

ABSTRAK

Berbicara mengenai bisnis retail, akan selalu berbicara tentang bagaimana pelanggan dengan mudah mengunjungi toko/ retail tersebut. Karena itu, jarak dari lokasi pelanggan ke lokasi retail merupakan faktor yang sangat penting.

GIS merupakan tools yang dapat dipakai untuk memetakan pelanggan sehingga mudah untuk menganalisis lokasi yang tepat atau potensial untuk didirikan bisnis minimarket ini. GIS merupakan tool yang dapat mengumpulkan, menyimpan, mengintegrasikan, mengolah, dan menganalisis objek-objek dan fenomena dimana lokasi geografi merupakan karakteristik yang penting atau kritis untuk dianalisis (Aronof, 1989).

Untuk memperoleh keputusan mengenai status potensial suatu wilayah masuk dalam kategori potensial tinggi, menengah, atau rendah perlu dihitung nilai potensial wilayah tersebut. Untuk menghitung nilai potensial suatu wilayah perlu ditetapkan batas tingkat potensial dan bobot potensial tiap parameter. Parameter-parameter yang digunakan untuk menentukan status potensial adalah tingkat kemacetan jalan, tingkat kesejahteraan penduduk dan tingkat persaingan untuk analisis tiap ruas jalan. Sedangkan untuk analisis tiap kelurahan akan membandingkan antara 2 faktor yaitu faktor penghambat dan faktor daya tarik suatu wilayah untuk dijadikan area perdagangan. Parameter yang berfungsi sebagai faktor penghambat adalah tingkat persaingan, transportasi, pertumbuhan penduduk dan tata kota. Sedangkan parameter yang berfungsi sebagai faktor daya tarik adalah luas lahan tambahan untuk bisnis retail yang dikeluarkan oleh Dinas Tata kota dan fasilitas publik seperti universitas, sekolah, perumahan dan rumah-sakit. Status dan nilai potensial ditentukan melalui tiga tahap perhitungan, yaitu: (1) Penentuan bobot potensial tiap parameter (2) Penentuan nilai potensial ruas jalan/wilayah (3) Penentuan status potensial ruas jalan/ wilayah. Sehingga secara garis besar, proses yang terjadi dalam sistem ini adalah: (1) Proses persiapan data, (2) Proses perhitungan faktor potensial, dan (3) Proses output yang meliputi visualisasi peta tematik dan tabular.

Sistem informasi ini dapat digunakan untuk menentukan status potensial suatu wilayah terhadap pasar Alfamart. Hasil dari penentuan ini digunakan sebagai informasi pendukung dalam penentuan strategi penempatan lokasi bisnis baru Alfamart. Namun demikian, tingkat keakuratan hasil yang didapat dari sistem ini sangat berkaitan erat dengan data-data atribut yang diinputkan, sehingga untuk mendapatkan hasil yang akurat, diperlukan data-data atribut yang akurat juga.

Kata kunci : GIS, Geomarketing, Letak Potensial Retail, Thematic Map