

Perilaku Spasial Mahasiswa UI Dalam Memilih Lokasi Kafe Di Jalan Margonda Depok

Febby Mizanthi¹

¹Jurusan Geografi, Universitas Indonesia

E-mail : Febby.Mizanthi@ui.ac.id

ABSTRAK

Perubahan perilaku masyarakat dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern berdasarkan pemenuhan kebutuhan hidupnya salah satunya adalah mahasiswa. Perubahan perilaku mahasiswa salah satunya ditandai dengan perubahan budaya yang identik dengan hal-hal yang berbau kekinian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku spasial mahasiswa Universitas Indonesia (UI) berdasarkan karakteristik mahasiswa, yang terdiri dari karakteristik psikografi (gaya hidup) dan kognitif (sumber informasi) serta karakteristik lokasi yang terdiri dari identitas kafe dan *point of interest* di Jalan Margonda Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif keruangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku spasial mahasiswa UI terdiri dari karakteristik psikografik dan kognitif dalam memilih lokasi kafe di Jalan Margonda Depok. Mahasiswa bergaya hidup kaya informasi cenderung memilih tipe kafe berkelas sederhana di wilayah perekonomian ramai. Sedangkan mahasiswa bergaya hidup trendi dan serius, lebih fleksibel dalam memilih kafe, baik tipe maupun lokasinya. Pengetahuan mahasiswa UI tentang suatu kafe yang bersumber dari internet dan teman memberikan kontribusi lebih terhadap keputusan mahasiswa UI dalam memilih kafe-kafe berkelas menengah di wilayah perekonomian ramai.

Kata Kunci

Perilaku spasial, karakteristik mahasiswa, karakteristik lokasi, kafe.

1. PENDAHULUAN

Perubahan perilaku masyarakat dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern berdasarkan pemenuhan kebutuhan hidupnya salah satunya adalah mahasiswa. Perubahan perilaku mahasiswa salah satunya ditandai dengan perubahan budaya yang identik dengan hal-hal yang berbau kekinian. Perubahan perilaku mahasiswa dapat dilihat dari perubahan aktivitasnya seperti kegiatan untuk makan, minum, bertemu teman, bersosialisasi, mengerjakan tugas, rapat dan lainnya yang awalnya dilakukan di lingkungan rumah atau kampus, saat ini membutuhkan sarana atau tempat yang dapat mengakomodir kegiatan tersebut salah satunya adalah kafe.

Kegiatan di tempat makan dan minum tidak lagi sesuai dengan fungsinya sehingga menimbulkan beberapa konstruksi sosial yang terbentuk dibelakangnya [1].

Struktur perekonomian Kota Depok didominasi oleh sektor tersier salah satunya adalah restoran termasuk di dalamnya kafe [2]. Pesatnya

pertumbuhan kafe-kafe *kekinian* di Jalan Margonda menimbulkan fenomena yang saat ini *booming* yaitu banyaknya mahasiswa mengunjungi kafe yang sedang *hits* dan terkenal. Hal ini dapat dilihat dari Kota Depok sebagai pusat pelayanan yang diperuntukan bagi fungsi yang berhirarki memperkuat kegiatan pendidikan, perdagangan dan jasa berskala regional [3].

Pemilihan lokasi kafe termasuk perilaku spasial. Perilaku mahasiswa UI terdiri dari karakteristik mahasiswa

yaitu karakteristik psikografik (gaya hidup) dan karakteristik kognitif (sumber informasi) serta karakteristik lokasi (identitas kafe dan *point of interest* di Jalan Margonda Depok), sehingga dapat berpengaruh terhadap pemilihan lokasi kafe di Jalan Margonda Depok.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Keruangan

Perilaku keruangan manusia merupakan rangkaian proses yang dilakukan oleh manusia dalam hidupnya, baik secara sadar maupun tidak sadar. Hasil dari rangkaian proses tersebut berkaitan dengan pemilihan ataupun perubahan lokasi.

Pengambilan keputusan termasuk ke dalam pengambilan keputusan dimana lokasi beraktivitas, lokasi berbelanja, lokasi tempat tinggal dan bagaimana orang mengambil keputusan dalam mengembangkan pengetahuan lingkungannya dalam ruang lingkup geografis [4].

Tiap individu mempunyai perilaku spasial masing-masing [5]. Perbedaan perilaku spasial ini dipengaruhi oleh gaya hidup dan kognitif yang berkaitan dengan keputusan memilih lokasi kafe oleh mahasiswa UI.

2.2 Konsep Gaya Hidup dan Kognitif

2.2.1 Gaya Hidup

Perilaku konsumen salah satunya dapat diobservasi melalui gaya hidup [6]. Pengelompokan konsumen

berdasarkan gaya hidup dapat dilakukan melalui pendekatan psikografi. Pendekatan psikografi berupaya membagi kelompok-kelompok konsumen berdasarkan sifat-sifat kepribadian, tingkat sosial ekonomi, sikap, dan motivasi karena variabel tersebut dapat dipercaya mempengaruhi perilaku pembelian seseorang. Menurut Kasali, psikografi sebagai segmentasi berdasarkan gaya hidup dan kepribadian seseorang.

Ada berbagai metodologi yang digunakan untuk studi psikografi untuk menganalisis gaya hidup seseorang salah satunya adalah AIO (Activities, Interests, Opinion) [7]. Hutahuruk melakukan penelitian tentang gaya hidup mahasiswa UI yang terdiri dari 3 segmen yaitu [8]:

1. Kelompok Trendi

Tipe mahasiswa dalam segmen ini yaitu mahasiswa yang suka berbelanja barang-barang bermutu tinggi, mahal, dan bergengsi. Selain itu, mahasiswa trendi dalam bergaul sering pergi ke mal atau plaza bersama teman-teman dan selalu mengikuti gaya berpakaian yang terbaru.

