

Nama: Shafa Muthia

Rumusan Masalah:

Kota Malang terletak dikenal sebagai ‘kota pendidikan’ karena banyaknya sekolah dan perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta. Universitas Brawijaya (UB) menjadi salah perguruan tinggi negeri populer di Kota Malang yang diminati banyak pelajar dari luar kota. Perguruan tinggi swasta juga cukup populer di kalangan pelajar SMA, seperti Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) dan Universitas Merdeka (UNMER). Banyaknya mahasiswa dari berbagai daerah berbondong-bondong datang ke Malang untuk menimba ilmu yang secara tidak langsung membuka peluang dan potensi pasar untuk kalangan remaja dan mahasiswa, salah satunya kafe. Budaya ‘nongkrong’ atau kumpul-kumpul melekat pada remaja dan mahasiswa untuk bersosialisasi hingga berdiskusi, kafe kerap menjadi sarana mereka untuk berkumpul. Pertumbuhan kafe di Kota Malang mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya di sekitar sekolah dan perguruan tinggi. Para pelajar dan mahasiswa kerap berkumpul selepas sekolah dan kuliah untuk melepas penat hingga mengerjakan tugas bersama di kafe, suasana dan ‘ambience’ yang nyaman membuat pengunjung lebih betah dan menghabiskan waktu yang lama di kafe dibandingkan sekolah atau universitas.

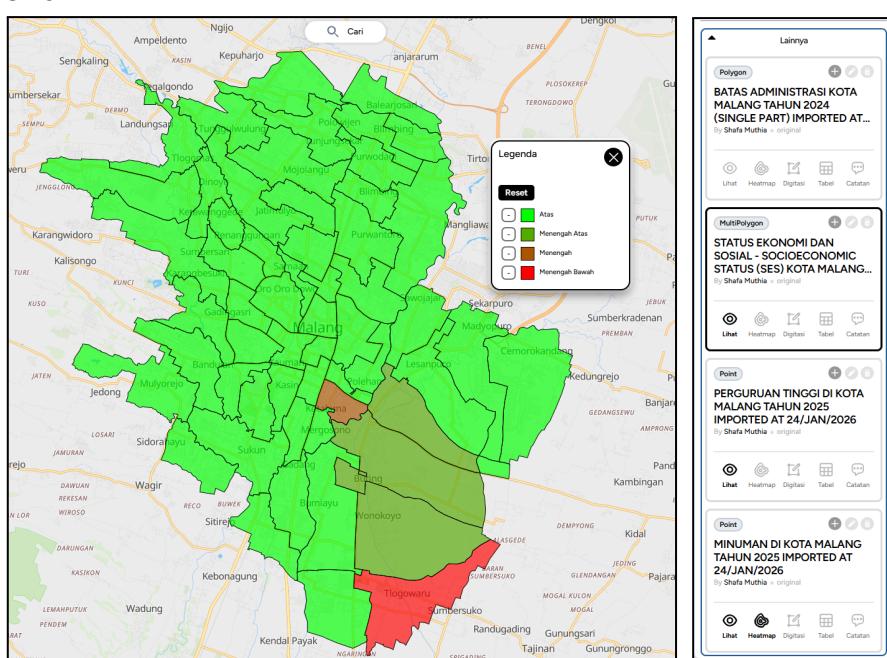
Dengan mahasiswa yang selalu bertambah, terdapat potensi pasar untuk membuka kafe pada area yang masih ‘kosong’ dan dapat dioptimalkan dengan baik. Analisis gap atau pasar kosong dapat dilakukan untuk mengetahui lokasi paling optimal untuk membangun kafe yang memiliki permintaan pasar tinggi dengan persaingan pasar yang rendah.

Tujuan:

1. Mengetahui gap atau ‘pasar kosong’ untuk membangun cafe baru di Kota Malang
2. Menganalisis kebutuhan pasar untuk cafe di Kota Malang

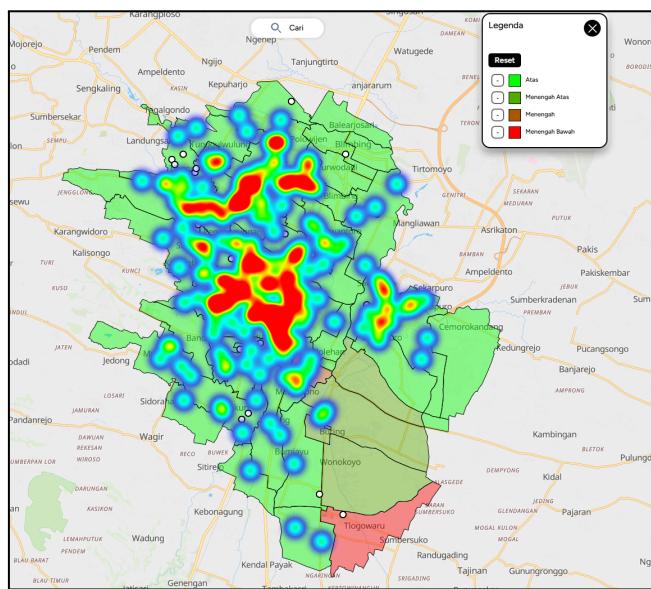
Pembahasan:

