

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian berperan penting dalam kemajuan suatu wilayah terutama dalam sektor makanan dan minuman. Salah Satu sektor tersebut adalah Kafe, tidak hanya sebagai tempat untuk minum kopi tetapi disiposikan juga sebagai ruang ketiga (*third place*). *Third place* adalah ruang sosial di luar rumah dan tempat kerja yang memungkinkan interaksi komunal berlangsung secara informal (Oldenburg, 1989). Definisi ini relevan terkait kafe bukan sebagai entitas ekonomi semata, melainkan sebagai elemen fungsional dalam struktur ruang kota.. Pemilihan Lokasi untuk usaha sangat memengaruhi keberhasilan usaha yang aka nada dan mendatang. Lokasi yang tepat dapat meningkatkan aksesibilitas yang dapat memengaruhi volume penjualan (Qudsi et al., 2023).

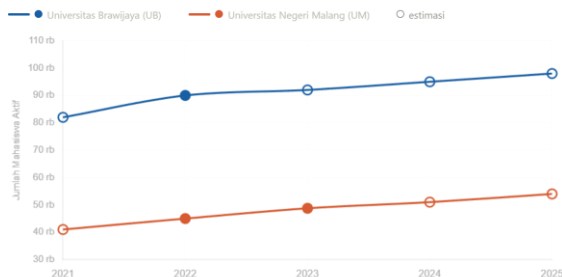
Ketepatan pemilihan lokasi usaha akan mendekati aktivitas kegiatan di wilayah tersebut. Salah satu contoh aktivitas kegiatan ialah pada Kawasan Pendidikan. Potensi besar pada Kawasan Pendidikan seperti kampus dan sekolah bagi usaha makanan dan minuman mendapatkan konsumen. Kawasan pendidikan juga menawarkan keuntungan kompetitif bagi Kafe dalam hal pemasaran dan branding (Manajerial et al., 2023). Memanfaatkan lokasi yang dekat dengan kawasan pendidikan, pelaku usaha dapat melakukan promosi yang lebih efektif dan langsung kepada target pasar mereka.

Pelaku makanan dan minuman perlu memahami dinamika pasar berupa target pasar yang ada di kawasan pendidikan. jumlah usaha restoran dan kafe di Indonesia meningkat signifikan dalam satu dekade terakhir, diperkuat oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin berorientasi pada konsumsi berbasis pengalaman (*experience economy*). Tren ini terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, dan Malang. Kota Malang menjadi salah satu yang paling mencolok: jumlah kafe aktif terdaftar meningkat dari sekitar 300-an unit pada 2015 menjadi lebih dari 1.200 unit pada 2022, menjadikannya salah satu kota dengan kepadatan kafe tertinggi per kapita di Pulau Jawa (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang, 2022).

Pengetahuan tentang perilaku konsumen, termasuk preferensi makanan dan minuman, sangat penting untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Eryc, 2023). Kawasan Pendidikan menjadi lokasi yang ideal bagi makanan dan minuman untuk menjangkau konsumen yang beragam, termasuk mahasiswa dan staf pengajar. Kota Pendidikan atau Kota Pelajar menurut laman jatimnetwork.com merupakan julukan bagi Kota Malang dikarenakan banyaknya institusi Pendidikan yang ada di sana (Aryati, 2022).

Badan Pusat Statistik Kota Malang dalam publikasi Kota Malang Dalam Angka Tahun 2024 terdapat 33 perguruan tinggi yang tersebar di seluruh kecamatan. Wilayah administrasi Kota Malang terbagi menjadi 5 (lima) kecamatan yaitu Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing dan Lowokwaru. Penentuan lokasi studi pada laporan proposal berdasarkan aktivitas kegiatan pada Kawasan Pendidikan di Kota Malang.

Kawasan Pendidikan terutama perguruan tinggi yang ada di Kota Malang tiap tahunnya akan mendatangkan mahasiswa baru dari seluruh Indonesia. Jumlah kuota mahasiswa baru yang dibuka oleh perguruan tinggi bertambah tiap tahunnya (Fikyansyah, 2024). Lokasi studi akan berfokus pada delineasi Kawasan Pendidikan menggunakan Analisa keruangan terlebih dahulu. Hasil Analisa akan menjadi wilayah mikro yang akan dikaji oleh peneliti. Pemilihan lokasi tepat berada di Kawasan Pendidikan yang memiliki aktivitas kegiatan tinggi akan memunculkan tantangan bagi para pemilik usaha Kafe .



