

Pengaruh Lokasi Perguruan Tinggi Terhadap Keberlanjutan Coffee Shop Pada Masa Pandemi Di Secondary Cities Pulau Jawa (Studi Kasus Kota Bogor, Kota Purwokerto, Kota Malang) = The Influence of College Locations on Coffee Shop Sustainability During the Pandemic in the Secondary City of Java Island (Case Study of Bogor City, Purwokerto City, Malang City)

Prigel Priyo Utomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555375&lokasi=lokal>

Abstrak

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Salah satu bentuk gaya hidup urban anak muda di era milenial dan gen z adalah suka berkumpul di coffee shop. Perguruan Tinggi merupakan agen pengubah wajah kota, termasuk gaya hidupnya. Di kota-kota kedua (secondary cities), peran Perguruan Tinggi lebih besar lagi dalam mengubah gaya hidup, terutama kota kedua yang memiliki Perguruan Tinggi. Hal ini disebabkan karena Perguruan Tinggi, terutama Perguruan Tinggi Negeri, merupakan faktor penarik mahasiswa dari berbagai daerah. Dengan mengacu pada latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola persebaran dan perubahan persebaran coffee shop di Kota Bogor, Kota Purwokerto, dan Kota Malang di tahun 2019 dan di masa pandemi, yakni tahun 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode scraping data dan analisis deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan berasal dari hasil scraping data dan Google Earth, sedangkan untuk validasi data berasal dari aplikasi Zomato dan Google Maps. Adapun variabel spasial yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi coffee shop, lokasi perguruan tinggi, dan jarak coffee shop dari perguruan tinggi. Variabel non spasial yang dikumpulkan yaitu harga produk, jam operasional coffee shop, rating dan jenis dari coffee shop. Hasil analisis data menunjukkan bahwa jumlah dan pola persebaran coffee shop pada masa sebelum dan saat terjadi pandemi tidak berubah. Keberadaan civitas akademika Kampus Vokasi IPB, Kampus Unsoed, dan Kampus UB & UM sebagai konsumen coffee shop, dan pada saat pandemi kembali ke daerah asalnya, tidak berpengaruh terhadap pola persebaran coffee shop. Coffee shop baru tetap tumbuh dan tersebar di berbagai lokasi. Penelitian ini berkesimpulan bahwa coffee shop sebagai gaya hidup telah menjadi bagian dari penduduk setempat sehingga menciptakan kegiatan ekonomi baru di berbagai lokasi, baik coffee shop konvensional maupun coffee shop dengan jenis coffee to go.

.....Lifestyle can influence a person's behavior and ultimately determine a person's consumption choices. One form of the urban lifestyle of young people in the millennial and gen z era is gathering in coffee shops. College is an agent that changes the face of the city, including its lifestyle. In secondary cities, the role of universities is even robust in changing lifestyles, especially in the second city where universities lie. The phenomenon happened because Universities, especially State Universities, are a factor attracting students from various regions. Concerning this background, this study aims to determine the distribution pattern and changes in the distribution of coffee shops in Bogor City, Purwokerto City, and Malang City in 2019 and during the pandemic, namely in 2021. The method used in this study is the scraping method, qualitative descriptive data, and analysis. The data sources used are from data scraping and Google Earth, while data validation comes from Zomato and Google Maps applications. The location of the coffee shop, the college,

and the distance of the coffee shop from the university are considered spatial variables. The non-spatial variables collected are product price, coffee shop operating hours, rating, and type of coffee shop. The results of data analysis show that the number and distribution pattern of coffee shops in the period before and during the pandemic did not change. During the pandemic, most of the academic community of the IPB Vocational Campus, Unsoed Campus, and UB & UM Campuses returned to their original areas. They are one of the loyal coffee shop consumers. Even the number of the academic community decreased, it did not affect the coffee shop distribution pattern. New coffee shops continue to grow and spread in various locations. This study concludes that the coffee shop has become part of the local people's lifestyle and creating new economic activities in various locations, both conventional coffee shops, and coffee shops with the type of coffee to go.