Analisis dilakukan pada platform GEO MAPID oleh MAPID. Kebutuhan pasar dapat diketahui dari kondisi sosial/ekonomi Kota Malang, data tersebut telah tersedia dan dapat langsung digunakan. Dari data tersebut, terdapat pembobotan akhir yang mempertimbangkan PDRB, pendidikan, pekerjaan, dan persentase rumah tangga hingga dikelaskan menjadi status sosial ekonomi, yang digunakan sebagai salah satu parameter pada analisis kali ini.

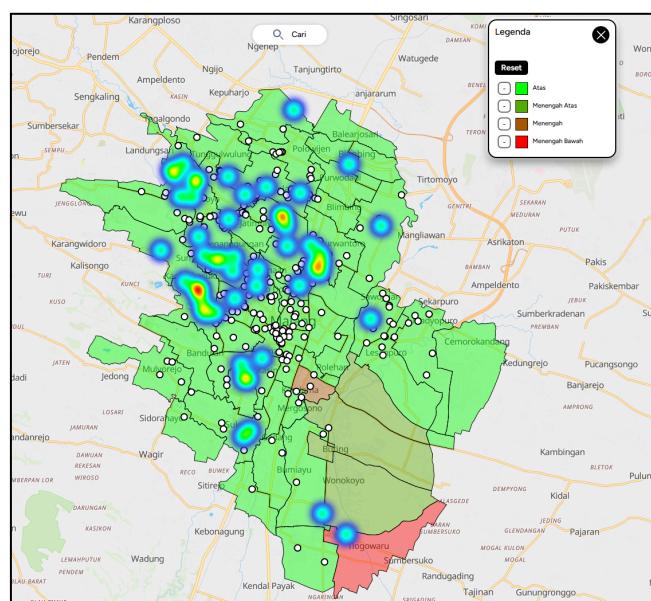


Reklasifikasi bobot akhir sosial/ekonomi Kota Malang

Gambar diatas menunjukkan visualisasi kondisi sosial ekonomi di Kota Malang, warna hijau menggambarkan sosial/ekonomi kelas atas (Kecamatan Klojen, Sukun, dan Lowokwaru) dan terus menurun hingga warna merah menunjukkan kelas menengah bawah (Kecamatan Kedungkandang). Masyarakat kelas atas hingga menengah atas memiliki kemampuan untuk mengeluarkan uang diluar kebutuhan primer, khususnya kafe, sebagai kebutuhan sekunder. Hal tersebut selaras dengan persebaran POI minuman di Kota Malang yang terkonsentrasi di pusat kota dan termasuk ke dalam kelas atas. Dari gambar dibawah juga dapat dilihat minimnya POI minuman pada kelas menengah atas dan menengah bawah, selain jaraknya yang cukup jauh dari pusat kota, kondisi ekonomi yang kurang berkembang dan *demand* yang rendah juga memiliki pengaruh. Dengan kondisi pasar yang cukup ketat, kafe yang dibangun harus memiliki target pasar yang jelas. Mahasiswa menjadi target pasar kafe yang akan dibangun sehingga dibutuhkan data sebaran perguruan tinggi di Kota Malang untuk membandingkan kebutuhan pasar dan persaingan yang sudah ada.