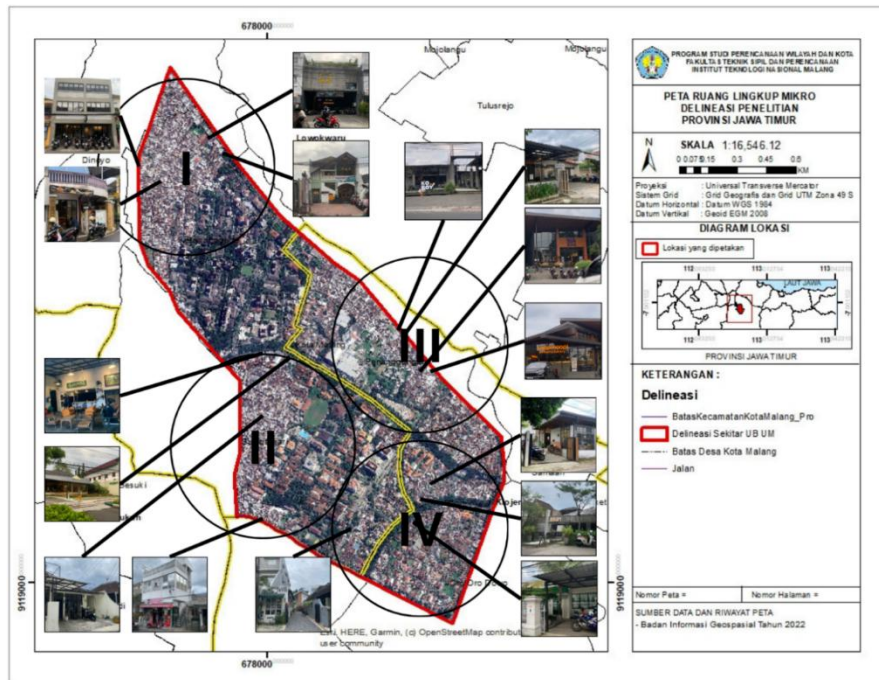
Gambar Grafik Pertumbuhan Mahasiswa UB dan UM 2021-2025

Kedua universitas menunjukkan pertumbuhan mahasiswa yang konsisten selama periode 2021–2025. UB secara konsisten memiliki jumlah mahasiswa lebih besar, mencapai estimasi ±98.000 jiwa pada 2025, tumbuh sekitar 19,5% dalam lima tahun. UM tumbuh lebih dinamis secara persentase, dari ±41.000 menjadi ±54.000, atau sekitar 31,7%, didorong lonjakan penerimaan mahasiswa baru sejak 2024/2025. Pertumbuhan keduanya mengindikasikan meningkatnya daya tarik kawasan sekitar kampus sebagai pusat aktivitas mahasiswa, yang turut mendorong tumbuhnya usaha kuliner seperti kafe.

Tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha Kafe di kawasan pendidikan tidak dapat diabaikan berupa persaingan yang ketat dengan usaha lain. Riset yang dilakukan oleh Sari et al., tahun 2023) menunjukkan bahwa pelaku usaha Kafe harus mampu menawarkan sesuatu yang unik, baik dari segi rasa, kemasan, maupun pengalaman pelanggan, untuk menarik perhatian konsumen. Selain kualitas untuk saat ini yang dipertimbangkan oleh para

konsumen ialah letak lokasi serta estetika yang ditawarkan, dikarenakan konsumen yang dijadikan target pasar dalam penelitian merupakan kalangan usia muda. Penentuan lokasi menjadi hal penting yang akan di kaji dalam laporan penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor penentuan lokasi Kafe di kawasan kawasan sekitar kampus berdasarkan preferensi pengusaha. Hasil penelitian diharapkan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif bagi pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya.



Peta 1. 1 Wilayah Aglomerasi Sekitas UB dan UM

1.2 Rumusan Masalah

Kampus atau universitas memiliki aturan, jadwal, ada tempat duduk yang diatur, dan ada batas waktu. Mahasiswa datang, duduk, dengar dosen menjelaskan, lalu pulang begitu jam kuliah selesai. Ruang yang terbatas untuk sekedar santai, ngobrol tanpa tujuan tertentu, atau mengerjakan tugas tanpa merasa terburu-buru. Oldenburg (1999) menyebut kebutuhan seperti ini sebagai dorongan mencari *third place*, yaitu tempat di luar rumah dan kampus yang lebih santai dan tidak banyak aturan. Kafe kemudian jadi jawabannya. Tidak heran kalau kafe di sekitar kampus selalu ramai oleh mahasiswa yang ingin suasana yang lebih santai dibanding ruang kelas (Lukito & Xenia, 2017).

