

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini Mixue *Ice Cream and Tea* adalah salah satu brand pada sektor minuman yang pernah *viral* di Indonesia bahkan dunia. Mixue merupakan bisnis dari Negara Tirai Bambu atau China, yang dimiliki oleh perusahaan Mixue Bingcheng (MXBC) sejak tahun 1997. Mixue memiliki berbagai minuman seperti *bubble tea*, *fruit tea*, *milkshake*, dan produk *ice cream*. Dengan keunggulan produk *ice cream* yang lezat, beragam jenis *ice cream* yang banyak serta harga yang sangat murah yaitu mulai dari 8.000 rupiah, Mixue telah memenangkan hati para pelanggan. Berdasarkan data Mixue tercatat memiliki sebanyak 21.581 *store* di 11 negara, diantaranya Malaysia, Singapura, Laos, Kamboja, Myanmar, Jepang, Korea Selatan, Australia dan Indonesia (Sumber: idntimes 2023). Mixue juga telah membuka waralaba di Indonesia sejak tahun 2020, kini telah memiliki sebanyak 692 *store* per Januari 2023. Jawa Barat sebagai provinsi yang mendominasi yaitu sebanyak 189 *store*. Jumlah waralaba Mixue terus bertambah ditahun 2023. Perusahaan Mixue *Ice Cream and Tea* tidak hanya melihat pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan besarnya tingkat konsumsi es krim saja, tetapi juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi di wilayah Indonesia, khususnya di bidang minuman.

Salah satu penyebaran *store* Mixue di wilayah Indonesia berada di Kecamatan Tambun Selatan yang berada di wilayah Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Memiliki tingkat perekonomian yang cukup tinggi, ditandai dengan banyaknya industri yang berdiri di Kecamatan Tambun Selatan. Kecamatan ini merupakan wilayah di Kabupaten Bekasi yang berbatasan langsung dengan Kota Bekasi yang menjadi kota satelit Ibukota Jakarta.

Wilayah Penduduk Kecamatan Tambun Selatan merupakan penduduk yang paling padat di Kabupaten Bekasi, dengan luas wilayah 42,20 km² yang memiliki 10 desa dan jumlah penduduk sekitar 431,97 jiwa penduduk dengan kepadatan 9.990 jiwa/km² (Sumber: Kecamatan Tambun Selatan Dalam Angka 2020).

Berdasarkan survey pendahuluan dari hasil testimoni dari para konsumen, konsumen lebih puas menikmati produk Mixue *Ice Cream and Tea* dalam kondisi yang lebih *fresh*. Konsumen menyarankan agar Mixue membuka *store* di setiap daerah. Hal ini terkait dengan kenyamanan konsumen ketika menikmati di tempat. Oleh karena itu *Mixue Ice Cream and Tea* membuka banyak *store* baru agar konsumen dapat menikmati secara langsung produk dari Mixue *Ice Cream and Tea*. Berkaitan dengan Mixue, saat ini sudah banyak *store* yang didirikan pada wilayah Kecamatan Tambun Selatan.

Seiring berkembangnya Mixue, para warganet di media sosial memberikan julukan “pemburu ruko kosong”, karena Mixue berkembang ke banyak lokasi dan menjadi peringkat utama menempati lokasi kosong sebagai *store* baru. (Sumber: Kompas 2023). Namun seiring berkembangnya Mixue, tentu banyak mengundang ketertarikan para pemilik modal untuk membuka usaha dengan bermacam merk, tak terpungkiri banyak juga cabang *store ice cream* di perusahaan yang sama yaitu Mixue. Dengan ini, Mixue perlu menjadi lebih baik dalam mempertahankan keunggulan, dengan mendalami pangsa pasar *store* yang sudah ada untuk mengembangkan strategi inovasi guna menjaga eksistensi sebagai yang terdepan dalam industri ini.