2. Kelompok Serius

Tipe mahasiswa dalam segmen ini adalah mahasiswa yang aktif dan produktif menjadi pengurus kegiatan organisasi dan kegiatan sosial.

3. Kelompok Kaya Informasi

Tipe mahasiswa dalam segmen ini adalah mahasiswa yang menjunjung aspek pendidikan dalam diri seseorang, berkompeten menjadi pemimpin dan suka mengikuti kompetisi atau ajang-ajang perlombaan di kampus atau di luar kampus.

2.1.2 Kognitif Geografi

Kognitif dalam ilmu geografi fokus kepada proses yang mendasari penalaran spasial, pengambilan keputusan dan perilaku. Proses kognitif juga berkaitan dengan persepsi tentang lingkungan, pengembangan sikap tentang ruang dan tempat, dan pengambilan suatu keputusan [9].

Menurut Montello (2009), struktur yang membentuk kognitif adalah sensasi, persepsi, berpikir, pembelajaran, imajinasi, konsep, bahasa, penalaran dan pemecahan masalah. Kognitif berkaitan dengan alam bawah sadar manusia yang mempengaruhi pengetahuan, motivasi dan tingkah laku manusia dalam ruang.

2.3 Keberadaan Kafe dalam Gaya Hidup Masyarakat Kota

Pertumbuhan dan perkembangan kawasan perkotaan saat ini diikuti dengan perkembangan perubahan perilaku masyarakat di kawasan perkotaan untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Salah satu bentuk dari perubahan perilaku masyarakat perkotaan adalah munculnya gaya hidup perkotaan yang bersifat metropolitan [10].

Pertumbuhan dan perkembangan di kawasan-kawasan yang dekat atau berada di pusat kota, dapat dilihat dari waktu ke waktu, serta peningkatan pembangunan sarana-sarana kota berupaya untuk mawadahi perubahan gaya hidup di kawasan perkotaan.

Di kota-kota metropolitan, terus bermunculan kawasan-kawasan baru yang berkembang terutama yang diperuntukan bagi fungsi atau kegiatan bisnis atau perdagangan. Sebagai contoh misalnya, untuk Kota Depok, khususnya di Jalan Margonda Raya yang merupakan jalan yang menghubungkan Kota Depok dengan Jakarta Selatan mengalami pertumbuhan pembangunan yang pesat seperti pembangunan rumah kos dan apartemen. Pembangunan tersebut berpengaruh juga terhadap pertumbuhan kafe-kafe kekinian di sepanjang Jalan Margonda dengan menyuguhkan suasana dan fasilitas kafe yang menarik minat pengunjung.

2.4 Kafe dalam Bidang Ilmu Geografi

Dalam bidang ilmu geografi, lokasi adalah variabel penting untuk menggambarkan berbagai gejala dan fenomena yang ada di muka bumi. Lokasi dalam suatu ruang dapat dibedakan menjadi dua yaitu lokasi absolut dan lokasi relatif. Lokasi absolut adalah lokasi yang berkaitan dengan letak astronomis yaitu garis lintang dan garis bujur. Sedangkan lokasi relatif adalah lokasi yang berkaitan dengan karakteristik tempat atau suatu wilayah. Selain itu lokasi relatif memberikan gambaran tentang keterbelakangan, perkembangan dan kemajuan wilayah yang bersangkutan dibandingkan dengan wilayah lainnya. Lokasi relatif dapat ditinjau dari *site* dan *situation* [11].

Site merupakan lokasi nyata yang terbentuk dari karakteristik fisik suatu tempat. *Situation* merupakan letak atau kondisi relatif tempat terhadap daerah sekitarnya [12].

3. METODOLOGI

3.1 Alur Pikir Penelitian

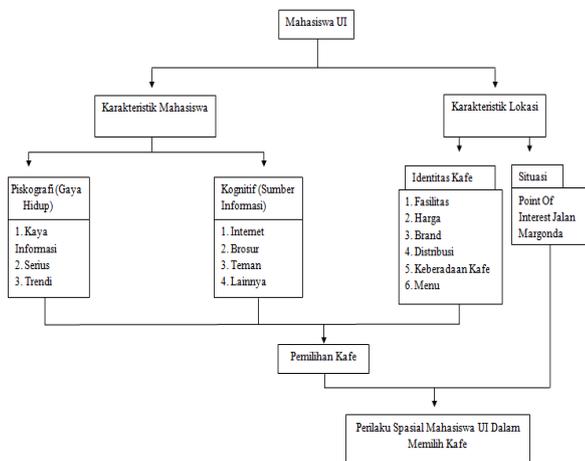
Universitas Indonesia adalah sebuah kampus yang mawadahi mahasiswanya untuk menuntut ilmu dengan mahasiswa yang tidak hanya berasal dari Pulau Jawa saja tetapi juga berasal dari seluruh Indonesia. Asal mahasiswa UI yang beragam akan menciptakan ragam budaya di lingkungan UI sendiri. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan orang tersebut dalam interaksinya dengan lingkungannya [13].

Penelitian ini berawal dari fenomena perubahan perilaku masyarakat modern yaitu generasi millenials salah satunya mahasiswa. Perubahan perilaku mahasiswa dapat dilihat dari kebiasaan untuk makan, minum, melepas lelah, bersantai, mengerjakan tugas dan rapat di rumah atau di kampus, sekarang membutuhkan akan suatu sarana atau tempat untuk bersantai sambil makan, bersantai sambil mengerjakan tugas dan berkumpul dengan teman-teman tidak hanya di rumah atau di kampus saja. Salah satu tempat yang banyak dipilih oleh mahasiswa untuk menghabiskan waktu tersebut adalah kafe.

