, jalan desa, dsb. Memakmurkan penduduk lebih baik daripada memakmurkan daerah, karena memakmurkan daerah manfaatnya tidak langsung dirasakan oleh penduduk dan menimbulkan kebocoran dana dan tidak efisien karena tidak selektif (tidak dapat

membedakan penduduk yang kaya dan penduduk yang benar-benar memerlukan bantuan).

Ad 2) memberi bantuan kepada suatu daerah berdasar efisiensi dilakukan mengingat daerah itu memiliki potensi untuk berkembang dan sangat produktif (menghasilkan pendapatan per kapita yang tinggi) hingga dapat memaksimisasikan rasio manfaat/biaya; sebaliknya, memberikan bantuan kepada suatu daerah atas dasar keadilan ditempuh mengingat daerah itu mempunyai kebutuhan yang mendesak akan bantuan itu. Kebijakan yang optimal adalah dengan melakukan trade-off antara efisiensi dan keadilan. Jadi, untuk menegakkan keadilan diperlukan pengorbanan efisiensi; sebaliknya, untuk meningkatkan efisiensi tidaklah mungkin tanpa mengurangi keadilan.

Ad 3) Memindahkan pekerjaan ke daerah lain dilakukan karena daerah itu memiliki tenaga kerja yang melimpah, tetapi pekerjaan langka. Sebaliknya, memindahkan tenaga kerja ke daerah lain berarti daerah itu kekurangan tenaga kerja tetapi pekerjaan melimpah. Alternatif pertama dipilih karena penduduk di daerah tujuan segan untuk pindah dan daerah itu memang memiliki daya tarik tersendiri (faktor lokasi yang menguntungkan) bagi para penanam modal. Alternatif kedua dilakukan bila penduduk memang dapat didorong ke daerah lain, di mana pekerjaan-pekerjaan tersedia tetapi kesempatan kerja tidak dapat dipertahankan.

ad 4) Isyu ini menyangkut apakah bantuan dana difokuskan hanya pada beberapa daerah terbelakang untuk dijadikan growth centers/ growth poles atau di tiap daerah. Suatu growth centers/growth poles adalah seperangkat industri yang mampu membangkitkan pertumbuhan dinamik dalam suatu perekonomian, dan yang saling berkaitan satu sama lain secara kuat melalui keterkaitan-keterkaitan masukan-keluaran di sekitar satu industri yang terkemuka. Industri-industri dalam growth center tumbuh lebih cepat karena menerapkan teknologi yang maju serta inovasi yang tinggi, elastisitas permintaan akan barang dan jasa tinggi terhadap pendapatan, penjualan ke pasar nasional, dan dampak-dampak tumpahan (spillover) serta pengganda yang besar atas bagian lain dari perekonomian. Dalam growth center tercipta kondisi-kondisi untuk memperluas kesempatan kerja, prasarana-prasarana, dan external economies yang diperlukan aktivitas-aktivitas ekonomi, yang terkait ke muka, ke belakang, secara ikutan (komplementer).

ad 5) Isyu yang kelima adalah memilih alat pembangunan apa yang tepat. Alat pembangunan yang tepat bergantung pada jenis daerah yang bermasalah. Sebagai contoh, daerah pedesaan yang berpegunungan yang miskin dengan ciri-ciri: pendapatan per kapita rendah, penduduknya. terutama pedesaan, persentase angkatan kerja di bidang pertanian tinggi, tingkat pengangguran yang tinggi dan berkesinambungan, upaya pendidikan yang bermutu rendah, dan pertumbuhan penduduk yang negatif, memerlukan alat pembangunan yang mendorong migrasi ke luar ke kota-kota sedang sebagai pusat pertumbuhan di luar daerah miskin tersebut. (Prasetyo Soepono, 1990)

Kebijakan Spasial Yang Tidak Efektif Dalam Praktek

Yang dikemukakan di bawah ini adalah contoh-contoh kebijakan yang kurang mem-perhatikan teori lokasi sebagai landasan mikro:

1. Kesulitan yang dihadapi oleh Pemerintah Kotamadya Yogyakarta dalam melaksanakan kebijakan memindah para pedagang Pasar Sriwedani ke Pasar Giwangan dalam rangka penataan kota yang bersih dan teratur adalah bahwa para pedagang segan untuk pindah dari Pasar Sriwedani yang lokasinya lebih dekat dengan konsumen (orientasi pasar). Kebijakan Pemda Yogyakarta adalah contoh dari kebijakan yang kurang memperhatikan faktor ekonomi, yakni, orientasi pasar dalam teori lokasi dan hanya memperhatikan faktor non-ekonomis (tata kota yang teratur dan bersih).
2. Rencana pemindahan para pedagang kaki lima di kawasan Malioboro ke lokasi baru, yakni, kompleks kantor Kanwil PU di Jalan Malioboro ditolak pedagang kaki lima yang menyalahkan Malioboro Mall sebagai biang keruwetan Malioboro. Sebenarnya itu bukanlah alasan mereka menolak. Alasan mereka yang sebenarnya adalah mereka khawatir di lokasi baru akan sepi pengunjung. Menurut teori lokasi, lokasi baru itupun tidak tepat karena lokasi di Komplek Kantor PU mencerminkan pola lokasi pertama (dispersive/menyebar, menjauhkan diri dari pesaing), padahal pola lokasi yang tepat untuk barang-barang shopping seperti yang mereka jual adalah pola lokasi berpadu (mendekati pesaing) agar calon pembeli dapat melakukan comparison shopping (di Malioboro Mall dan di Jalan Malioboro) atau dapat membeli barang (di Malioboro Mall) dan barang

komplementernya (pada pedagang kaki lima di Jalan Malioboro di sekitar Malioboro Mall).

3. Kawasan industri Maguwoharjo adalah sebuah contoh aglomerasi tetapi suatu contoh yang tidak berhasil. Ketidak berhasilan itu adalah karena jauh dari lokasi pasar padahal lokasi adalah sesuatu yang harus para pengusaha penghuni kawasan itu tentukan secara optimal. Kurangnya permintaan/jumlah pengunjung di kawasan itu tidak memungkinkan mereka memanfaatkan adanya penghematan-penghematan urbanisasi. Lain hal-nya dengan Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta, Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Kawasan Industri Cilacap. Lokasi kawasan-kawasan tersebut memang sudah sesuai dengan pilihan para pengusaha penghuni kawasan tersebut.
4. Banyak toko-toko dan warung makan yang semula laris tetapi setelah pindah ke lokasi baru dengan bangunan yang modern bahkan menjadi sepi pelanggan karena lokasi baru itu tidak optimal atau dalam bahasa militer tidak strategis.

KESIMPULAN

Mengingat apa yang telah dikemukakan di atas, bila pelaku kebijakan daerah hendak mengambil suatu keputusan baru mengenai atau ingin membenahi daerah wewenangnya, maka agar efektif keputusan kebijakan itu diambil setelah pertamanya membahas landasan mikro dari pembarigunan daerahnya. Pembahasan landasan mikro berarti membahas perilaku para pelaku bisnis di daerah itu yang menjelaskan mengapa mereka dulu mengambil keputusan lokasi di situ. Dengan meneliti dan membahas perilaku pelaku bisnis, pengambil keputusan kebijakan daerah akan memperoleh informasi tentang faktor lokasi apa yang semula mempengaruhi keputusan lokasi mereka, dan kemudian dapat memeriksa apakah faktor lokasi itu masih berlaku sampai seka-rang. Kalau masih berlaku, langkah berikut adalah membandingkan apakah kebijakan baru itu sesuai dengan faktor lokasi itu. Kalau sesuai, pembahasan tentang kebijakan baru dapat dilanjutkan. Tetapi kalau tidak sesuai, maka kebijakan baru harus dimodifikasi atau bahkan harus dibatalkan.

Bila pembahasan kebijakan baru dapat dilanjutkan, maka kebijakan baru itu harus disesuaikan dengan tahap berikut dari proses pengembangan daerah itu, yakni, apakah kebijakan baru itu tetap memelihara adanya dispersive location patterns

yang berlaku di daerah, dan juga apakah sesuai dengan cohesive location patterns (aglomerasi) seperti kota atau pusat pertumbuhan di daerah itu. Bila sampai tahap ini, kebijakan baru lolos dari uji kelaikan dan memasuki tahap berikut.

Pembahasan kebijakan baru pada tahap berikut adalah apakah kebijakan baru itu tetap memelihara dan tidak mengganggu hubungan-hubungan baik yang vertikal, horisontal maupun yang komplementer dan keterkaitan-keterkaitan baik ke muka maupun ke belakang, di daerah itu dengan kota-kotanya. Demikian seterusnya sampai tahap terakhir, termasuk apakah kebijakan baru tetap dapat memelihara arus lalu lintas barang, modal, inovasi, ide, sumberdaya-sumberdaya ke dan dari daerah itu. Bila kebijakan baru itu lolos dari semua pertimbangan seperti tersebut di atas maka kebijakan baru itu akan didukung oleh para pelaku bisnis dan dapat dilaksanakan.