Kepuasan pelayanan konsumen adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingan. Menurut Kotler (2009), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja yang di persepsikan produk terhadap harapan mereka. Perkembangan teknologi saat ini yang dapat mengolah berbagai jenis data salah satunya adalah teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG). Kemampuan analisis teknologi Sistem Informasi Geografis (SIG) ini sudah banyak dikembangkan, salah satunya dalam sektor bisnis dalam memperkirakan probabilitas kunjungan.

Dalam Sistem Informasi Geografis (SIG) terdapat perhitungan besaran nilai Marketshare dari masing-masing store Mixue terhadap penduduk yang ada di Kecamatan Tambun Selatan. Dalam penelitian ini, penentuan Marketshare didapatkan dari Model Huff. Model ini menghitung nilai jangkauan pelayanan store terhadap calon konsumen store Mixue menggunakan variable jarak dan penilaian rating total (*Totally Attractiveness*). Hasil tersebut kemudian dikombinasikan dengan perkiraan jangkauan pelayanan tiap store Mixue sehingga didapatkan tipologi kecamatan terhadap kemungkinan mengunjungi seluruh store Mixue yang ada di Kecamatan Tambun Selatan. Oleh karena itu, peneliti mencoba membahas bagaimana melihat jangkauan pelayanan menggunakan Model Huff. Maka penelitian ini diarahkan pada “**Analisis Marketshare Store Mixue Di Kecamatan Tambun Selatan Berbasis Sistem Informasi Geografis**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Terlalu banyaknya cabang Mixue di Kecamatan Tambun Selatan yang menyebabkan persaingan antar store satu dengan yang lain

C. Batasan Masalah

Agar sasaran dalam studi lapangan tercapai, maka perlu dilakukan batasan-batasan, sebagai berikut:

1. Ruang lingkup pengumpulan data dan tempat penelitian dilakukan di Store Mixue yang berlokasi di Kecamatan Tambun Selatan,
2. Populasi didalam penelitian ini seluruh penduduk yang berada di Kecamatan Tambun Selatan,
3. Penggunaan model Model Huff untuk menganalisis Marketshare Store Mixue di Kecamatan Tambun Selatan

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola sebaran spasial lokasi Store Mixue di Kecamatan Tambun Selatan?
2. Bagaimana penerapan Sistem Informasi Geografis (SIG) dalam membantu menganalisis Marketshare pada Store Mixue Di Kecamatan Tambun Selatan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan pola sebaran spasial lokasi Store Mixue di Kecamatan Tambun Selatan
2. Menganalisis Marketshare Store Mixue yang berada di Kecamatan Tambun Selatan

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung adalah:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan:
 - a. Bagi Akademis, memberikan hasil pemikiran serta menambah ilmu pengetahuan di bidang teknik yaitu memberikan hasil marketshare store Mixue untuk meningkatkan pangsa pasar (*Marketshare*) Mixue di Kecamatan Tambun Selatan dengan menggunakan software pendukung yaitu Arcgis 10.3 dan QGIS 2.18
 - b. Bagi Penulis, dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat selama kuliah dalam memberikan perhitungan marketshare yang disajikan dengan model huff menggunakan software pendukung yaitu Arcgis 10.3 dan QGIS 2.18
2. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan:

- a. Bagi Pemerintah, dapat dijadikan bahan rekomendasi kepada para pemilik *franchise* Mixue ataupun *franchise* serupa saat melakukan ijin usaha. Hal tersebut sebagai upaya pemerintah melakukan tindakan untuk negara agar mendapatkan pajak ijin usaha lebih lama serta menaikkan pendapatan ekonomi negara apabila usaha tersebut maju.
- b. Bagi Calon Pemilik *Store* Mixue, dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk membuka usaha waralaba Mixue agar menjadi usaha franchise yang tetap dikunjungi meski sudah tidak viral dimedia sosial
- c. Bagi Pemilik *Store* Mixue, dapat dijadikan untuk melakukan relokasi usaha yang belum ditempatkan di lokasi yang strategis ataupun mengembangkan usaha di lokasi yang sudah strategis.