Pemilihan lokasi kafe akan beragam. Hal ini disebabkan adanya keberagaman gaya hidup mahasiswa dan sumber informasi tentang kafe juga berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku spasial mahasiswa

UI dalam memilih lokasi kafe berdasarkan karakteristik mahasiswa, dan karakteristik lokasi serta melihat aktivitas mahasiswa di kafe. Karakteristik mahasiswa merupakan faktor internal dari perilaku mahasiswa dalam memilih lokasi kafe yang terdiri dari karakteristik psikografis (gaya hidup) dan karakteristik kognitif geografi (pengetahuan tentang kafe) yang dapat bersumber dari sosial media, brosur, dan teman. Sedangkan karakteristik lokasi adalah faktor eksternal dari perilaku mahasiswa dalam memilih kafe. Karakteristik lokasi terdiri dari identitas kafe dan situasi. Identitas kafe dalam penelitian ini yaitu faktor lingkungan fisik dari kafe itu sendiri terdiri dari fasilitas, harga, *brand*, pola distribusi, keberadaan, dan menu di kafe tersebut. Situasi yang dimaksud dalam pembahasan ini yaitu lingkungan di sekeliling kafe berdasarkan *point of interest* dari Jalan Margonda Raya.

Berdasarkan dasar dari konseptual tersebut disusunlah alur pikir penelitian seperti yang terlihat pada gambar 1



Gambar 1 Alur Pikir Penelitian

3.2 Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer didapatkan dari pengisian kuesioner yang diisi oleh responden dan observasi lapang. Penyebaran kuesioner dilakukan di lingkungan kampus UI. Berikut ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner:

1. Identitas responden
Bagian ini berisi nama, usia, fakultas, semester, alamat tempat tinggal dan besaran uang saku responden.
2. Karakteristik Mahasiswa
Bagian ini berisi pertanyaan mengenai psikografis (gaya hidup) dan Kognitif (sumber informasi). Dalam penelitian ini, gaya hidup yang dijadikan sebagai acuan mengacu kepada hasil penelitian Toho Jefta Hutahuruk (2006). Kognitif yang dimaksud disini adalah, sumber informasi mahasiswa UI tentang suatu kafe. Sumber informasi tersebut diklasifikasi menjadi 4 yaitu sumber informasi dari internet, brosur, teman dan lainnya.

3. Karakteristik Lokasi Kafe

Karakteristik lokasi kafe terdiri dari identitas kafe dan situasi. Identitas kafe yang dimaksud dalam penelitian ini terdiri dari fasilitas, harga, *brand*, pola distribusi, keberadaan, establishment type dan menu di kafe. Situasi yang dimaksud yaitu dilihat berdasarkan lingkungan sekitar keberadaan suatu kafe yang dilihat dari *point of interest* dari Jalan Margonda Raya. *Point of interest* yang terlihat, muncul dari kafe-kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI. *Point of interest* tersebut, dibagi menjadi 3 wilayah perekonomian. Pembagian wilayah berdasarkan dinamika ekonomi dilatarbelakangi oleh Kota Depok sebagai pusat ekonomi dan bisnis, hanya terkonsentrasi di koridor Jalan Margonda Raya yang menyebabkan meningkatnya pertumbuhan fasilitas-fasilitas komersil yang menjadi magnet kuat untuk berkumpulnya masyarakat Kota Depok untuk melakukan transaksi ekonomi.

3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel mahasiswa dilakukan berdasarkan rumpun ilmu jurusan yang ada di Universitas Indonesia. Universitas Indonesia terdiri dari 14 fakultas dan 1 program diploma (vokasi). Dalam penelitian ini, objek yang akan dijadikan sampel yaitu mahasiswa UI.

Untuk pengambilan sampel responden, digunakan metode *purposive random sampling*. *Purposive random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang dibuat oleh peneliti [14]. Dengan metode ini, responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa S1 semester 6, karena mahasiswa semester 6 lebih dahulu mengenal lingkungan kampus dan jadwal kuliahnya sudah mulai fleksibel.
2. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
3. Mahasiswa yang mengunjungi kafe minimal satu kali (1x) dalam sebulan.

Dalam pengambilan jumlah sampel, maka digunakan rumus Slovin (Amirin, 2011) [15]. Berikut adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

- n = Jumlah elemen/ anggota sampel
N = Jumlah elemen/ anggota populasi
E = Error level (tingkat kesalahan) (biasanya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1).

Dalam penelitian ini diketahui N (jumlah mahasiswa UI semester 6 sebanyak 6215) dan e atau Error level yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 10% atau 0,1). Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{6215}{1 + (6215 \times 0,1^2)} = 98.41647$$

dibulatkan menjadi 98 (jumlah sampel). Jumlah 98 responden ditentukan supaya data yang didapatkan saat melakukan survey lapangan cukup bervariasi, sehingga dengan jumlah tersebut dapat dirasakan cukup untuk mewakili pola pemilihan lokasi kafe oleh mahasiswa UI.

Untuk mendapatkan berapa jumlah sampel di masing-masing rumpun ilmu maka jumlah sampel yang diambil berdasarkan sub-populasi ditentukan kembali dengan rumus:

$$n = \frac{\text{populasi rumpun} \times n}{N}$$

Berikut ini adalah tabel jumlah sampel setiap sub-populasi rumpun ilmu:

Tabel 3.1 Jumlah Sampel Setiap Sub-Populasi

Sub-Populasi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
Rumpun Ilmu Kesehatan	930	15
Rumpun Sainstek dan Teknologi	2029	32
Rumpun Sosial dan Humaniora	3256	51

Sumber: Subdit Pengelolaan dan Pengolahan Data Universitas Indonesia

3.2.3 Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat instansional yaitu:

1. Peta administrasi, jaringan jalan dan sungai dari Badan Informasi Geospasial.

3.2.4 Pengolahan Data

Berikut ini adalah tahap pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini agar dapat mencapai tujuan dari penelitian yang diharapkan:

1. Membuat tabel hasil penelitian untuk memudahkan analisis data.
2. Mengklasifikasikan variabel karakteristik gaya hidup mahasiswa dalam beberapa kategori: kelompok trendi, kelompok serius dan kelompok kaya informasi.
3. Mengklasifikasi kognitif mahasiswa (pengetahuan tentang kafe) berdasarkan hasil yang di dapat dari kuisioner. Pengetahuan tentang suatu kafe diklasifikasikan yang terdiri dari sosial media (internet), brosur dan teman.
4. Mengklasifikasikan tipe lokasi kafe yang dipilih mahasiswa UI berdasarkan identitas kafe dan situasi berdasarkan point of interest.
5. Membuat tabel yang menghubungkan antara karakteristik mahasiswa dengan tipe lokasi yaitu identitas kafe dan point of interest sehingga menghasilkan perilaku mahasiswa dalam memilih kafe. Terdiri dari:
 - a. Membuat *table crosstab* gaya hidup dengan tipe kafe
 - b. Membuat *table crosstab* kognitif dengan tipe kafe
6. Melakukan plotting terhadap lokasi kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI pada citra quickbird Google

Earth, kemudian memindahkan lokasi tersebut ke dalam software Arc GIS 10.1

7. Membuat peta persebaran lokasi kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI yang ada di Jalan Margonda Raya menggunakan software Arc GIS 10.1
8. Membuat peta gaya hidup dengan tipe lokasi menggunakan software Arc GIS 10.1
9. Membuat peta kognitif dengan tipe lokasi menggunakan software Arc GIS 10.1

3.2.4 Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif keruangan. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai data yang diperoleh dilapangan berdasarkan fakta lapangan dari hasil penyebaran kuisioner yang bertujuan untuk mendapatkan fenomena pemilihan lokasi kafe secara keruangan. Hasil data diolah dengan statistik sederhana, yaitu metode tabulasi silang (*crosstab*) untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan serta untuk mengetahui keterkaitan karakteristik mahasiswa dengan karakteristik lokasi kafe yang dipilih.

4.1 Jalan Margonda Depok Sebagai Pusat Pelayanan Di Kota Depok

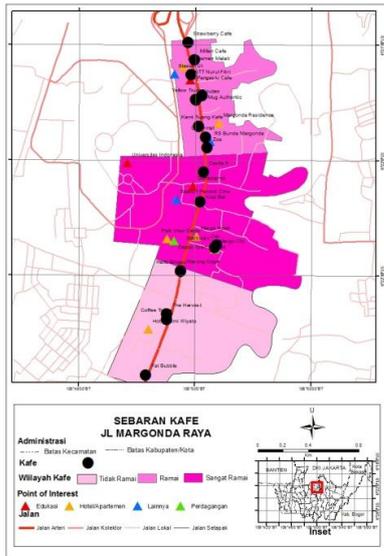
Di kota-kota metropolitan salah satunya Kota Depok, terus bermunculan kawasan-kawasan baru yang berkembang terutama sebagai pusat pelayanan yang diperuntukan bagi fungsi yang berhirarki memperkuat kegiatan pendidikan, perdagangan dan jasa berskala regional.

Pusat ekonomi dan bisnis Kota Depok hanya terkonsentrasi di koridor Jalan Margonda Raya. Di Jalan Margonda Raya, telah banyak berdiri fasilitas-fasilitas komersial yang menjadi magnet kuat untuk berkumpulnya masyarakat Kota Depok untuk melakukan transaksi ekonomi. Struktur perekonomian Kota Depok pada tahun 2014 didominasi oleh sektor tersier sebanyak 54.21% [16].

Restoran termasuk di dalamnya kafe, sebagai salah satu sektor yang memberikan kontribusi PDRB tertinggi Kota Depok, hal ini disebabkan Kota Depok sebagai pusat pelayanan.

4.1.1 Sebaran Kafe di Jalan Margonda Depok

Berdasarkan survey lapang yang dilakukan, jumlah kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI di Jalan Margonda Raya berjumlah 18 kafe. Sebagian besar kafe berada di segmen margonda yang banyak memiliki point of interest disepanjang jalan yang keberadaannya dekat dengan pusat-pusat perdagangan, pemukiman, apartemen dan kampus.



Gambar 2. Sebaran Kafe di Jalan Margonda

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1.1 Karakteristik Psikografi Mahasiswa UI

Gaya hidup mencerminkan perilaku individu yang dapat dilihat dari aktivitas dan kegiatannya dalam menjalani hidup, baik dalam menggunakan uangnya maupun memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup akan mempengaruhi perilaku seseorang sehingga akan menentukan pilihan konsumsi seseorang [17].

Gaya hidup mahasiswa ui terbagi menjadi menjadi tiga tipe yaitu gaya hidup trendi, serius dan kaya informasi. Gaya hidup mahasiswa UI didominasi oleh gaya hidup kaya informasi dengan persentase 53%. Menurut Hutahuruk, kelompok mahasiswa bergaya hidup kaya informasi yaitu mahasiswa yang menjunjung aspek pendidikan dalam diri seseorang, berkompeten menjadi pemimpin dan suka mengikuti kompetisi atau ajang-ajang perlombaan di kampus atau di luar kampus. Mahasiswa tipe ini juga mengikuti perkembangan teknologi terbaru seperti internet.

