

Pola perilaku belanja penghuni rusunawa Pulogebang = Shopping behavior patterns of the residents at rusunawa Pulogebang

Seruni Arifah Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474906&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pengentasan pemukiman kumuh sedang marak dilakukan oleh pemerintah melalui perelokasian pemukiman yang berada pada kawasan kumuh dan illegal ke rumah susun sederhana sewa, salah satunya ialah Rusunawa Pulogebang. Perubahan jenis hunian dari hunian horizontal ke hunian vertikal menyebabkan adanya perubahan perilaku pada penghuni Rusunawa Pulogebang, salah satunya ialah perilaku belanja. Perilaku belanja dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi, faktor sosial dan tingkat kedekatan penghuni dengan masyarakat sekitar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan geografi humanistik sebagai landasannya. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori perilaku keruangan yang dikaitkan dengan teori jarak sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kedua faktor yang mempengaruhi perilaku belanja, faktor pribadi lebih mempengaruhi perilaku belanja. Sementara tingkat kedekatan mempengaruhi jarak sosial yang dimiliki penghuni. Jarak sosial tersebut berpengaruh terhadap perjalanan yang dilakukan penghuni saat berbelanja. Terdapat tiga skala sosial yang terbentuk yang jika diurutkan dari terdekat hingga terjauh yaitu sebagai keluarga, sebagai tetangga dan sebagai kenalan. Semakin jauh jarak sosial yang terbentuk, maka semakin bervariasi tipe belanja dan semakin jauh perjalanan belanja yang terbentuk pada pola perilaku belanja penghuni Rusunawa Pulogebang.

<hr>

ABSTRACT

Alleviation of slum dwellings is being carried out by the government through relocation of settlements located in slums and illegal locations to apartments, one of which is the Rusunawa Pulogebang. Changes in the type of horizontal dwelling to vertical dwelling causes behavioral changes on Rusunawa Pulogebangs residents, especially on shopping behavior. Shopping behavior can be influenced by personal factors, social factors and social nearness of residents towards the surrounding. This qualitative research is conducted by using humanity geography approaches. The analysis is conducted using spatial behavior theory that is related with social distance theory. The results show that from two factors that influence shopping behavior, personal factor gives more influence to shopping behavior. On the other hand, social nearness effects social distance owned by residents. Social distance affects the trips that residents make when shopping. There are three social distance scales formed which, if sorted from the nearest to the furthest, is as family, as neighbors, and as acquaintances. The furthest social distance that is formed, the more varied types of shopping and the further shopping trip that is formed on shopping behavior patterns of Rusunawa Pulogebangs residents.