Nusantara dkk. (2026) menemukan bahwa mahasiswa memilih kafe sebagai tempat belajar karena ruang belajar di kampus dirasa belum cukup, baik dari segi kenyamanan maupun waktu yang fleksibel. Prasetyo dan Mesra (2026) menemukan hal serupa. Ketika ruang kampus dirasa kurang memadai, kafe dan *co-working space* jadi pilihan berikutnya, meski tidak semua mahasiswa bisa mengaksesnya karena keterbatasan biaya.

Dari sinilah muncul kebiasaan baru berupa ngopi sambil mengerjakan tugas bukan lagi hal sampingan, tapi sudah jadi bagian dari cara mahasiswa belajar sehari-hari. Kafe bukan cuma tempat beli kopi lagi, tapi sudah jadi tempat kerja tidak resmi. Andina dan Zulaikha (2024) menjelaskan bahwa kebutuhan mengerjakan tugas dan diskusi jadi salah satu alasan utama mahasiswa nongkrong di kafe, selain ajakan teman dan pengaruh media sosial. Beberapa mahasiswa bahkan merasa lebih produktif mengerjakan tugas di kafe dibanding di kelas, karena suasananya lebih santai dan tidak terlalu menekan (Mahendra & Supriadin, 2025). Tapi bukan berarti semua kafe cocok untuk ini. Ada kafe yang justru terlalu ramai dengan obrolan dan musik keras, jadi kurang mendukung untuk fokus mengerjakan tugas.

Perbedaan itu membuat kafe punya tipe yang berbeda-beda. Ada kafe yang memang cocok untuk nongkrong dan ngobrol santai, ada juga yang lebih tenang dan cocok untuk fokus kerja. Prasetyo dan Mesra (2026) menemukan bahwa kafe lebih sering dipilih untuk kegiatan sendiri, sementara *co-working space* lebih diminati untuk diskusi kelompok. Ini menunjukkan bahwa kebutuhan mahasiswa terhadap ruang memang berbeda-beda, tidak bisa disamakan. Ketersediaan Wi-Fi, banyaknya stop kontak, tingkat kebisingan, sampai susunan meja dan kursi, semua ikut menentukan apakah sebuah kafe cocok untuk nongkrong atau untuk mengerjakan tugas (Andina & Zulaikha, 2024).

Rumusan masalah dalam laporan ini merupakan bentuk penyelesaian permasalahan lokasi strategis untuk Kafe di Kota Malang, maka pertanyaan yang muncul ialah **“Apa faktor penentuan lokasi kafe sekitar Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang berdasarkan preferensi pengusaha?”**

1.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan sasaran merupakan tahapan penting dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, berikut tujuan dan sasaran :

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari laporan ini ialah menganalisis faktor penentuan lokasi Kafe di Kawasan sekitar kampus Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang berdasarkan preferensi pengusaha.

1.3.2 Sasaran

Sasaran untuk mencapai tujuan laporan proposal, yaitu :

1. Mengidentifikasi area aglomerasi distribusi kafe di sekitar UB dan UM menggunakan analisis spasial
2. Mengidentifikasi karakteristik kafe di sekitar UB dan UNM.
3. Mengklasterkan kafe di Kawasan UB dan UM berdasarkan karakteristik lokasi dan distribusinya
4. Menganalisis faktor penentuan lokasi kafe di Kawasan sekitar kampus UB dan UM berdasarkan preferensi pengusaha menggunakan metode Skoring dengan validasi konsistensi melalui korelasi Spearman.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup merupakan batasan-batasan yang diberikan dalam Laporan Proposal, berikut ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi laporan ini :

1.4.1 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi dari Laporan Proposal ini, sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi area aglomerasi, dibatasi pada radius 500-1.000 meter dari gerbang utama UB dan UM, mengikuti definisi aglomerasi sebagai konsentrasi spasial akibat kedekatan lokasi antarpelaku usaha (Djojodipuro, 1992).
2. Mengidentifikasi karakteristik kafe, dibatasi pada tiga dimensi: skala usaha, segmentasi pasar, dan konsep tematis.
3. Mengidentifikasi kluster Kafe di Kawasan UB dan UM dengan *Nearest Neighbor Analysis (NNA)* untuk mengetahui persebaran Kafe.
4. Menganalisis faktor penentuan lokasi dengan menggunakan metode analisis Skoring dengan Likert, hasilnya berupa perankingan prioritas penentu lokasi, berdasarkan preferensi pengusaha, dibatasi pada sembilan variabel hasil penyederhanaan teori Heizer dan Render (dalam Saepul, Mulyatini, & Prabowo, 2019) serta Fandy Tjiptono (dalam Puspitaningrum & Damanuri, 2022)

Batasan-batasan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini dibatasi pada usaha kafe, bukan warung makan, restoran besar, atau kedai kopi keliling tanpa lokasi tetap.