Gaya hidup yang mendominasi selanjutnya adalah gaya hidup serius dengan persentase 53%. Menurut Hutahuruk, kelompok mahasiswa bergaya serius yaitu mahasiswa yang aktif dalam menjadi pengurus kegiatan organisasi, sosial dan produktif. Mahasiswa tipe ini mengarahkan aktivitasnya dengan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

Gaya hidup mahasiswa UI dengan persentase sedikit yaitu gaya hidup trendi dengan persentase 12%. Menurut Hutahuruk, kelompok mahasiswa bergaya trendi yaitu mahasiswa yang suka berbelanja barang-barang bermutu tinggi, mahal, dan bergensi. Selain itu, mahasiswa trendi dalam bergaul dengan sering pergi ke mal atau plaza bersama teman-teman dan selalu mengikuti gaya berpakaian yang terbaru. Mahasiswa tipe ini mengarahkan aktivitasnya untuk mencapai kenikmatan hidup.

5.1.2 Kognitif Mahasiswa UI Tentang Keberadaan Kafe

Kognitif merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan, sesuai dengan pernyataan Golledge yang

mengatakan bahwa aspek yang paling berpengaruh dalam perilaku keruangan adalah sikap, persepsi, kognitif dan pembelajaran dalam diri seseorang.

Sumber informasi mahasiswa UI tentang kafe didominasi oleh sumber informasi yang berasal dari teman dan internet. Sumber informasi dari teman memiliki persentase 51%. Mahasiswa UI berpendapat bahwa sumber informasi tentang kafe dari teman, mempunyai informasi yang lebih valid, lebih dipercaya dan biasanya teman mengajak untuk meeting di kafe tersebut dan rekomendasi dari teman yang sering mengunjungi kafe di sekitar margonda.

Sumber informasi tentang kafe yang dominan selanjutnya diketahui dari internet dengan persentase 46% . Mahasiswa UI juga berpendapat bahwa, sumber informasi tentang kafe dari internet lebih efektif menyebarkan informasi dan memberikan informasi yang lebih beragam. Hal ini disebabkan banyaknya review tentang kafe di sosial media, website jelajah kuliner dan blog.

Sumber informasi yang sedikit dijadikan sebagai informasi tentang kafe oleh mahasiswa UI yaitu lainnya dan brosur. Lainnya yang dimaksud adalah mahasiswa yang sering melewati jalan margonda sehingga mahasiswa Soshum telah mengetahui lokasi dan keberadaan kafe tersebut. Sumber Informasi lainnya memiliki persentase 3%. Untuk brosur, tidak dijadikan pilihan dalam memilih kafe.

5.2 Karakteristik Lokasi Kafe Yang Dipilih Mahasiswa UI

Kafe adalah tempat makan sederhana dan informal yang menyediakan makanan dan minuman cepat saji termasuk kopi. Secara operasional, yang dimaksud dengan kafe adalah tempat makan yang menjual minuman dan makanan cepat saji yang *establishment type* yaitu *coffee shop* (kedai kopi), *quick bites* (makanan cepat saji seperti *sandwich*, pasta dan mie) dan *dessert* (kue dan roti).

Berdasarkan hasil survey lapang, kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI berjumlah 18 kafe. Berdasarkan pengelompokkan tipe kafe seperti yang telah dijelaskan pada bab metodologi penelitian, karakteristik dari lokasi kafe adalah sebagai Tabel 5 berikut:

Tabel 5. 1 Karakteristik Lokasi Kafe Berdasarkan Identitas Kafe

Identitas Kafe	Tipe 'U' Sederhana	Tipe 'M' Menengah	Tipe 'S' Elite
Fasilitas	Sangat Menarik	Sangat Menarik	Menarik
Harga	Rp. 50.000 (Murah)	Rp 50.000-100.000 (Mahal)	Rp 50.000-100.000(Mahal)
Brand	Lokal	Lokal	Global
Pola Distribusi	Franchise	Non Franchise	Franchise
Keberadaan Kafe	Berdiri sendiri	Berdiri sendiri	Menyatu dengan Mall
Menu	Mie, roti bakar dan susu	Kopi modern dan makanan cepat saji	Kopi modern dan kue kering

Sumber: Pengolahan Data Hasil Lapang, 2017

Berdasarkan identitas kafe pada table 5.1, maka dasar pengelompokkan tipe kafe menjadi tipe ‘U’ dengan label kelas sederhana, tipe ‘M’ dengan label kelas menengah dan tipe ‘S’ dengan label elite adalah sebagai berikut:

1. Tipe ‘U’ Sederhana

Kafe tipe ‘U’ dengan label sederhana berasal dari kafe yang paling mendominasi yang dipilih oleh mahasiswa UI yang dikelompokkan menjadi 3 kafe favorit, kafanya adalah kafe Upnormal. Kafe tipe ‘U’ sendiri dilabeli dengan kafe sederhana didasarkan pada karakteristik identitas kafe pada table 5.1 yang terdiri dari beberapa aspek yaitu harga, *brand* dan menu yang disajikan. Kafe sederhana yang dimaksud dari aspek harga mempunyai harga Rp. 50.000,- dalam sekali pembelian. Harga ini digolongkan harga yang murah untuk 1x pembelian di kafe. Selanjutnya dari aspek *brand*, kafe ini merupakan kafe yang mempunyai skala lokal atau hanya ada di Pulau Jawa, sehingga kafe ini dapat dikatakan sebagai kafe yang *brand*-nya belum diketahui oleh orang banyak. Untuk aspek menu yang disajikan tergolong ke dalam *establishment type quick bytes* atau makanan cepat saji, dimana kafe ini hanya menjual indomie, roti dan minuman susu. Menu yang ditawarkan di kafe ini tergolong sederhana dibandingkan kafe lainnya.