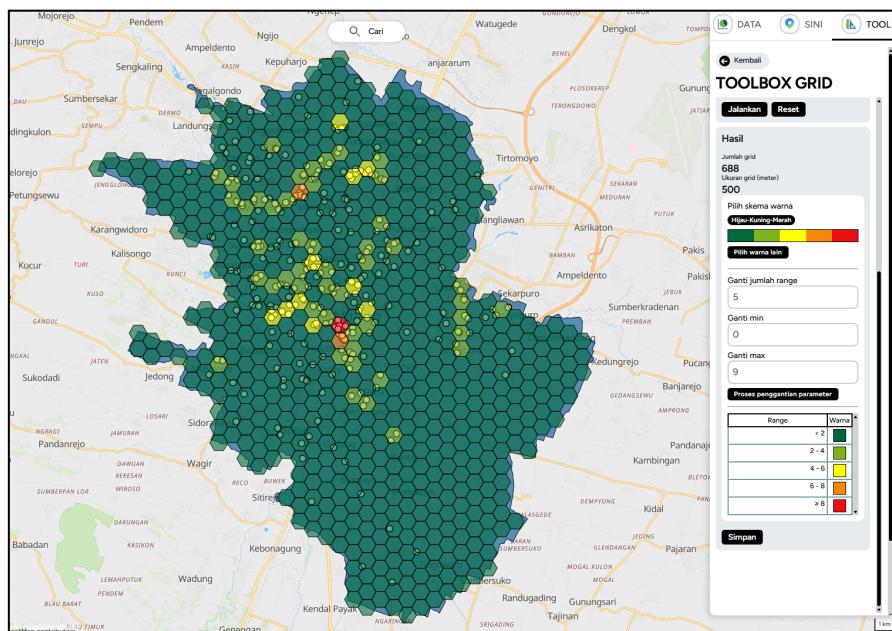


Heatmap POI minuman di Kota Malang

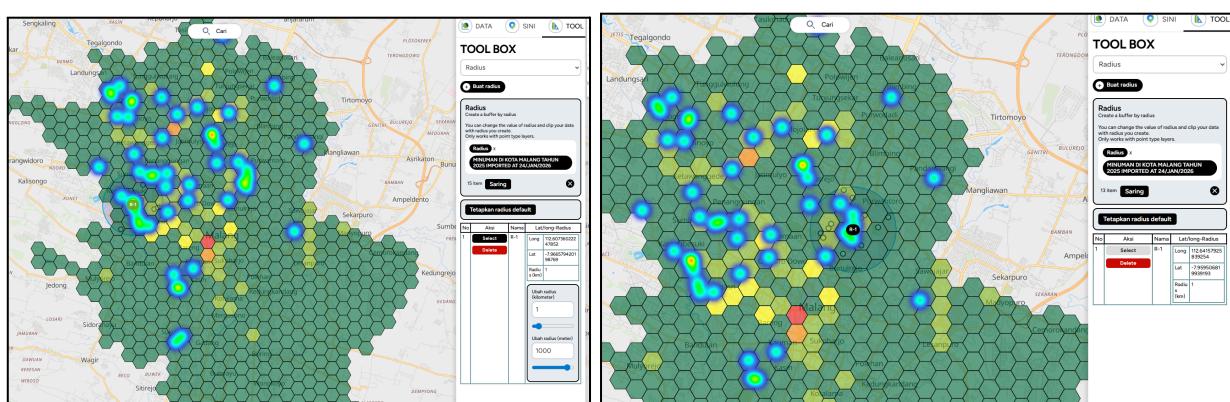


Heatmap perguruan tinggi di Kota Malang

Perguruan tinggi di Kota Malang memiliki persebaran yang cukup merata, walaupun beberapa masih terpusat di sekitar pusat kota. Kedua data ini dapat dianalisis lebih lanjut dengan *Toolbox Grid* untuk menghitung jumlah POI dalam sebuah grid yang dibuat berdasarkan radius tertentu, kali ini digunakan radius 500 meter. Fitur ini dapat menambah informasi spasial dengan mempertimbangkan daerah dengan jumlah POI sedikit di setiap grid heksagonal 500 meter. Pasar yang sudah jenuh digambarkan dengan warna merah karena memiliki lebih dari 8 POI, warna oranye memiliki 6 - 8 POI, dan warna kuning memiliki 4 - 6 POI. Area yang memiliki persaingan rendah diwakili oleh warna hijau muda dengan 2 - 4 POI dan hijau tua yang kurang dari 2 POI. Namun, hal tersebut harus dikonfirmasi ulang dengan kondisi sosial/ekonomi dan sebaran perguruan tinggi untuk menghindari bias, seperti rendahnya POI karena mayoritas penduduk berada di kelas menengah dan menengah bawah atau tidak terdapat perguruan tinggi.



Persebaran POI minuman setiap 500 meter (heksagonal) Kota Malang



Penggunaan Tools Radius

Pada pusat kota dengan heksagonal berwarna merah, tools *Radius* dilakukan untuk melihat jumlah POI dengan lebih detail pada jarak tertentu, seperti 1 kilometer. Dari tools tersebut, diketahui jumlah POI di pusat kota (Kecamatan Klojen) dapat mencapai 45 POI menandakan pasar yang cukup jenuh dan membutuhkan strategi untuk dapat terjun ke dalamnya. Pada daerah dengan jumlah perguruan tinggi cukup banyak (Kecamatan Sukun

dan Lowokwaru), ditandakan dengan *heatmap* berwarna kuning - merah jumlah POI hanya sekitar 15, dibuktikan pula dengan heksagonal berwarna kuning - oranye. Hal tersebut menjadi sebuah potensi untuk membuka bisnis minuman dengan persaingan pasar yang tidak terlalu jenuh dengan memaksimalkan target pasar para pelajar dan mahasiswa dan kondisi sosial/ekonomi berada di kelas Atas. Namun, analisis ini terbatas hanya pada level Kota dan hanya menggunakan 2 parameter, yakni kondisi sosial/ekonomi dan jumlah POI sehingga optimalisasi wilayah potensi pada level kecamatan dapat dioptimalisasi dengan parameter yang lebih beragam dan mendetail.