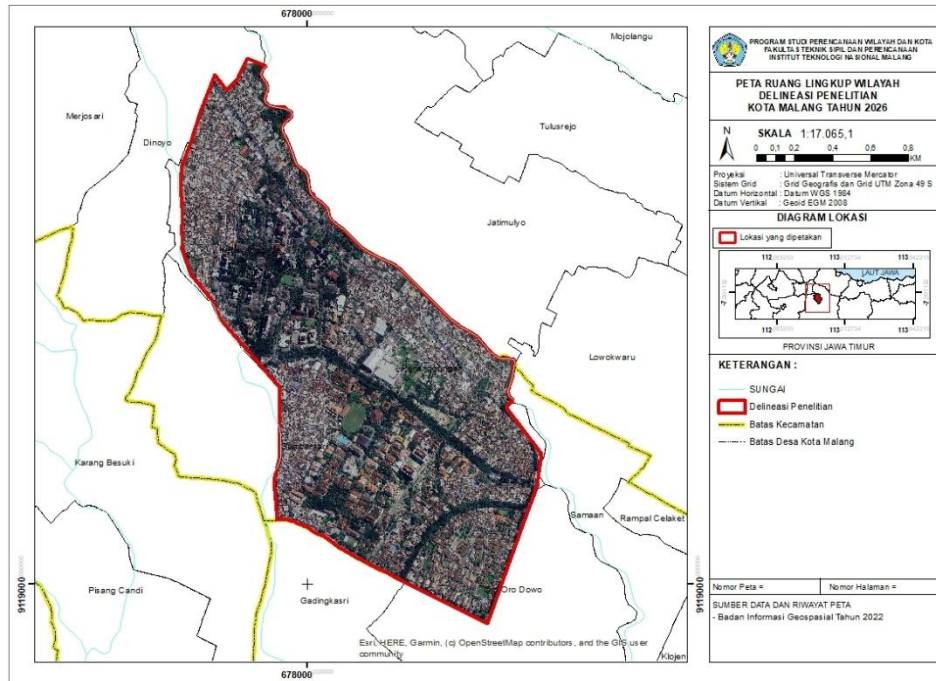
2. Penelitian berfokus pada pengusaha atau pemilik kafe, bukan konsumen. Preferensi yang dimaksud adalah pertimbangan pengusaha saat memilih lokasi usaha. Sudut pandang konsumen tentang kenyamanan tempat nongkrong sengaja tidak dimasukkan, sebab itu topik berbeda yang layak diteliti tersendiri.
3. Penelitian tidak masuk ke ranah kelayakan finansial secara mendalam.

1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam laporan proposal secara makro adalah Kota Malang. Kota Malang merupakan salah satu bagian wilayah kabupaten/kota dari Provinsi Jawa Timur, secara astronomis terletak pada posisi 112.06^0 - 112.07^0 Bujur Timur, 7.06^0 - 8.02^0 Lintang Selatan. Ruang Lingkup wilayah secara mikro atau berada di sekitar kampus UB dan UM. Batas – batas wilayah delineasi :

- Sebelah Utara : Sungai Brantas, Kota Malang
- Sebelah Timur : Jl. Besar Ijen, Jl. Mayjen Panjaitan (kel. oro-
- Sebelah Selatan : Jl. Surabaya (kel. Sumbersari dan kel. Oro-oro Dowo)
- Sebelah Barat : Jl. Gajayana, Jl. Sumbersari (kel. Dinoyo dan kel. Ketawanggede), Jl. Bendungan Sutami, Jl. Galunggung (kel. Sumbersari)

Ruang lingkup secara makro dalam laporan proposal ini yaitu Kawasan perkotaan di Kota Malang sesuai dengan arahan RTRW Kota Malang, kemudian akan dilakukan Analisa hirarki keruangan pada Kawasan perkotaan tersebut yang menghasilkan ruang lingkup wilayah mikro wilayah studi. Lebih jelasnya akan ditampilkan peta ruang lingkup wilayah studi.