2. Tipe ‘M’ Menengah

Kafe tipe ‘M’ dengan label menengah berasal dari kafe yang paling mendominasi yang dipilih oleh mahasiswa UI yang dikelompokkan menjadi 3 kafe favorit, kafanya adalah kafe Mug. Kafe tipe ‘M’ sendiri dilabeli dengan kafe menengah didasarkan pada karakteristik identitas kafe pada table 5.1 yang terdiri dari beberapa aspek yaitu fasilitas, harga, *brand* dan menu yang disajikan. Kafe dikatakan menengah dapat dilihat dari aspek fasilitas yang dikategorikan ke dalam kafe yang mempunyai fasilitas sangat menarik yang terdiri dari wifi, ac, toilet, musholla, tempat parkir, tempat merokok dan tersedia stop kontak. Selanjutnya harga yang dibayarkan yaitu Rp 50.000-100.000. Harga ini digolongkan mahal untuk 1x pembelian di kafe. Dari aspek *brand*, kafe ini merupakan kafe yang mempunyai skala lokal atau hanya ada di Kota Depok, sehingga kafe ini dapat dikatakan sebagai kafe yang *brand*-nya belum diketahui oleh orang banyak. Untuk aspek menu yang disajikan tergolong ke dalam *establishment type coffee shop* atau menjual kopi modern dengan makanan cepat saji seperti nasi goreng, kentang goreng, mie aceh dan lainnya.

3. Tipe ‘S’ Elite

Kafe tipe ‘S’ dengan label elite berasal dari kafe yang paling mendominasi yang dipilih oleh mahasiswa UI yang dikelompokkan menjadi 3 kafe favorit, kafanya adalah kafe Starbucks. Kafe tipe ‘S’ sendiri dilabeli dengan kafe elite didasarkan pada karakteristik identitas kafe pada table 5.1 yang terdiri dari beberapa aspek yaitu fasilitas, harga, *brand*, pola distribusi, keberadaan kafe dan menu yang disajikan. Kafe dikatakan elite dapat dilihat dari aspek fasilitas yang dikategorikan ke dalam kafe yang mempunyai fasilitas menarik yang terdiri dari wifi, ac, tempat parkir, tempat merokok dan tersedia stop kontak. Selanjutnya harga yang dibayarkan yaitu Rp 50.000-100.000. Harga ini digolongkan mahal untuk 1x pembelian di kafe. Dari aspek *brand*, kafe ini merupakan kafe yang mempunyai skala

global dimana pola distribusi dari kafe ini adalah franchise yang mempunyai cabang tersebar di berbagai negara di dunia, sehingga kafe ini dapat dikatakan sebagai kafe yang *brand*-nya sudah terkenal. Untuk aspek keberadaan kafe, kafe ini berada atau menyatu dengan mall Margo City, sehingga kafe ini mempunyai nilai lebih dibandingkan kafe lainnya karena berada di dalam Mall yang paling bagus di Kota Depok. Untuk aspek menu yang disajikan tergolong ke dalam *establishment type coffee shop* atau menjual kopi modern dengan kue kering seperti *pastries* dan *sandwich*.

Tabel 5.2 Karakteristik Lokasi Kafe Berdasarkan Situasi Kafe

Point Of Interest	Wilayah Perekonomian Agak Ramai	Wilayah Perekonomian Ramai	Wilayah Perekonomian Sangat Ramai
	Hotel Bumi Wiyata	Apart. Taman Melati, St UI, Margonda Residen, Rumah Sakit Bunda	Margo City, Margo Hotel, Detos, Apart. Park View, St Pondok Cina, Universitas Gunadarma, Universitas Indonesia

Sumber: Pengolahan Data Lapang, April 2017

Berdasarkan tabel 5.2, *point of interest* yang terlihat, muncul dari kafe-kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI. *Point of interest* tersebut, dibagi menjadi 3 wilayah perekonomian. Pembagian wilayah ini berdasarkan jarak dari kafe-kafe yang dipilih oleh mahasiswa UI di sepanjang Jalan Margonda Raya. Dari 18 kafe tersebut, jarak dari kafe pertama sampai kafe terakhir lebih berjarak 2.7 km. Sehingga wilayah tersebut diklasifikasikan menjadi 3 dinamika ekonomi berdasarkan jumlah *point of interest*-nya, yaitu:

Wilayah perekonomian dibagi menjadi 3 kelas berdasarkan jumlah *point of interest*-nya, yaitu:

a. Wilayah Perekonomian Tidak Ramai

Wilayah perekonomian tidak ramai mempunyai 0-3 *point of interest*. Pada wilayah perekonomian tidak ramai, *point of interest*-nya adalah Hotel Bumi Wiyata yang telah lama berdiri di Depok. Jumlah kafe yang ada di wilayah ini terbilang sedikit (4 kafe) dengan lokasi kafe yang saling berjauhan. Dua diantaranya berlokasi dekat dengan Hotel Bumi Wiyata yaitu kafe tipe ‘U’ dengan kelas sederhana (*coffee toffee*) dan kafe tipe ‘S’ kelas elite (*the harvest*).

b. Wilayah Perekonomian Ramai

Wilayah perekonomian ramai mempunyai 4-6 *point of interest*. Pada wilayah perekonomian ramai dengan *point of interest* berupa Apartemen Melati, Stasiun UI, Apartemen Margonda Residen dan RSUD Bunda, jumlah kafe yang dipilih terbilang banyak (10 kafe) dengan lokasi kafe yang berpecah. Kafe yang dipilih mencakup semua tipe kafe. Lima diantaranya berlokasi dekat dengan Apartemen Taman Meatil dan Stasiun UI yaitu kafe tipe ‘U’ kelas sederhana (Milan), kafe tipe ‘S’ kelas elite (Yellow dan Pangestu) dan kafe tipe 2 kelas menengah (Mug). Tiga kafe lainnya berlokasi dekat dengan Apartemen Mares dan RSUD Bunda yaitu kafe tipe ‘M’ kelas menengah (Kami Ruang Kafe) dan kafe tipe ‘S’ kelas sederhana (Upnormal dan Zoe).

c. Wilayah Perekonomian Sangat Ramai

Wilayah perekonomian sangat ramai mempunyai > 6 *point of interest*. Pada Wilayah perekonomian sangat ramai dengan *point of interest* termasuk Universitas Indonesia, Universitas Gunadarma, Stasiun Pondok Cina, Margo Hotel, Margo City, Detos dan Apartemen Park View. Jumlah kafe yang dipilih terbilang sedikit (4 kafe) dengan 2 lokasi kafe yang saling berjauhan dan 2 lokasi kafe yang berdekatan. Dua di antaranya berlokasi di dalam Mall Margo City dan dekat dengan Detos dan Apartment Park View yaitu kafe tipe ‘S’ kelas elite (starbucks) dan kafe tipe ‘M’ kelas menengah (J.Co).