Proses yang sama berlaku untuk perumusan kebijakan daerah untuk memecahkan masalah daerah. Jadi, identifikasi masalah daerah mulai dulu dengan akarnya, yakni, perilaku para pelaku bisnis tentang keputusan lokasi, kemudian kalau masalahnya tidak terdapat di situ, baru melangkah ke persoalan pola-pola lokasi, kemudian ke keragaman hubungan-hubungan aktivitas ekonomi beserta keterkaitan-keterkaitannya dan akhirnya ke aliran barang, jasa, sumberdaya antar daerah.

Akhirnya, dengan mulai dari bawah ke atas, keputusan kebijakan daerah akan dapat didukung oleh semua pihak: penduduk/konsumen dan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amos, Jr.? Orley M. 1987. "The Influence of Urban Areas On Regional Development." *The Review of Regional Studies*. Vol.17 No. 17. 37-46.
- Anselin, L, S. Rey, & U. Deichmann. 1990. "The Implementation of Integrated Models in a Multi-Regional System" dalam buku suntingan L. Anselin & L. Madden (eds) *New Directions in Regional Analysis: Intergrated and Multi-Regional Approaches*. London: Belhaven, hal. 146-170
- A.Madjid Ibrahim and H.B. Fisher. 1978. "Search for Strategy: Regional Development Studies and Planning in Indonesia". [Makalah yang disampaikan pada World Regional Development and Planning Conference University of Tsukuba, Japan, 21-23 August, 1978]

- Berry, Brian J.L. 1967. *Geography of Market Centers and Retail Distribution*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Blair, John P. 1991. *Urban and Regional Economics*. Homewood, IL.: Richard D. Irvin, Inc.
- Branson, William H. 1990. *Macroeconomic Theory and Policy*. New York: Harpers & Row Publishers.
- Cameron, Gordon C. 1968. "Regional Economic Development: The Federal Role." *Scottish Journal of Political Economy*. 17. 1 (February, 1970), 19-38.
- Christaller, Walter. 1933. *Central Places in Southern Germany* (terjemahan C.W. Baskin). Englewood Cliff, N.J.: Prentice-Hall, 1966)
- Hoover, Edgar M. & Frank Giarratani. 1984. *An Introduction to Regional Economics*. Third Edition. New York: Alfred A.Knopf.
- Isard, Walter. 1956. *Location and Space-Economy*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- _____. 1975. *Introduction to Regional Science*. Englewood Cliffs:N.J.; Prentice-Hall.
- Losch, August. 1940. *The Economics of Location* (terjemahan W.H. Woglom & W.F. Stopler). New Haven, Conn.: Yale University Press, 1954).
- McGuire, M. and H. Garn. 1969. "The Integration of Equity and Efficiency Criteria in Public Project Evaluation," *Economic Journal*.
- Moses, Leon. 1958. "Location and The Theory Of Production" . *The Quarterly Journal of Economics*. 72. Hal. 259-72.
- O'Sullivan, Arthur. 1996. *Urban Economics*. Third edition. Chicago: Irwin. Inc.
- Prasetyo Soepono. 1998. "Peranan Daerah Perkotaan Bagi Pembangunan Regional: Penerapan Model Thunen yang Dimodi-fikasikan di Indonesia". *Jurnal ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 13 No. 2. 42-60
- _____. 1990 *Pengantar Ekonomi Regional: Teori dan Pembangunan Regional*. Yogyakarta: PAU-Studi Ekonomi, UGM.
- Rey, Sergio J. 1999. *Intergrated Regional Economic and Input-Output Modeling*. Working Paper Series. Department of Geography. San Diego State University.
- Richardson, H.W. 1972. *Input-Output and Regional Economics*. Great Britain: Redwood Press Limited, Trowbridge, Wiltshire.

- Smith, David M. 1981. *Industrial Location: An Economic Geographical Analysis*.
Second Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Suroso Imam Zadjuli. 1987. "Permasalahan Pembangunan Daerah di Indonesia".
Makalah yang Disampaikan Pada Kongres ISEI ke 10, Den Pasar, Bali, 7-9
September, 1987.