Peta 1. 2 Ruang Lingkup Wilayah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika terkait dengan penyusunan laporan proposal ini, untuk pembahasannya akan di bahas pada pembahasan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran penyusunan laporan proposal, ruang lingkup, sistematika pembahasan, dan kerangka berpikir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini memuat landasan teori serta penelitian terdahulu yang digunakan dalam penyusunan Laporan Proposal. Teori yang dibahas dalam subbab ini terdiri atas teori lokasi, Kafe, Kawasan Pendidikan, dan kemitraan.

BAB III Metodologi

Bab metodologi ini membahas metode yang digunakan dalam penelitian berisi metode penyusunan, metode pengumpulan data, dan metode Analisa

BAB IV Gambaran Umum

Bab gambaran umum ini memuat kondisi umum wilayah studi, yang terdiri atas Kota Malang dan gambaran umum wilayah delineasi meliputi letak administrasi dan geografi, kondisi kafe, serta profil kafe per klaster.

BAB V Hasil Dan Pembahasan

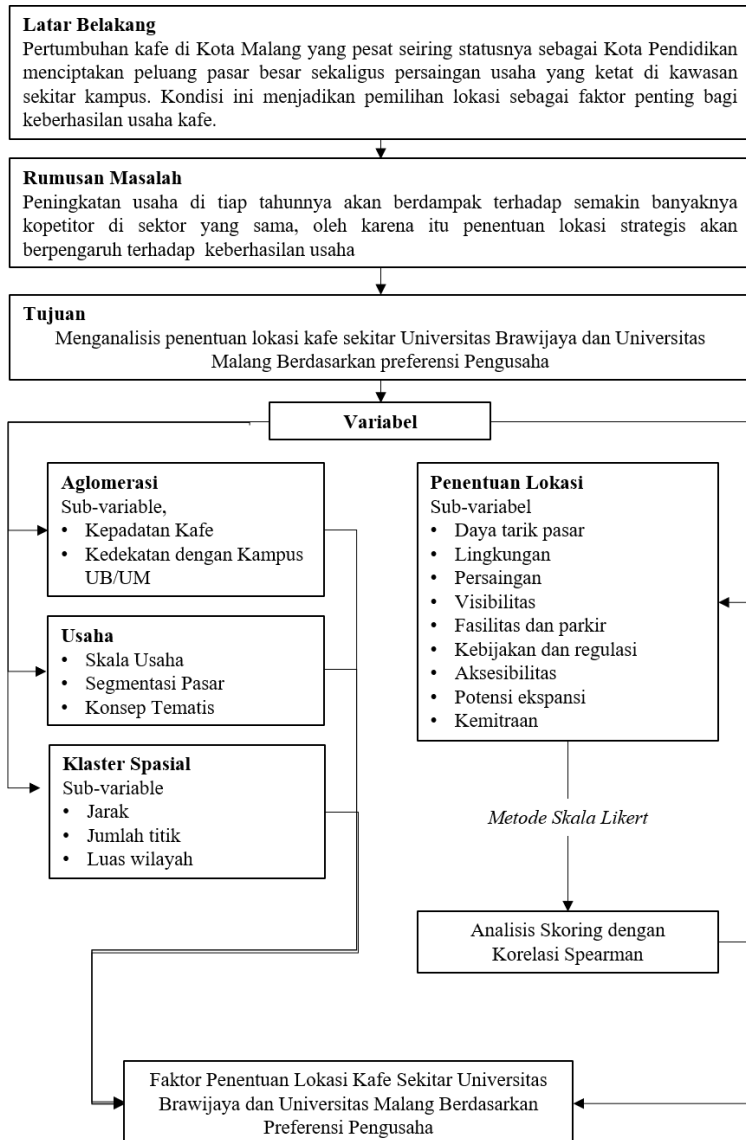
Bab hasil dan pembahasan ini memuat analisis yang dilakukan dalam penelitian, terdiri atas identifikasi area aglomerasi, identifikasi karakteristik kafe berdasarkan skala usaha, segmentasi pasar, dan konsep tematis, identifikasi klaster kafe.

BAB VI Penutup

Bab penutup ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi yang diberikan berdasarkan temuan penelitian.

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merangkum logika penelitian dari akar masalah sampai keluaran akhir. Alur dimulai dari kondisi di lapangan, menjadi rumusan masalah dan tujuan penelitian. Penelitian ini menurunkan dua kelompok variabel.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir
Sumber : Hasil Analisis, 2026.