Mahasiswa UI yang memilih lokasi kafe tipe U sederhana sebanyak 26.53%, tipe S elite sebanyak 40.82% dan tipe M menengah sebanyak 32.65%. Kafe tipe sederhanayang paling banyak dipilih adalah kafe yang berada pada wilayah perekonomian ramai. Kafe tipe elite yang paling banyak dipilih merupakan kafe di Jalan Margonda yang berada di wilayah perekonomian sangat ramai. Kafe tipe menengah yang paling banyak dipilih merupakan kafe di Jalan Margonda yang berada di wilayah perekonomian agak ramai.

Berdasarkan ketiga tipe kafe tersebut, maka kafe yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa UI adalah kafe tipe elite. Walaupun mempunyai harga yang mahal dan fasilitas menarik, tetapi kafe tipe elite merupakan kafe dengan *brand* internasional yang telah mendunia dan berada di wilayah sangat ramai. Asumsinya kafe yang berada di pusat keramaian berupa Mall, akan banyak dikunjungi sehingga akan berpengaruh terhadap kunjungan ke kafe tersebut.

5.3. Perilaku Gaya Hidup Mahasiswa UI Dengan Tipe Lokasi Kafe

5.3.1 Wilayah Perekonomian Sangat Ramai

Mahasiswa UI di wilayah perekonomian sangat ramai, memilih kafe dengan semua jenis gaya hidup adalah tipe elite (Kopi Bar), Tipe elite (Starbucks) dan tipe menengah(J.Co).

Gaya hidup pada kafe ini didominasi oleh gaya hidup serius yang memilih kafe tipe elite (Starbucks). Dapat diasumsikan bahwa kafe ini disukai oleh semua jenis gaya hidup.

Tipe elite adalah kafe yang mempunyai fasilitas menarik terdiri dari wifi, ac, stop kontak, lahan parkir dan tempat merokok, harga mahal, brand global, pola distribusinya franchise, menyatu dengan mall, dan mempunyai menu kopi dan kue kering. Tipe “elite” dipilih karena terletak di wilayah yang sangat ramai dan menyatu dengan mall sehingga mahasiswa dapat melakukan pergerakan ganda ke tempat hiburan lainnya, walaupun harga yang ditawarkan di kafe ini mahal.

5.3.2 Wilayah Perekonomian Ramai

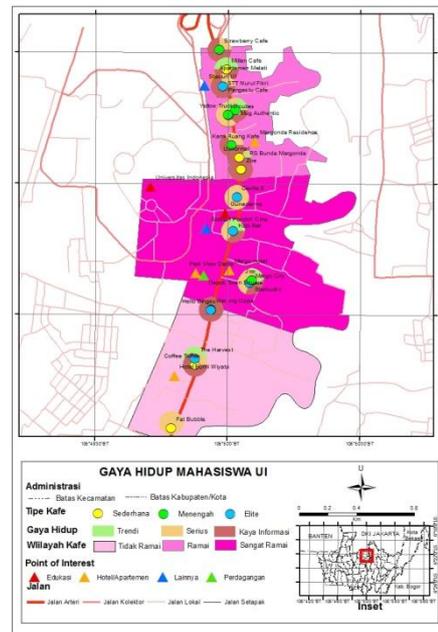
Mahasiswa UI memilih kafe dengan semua jenis gaya hidup memilih semua tipe kafe yaitu tipe sederhana

(Upnormal), tipe menengah (Mug Authentic dan Yellow Truck).

Gaya hidup yang mendominasi kafe ini adalah gaya hidup kaya informasi yang memilih tipe kafe sederhana. Kafe tipe sederhana merupakan kafe yang mempunyai fasilitas sangat menarik terdiri dari wifi, ac, toilet, games, stop kontak, lahan parkir dan tempat merokok, harga yang murah, brand lokal, pola distribusinya franchise, berdiri sendiri, dan mempunyai menu mie, roti bakar dan susu. Artinya kafe ini disukai oleh semua jenis gaya hidup mahasiswa yang melihat faktor utama dari identitas kafe yaitu fasilitas sangat menarik dan menawarkan harga yang murah. Selain itu, kafe ini juga terletak di wilayah ramai sehingga asumsinya jika suatu tempat dekat dengan pusat keramaian maka, pusat keramaian tersebut dapat mempengaruhi tempat-tempat sekitarnya.

5.3.3 Wilayah Perekonomian Tidak Ramai

Tidak semua mahasiswa bergaya hidup trendi, serius dan kaya informasi memilih kafe di wilayah perekonomian tidak ramai. Hal ini dapat disebabkan oleh kafe-kafe tersebut berada di wilayah perekonomian tidak ramai karena mempunyai 1 point of interest yaitu Hotel Bumi Wiyata. Kafe yang paling dominan dipilih oleh mahasiswa UI adalah tipe sederhana (Coffee Toffee) yang bergaya hidup kaya informasi.



Gambar 3. Peta Gaya Hidup Dengan Tipe Kafe

5.3. Perilaku Kognitif Mahasiswa UI Dengan Tipe Lokasi Kafe

5.3.1 Wilayah Perekonomian Sangat Ramai

Sumber informasi mahasiswa UI tentang pengetahuan lokasi kafe pada wilayah perekonomian sangat ramai terdiri dari internet, brosur, teman dan lainnya. Untuk sumber informasi brosur dan lainnya tidak dijadikan pilihan dalam memilih kafe. Mahasiswa UI yang mengetahui kafe

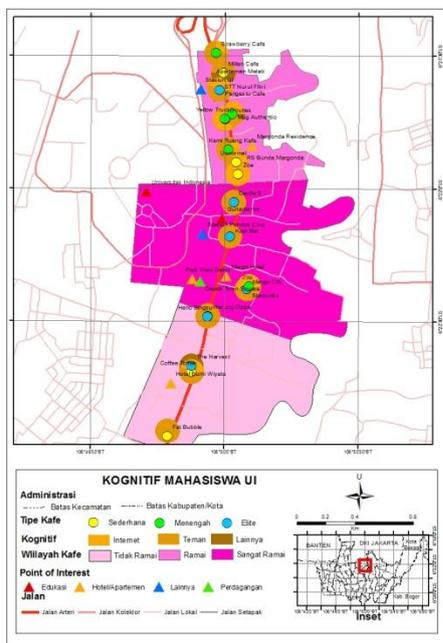
bersumber dari internet dan teman. Sumber informasi yang paling dominan pada wilayah ini adalah tipe kafe *elite*.

5.3.2 Wilayah Perekonomian Ramai

Kafe yang diketahui oleh mahasiswa UI bersumber dari internet, teman dan lainnya yang paling dominan adalah tipe menengah (Mug Authentic). Sumber informasi yang paling dominan pada kafe ini berasal dari internet. Internet dianggap menjadi sumber yang lebih terpercaya dan mempunyai ragam informasi yang dapat dilihat dari situs jelajah kuliner, instagram dan sosial media lainnya.

5.3.3 Wilayah Perekonomian Tidak Ramai

Kafe yang diketahui oleh mahasiswa UI yang paling dominan adalah tipe sederhana (Coffee Toffeee) yang berasal dari teman. Sumber informasi dari teman disebut sebagai informasi yang sesuai dengan fakta.



Gambar 4. Peta Kognitif Dengan Tipe Kafe

7. KESIMPULAN

Perilaku spasial mahasiswa UI dalam memilih lokasi kafe di Jalan Margonda terdiri dari karakteristik mahasiswa yaitu psikografi (gaya hidup) dan kognitif (sumber informasi) serta karakteristik lokasi yaitu identitas kafe dan situasi berdasarkan point of interest. Ditinjau dari psikografik dan kognitifnya, mahasiswa UI memilih tipe kafe yaitu tipe kafe sederhana, menengah dan elite berdasarkan identitas kafe yang dilihat dari 2 faktor utama yaitu fasilitas dan harga.

Ditinjau dari psikografiknya, mahasiswa bergaya hidup kaya informasi cenderung memilih tipe kafe berkelas sederhana di wilayah perekonomian ramai. Sedangkan mahasiswa bergaya hidup trendi dan serius, lebih fleksibel dalam memiliki kafe baik tipe maupun lokasinya.

Pengetahuan mahasiswa UI tentang suatu kafe yang bersumber dari internet dan teman memberikan kontribusi lebih terhadap keputusan mahasiswa UI dalam memilih kafe-kafe berkelas menengah di wilayah perekonomian ramai

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Dr. Dewi Susiloningtyas, M.Si dan Dr. Hafid Setiadi, M.T selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dalam proses penelitian ini, selanjutnya kepada Dr. Triarko Nurlambang, MA, Nurrokhmah R, S.Si, M.Si dan Dr. Hayuning Anggrahita, M.S.M yang telah memberikan masukan tambahan untuk penyempurnaan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mardina, Puteri (2014). Pola Spasial Lokasi Hangout Yang Dipilih Oleh Remaja SMAN Jakarta Selatan. Depok: Universitas Indonesia.
- [2] Pemerintah Kota Depok, 2016. RPJM Kota Depok, 2016-2021. Depok
- [3] Pemerintah Kota Depok, 2016. RPJM Kota Depok, 2016-2021. Depok
- [4] Golledge, R.G dan Stimson, R J. (1997). Spatial Behavior: a Geographic Perspective New York: The Guilford Press
- [5] Hadinugroho. (2002). Ruang dan Perilaku: Suatu Kajian Arsitektural. FT: Arsitektur Sumatera Utara.
- [6] Kasali, R. (1998). Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi Targetting Positioning). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Plummer, J (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. Journal of Marketing: 33-37
- [8] Hutahuruk, T. (2006). Segmentasi Pengguna Media Online Berdasarkan Gaya Hidup. Depok: Universitas Indonesia
- [9] Montello, D.R. (2009). Cognitive Geography. In R. Kitchin & N. Thrift(Eds). International Encyclopedia of Human Geography. 2: 160-166.
- [10] Pawitro, Udjiyanto. 2011. Trend Kawasan Perkotaan-Industri Properti Dan Gaya Hidup Metropolitan. Teknik Arsitektur, p: 2-3.
- [11] Sumaatmadja, Nursid. 1981. Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan. Bandung: Alumni.
- [12] Rubenstein, J. M. (2008). The Cultural Landscape: AN Introduction to Human Geography. (9th ed). Upper Saddle River, N.J:Prentice Hall.
- [13] Kotler, Amstrong. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [14] Hadi, Sutrisno. 2004. Statistik. Yogyakarta: Andi
- [15] Amirin, T. 2011, Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin, Erlangga, Jakarta.
- [16] Pemerintah Kota Depok, 2016. RPJM Kota Depok, 2016-2021. Depok.
- [17] Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan Jilid 2, Jakarta, Prehalindo.