

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai trend ngopi sebagai simbol dalam kelas sosial masyarakat di Kota Bandung dimana konsumen kedai starbucks dijadikan sebagai subjek penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Masyarakat, khususnya masyarakat Kota Bandung memaknai budaya ngopi sebagai sebuah kebiasaan yang sulit untuk dihindari atau bahkan ditinggalkan. Kebiasaan ini terjadi karena kegiatan ngopi sudah dianggap sebagai suatu keharusan yang harus dijalani seseorang baik sebelum menjalankan aktivitasnya, atau diakhir kegiatan kesehariannya, dan bahkan tidak sedikit orang yang melakukan kegiatan ngopi ini disela-sela waktu kegiatan maupun kesibukan seseorang setiap harinya. Bisa dikatakan kegiatan ngopi ini juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup baru bagi masyarakat. Hal ini dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern dimana gaya hidup seseorang berubah menjadi lebih kompleks dan menginginkan hal yang lebih praktis. Selain itu juga kebiasaan ngopi sedang trend di berbagai kalangan masyarakat akhir-akhir ini, hal ini disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya yaitu semakin banyaknya kafe atau kedai kopi yang bermunculan baik itu kedai kopi yang sederhana hingga mewah sekalipun yang pada akhirnya mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan ngopi tersebut. Sehingga pada akhirnya kegiatan ngopi ini dijadikan sebagai ajang atau media dalam berinteraksi satu sama lain. selain itu juga kegiatan ngopi sering dijadikan sebagai media hiburan untuk sekedar melepas kepenatan maupun kejenuhan seseorang dalam menjalani berbagai macam aktivitas kesehariannya.
2. Faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli kopi di kedai starbucks teridentifikasi menjadi tiga faktor, yaitu lokasinya yang sangat strategis. Sebagian besar kedai starbucks memang selalu berlokasi di tempat yang strategis yang bertujuan untuk memudahkan konsumennya

- membeli dan menikmati produk-produk dari starbucks itu sendiri. Belum lagi faktor kenyamanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak kedai starbucks, seperti koneksi internet, tempat yang nyaman, suasana yang mendukung seseorang untuk bersantai dan berlama-lama diam di kedai tersebut membuat pengunjung betah dan ingin terus kembali berkunjung. Hal tersebut merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan starbucks dalam menggaet hati para pelanggannya. Serta strategi lain yang dilakukan demi menarik lebih banyak lagi pelanggan yaitu dengan memberikan promo dan *benefit* yang menarik, terlebih apabila kita sudah mendaftar menjadi anggota atau member dari kedai tersebut akan mendapatkan penawaran yang cukup menguntungkan. Selain karena hal-hal yang sudah disebutkan sebelumnya, faktor lain yang memengaruhi seseorang dalam membeli kopi di kedai starbucks ialah karena faktor *brand* dan reputasi dari nama besar starbucks itu sendiri. Starbucks yang notabene adalah salah satu perusahaan jaringan kopi terbesar didunia dinilai memiliki sesuatu yang prestisius bagi para penikmatnya. Karena pada zaman sekarang, orang tidak hanya membeli kopi untuk dinikmati, namun juga membeli “gengsi” yang tersirat dalam nama *brand* yang dikonsumsi. Jadi, makna ngopi saat ini sudah mengalami perubahan yang menimbulkan penyimbolan terhadap keberadaan kelas sosial seseorang dalam masyarakat.
3. Hubungan antara kelas sosial seseorang dalam masyarakat dengan kopi starbucks yaitu adanya pemaknaan dari orang lain apabila dengan membeli atau mengonsumsi kopi bermerk seperti starburcks ini dapat dimaknai bahwa seseorang tersebut berasal dari kelas sosial tertentu padahal harga dalam satu gelas kopi starbucks terbilang cukup mahal. Starbucks yang merupakan sebuah *brand* ternama yang memiliki reputasi dan juga dianggap sebagai salah satu *brand high end* pada akhirnya dijadikan sebagai tolak ukur banyak hal bagi konsumennya. Karena tidak semua orang rela menggelontorkan dananya hanya untuk menikmati segelas kopi atau produk lainnya dengan harga yang tidak murah, dan secara tidak sadar hal tersebut

menimbulkan adanya anggapan nilai keeksklusifan terhadap produk-produk tersebut.

4. Dengan terjadinya kegiatan ngopi yang menjadi trend belakangan ini tentu saja berdampak pada tatanan kehidupan masyarakat, belum lagi trend ngopi saat ini dijadikan sebagai simbol kelas sosial seseorang pada masyarakat. Adapun dampak yang ditimbulkan dari hal tersebut diantaranya yaitu timbul perubahan pola perilaku masyarakat menjadi lebih boros, ini terjadi karena kegiatan ngopi sudah melebur menjadi bagian dalam gaya hidup seseorang. Gaya hidup juga dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, dimana manusia dituntut untuk memiliki kehidupan yang lebih praktis, namun kebutuhanpun menjadi lebih kompleks. Sehingga tidak heran apabila timbul perilaku konsumtif, khususnya bagi masyarakat perkotaan yang kesehariannya tidak dapat dipisahkan dari kebiasaan ngopi ini. Kegiatan ngopi sekarang seolah menjadi sebuah budaya baru dimasyarakat pada akhirnya memiliki pergeseran serta pembiasaan makna. Pada mulanya ngopi adalah hal yang biasa dilakukan, dan termasuk kedalam kebutuhan sekunder, namun saat ini makna ngopi menjadi lebih dalam dan kompleks. Ngopi mengalami perubahan menjadi sebuah kebutuhan primer dimana kegiatan tersebut memanglah harus benar-benar dipenuhi serta dimaknai sebagai kegiatan yang eksklusif. Terlebih apabila ngopi di kedai starbucks yang memiliki citra *brand* yang dianggap mewah dan dapat dijadikan sebagai objek simbol dalam mencirikan suatu kelas seseorang dalam masyarakat.

## 5.2 Implikasi

Skripsi ini berimplikasi pada beberapa hal, diantaranya:

1. Perilaku konsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi dapat dilihat dari aktor atau peminum kopi, aktivitas yang dilakukan, penampilan, alasan konsumsi kopi dan tempat minum kopi. Hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumsi kopi antara lain media sosial, gaya hidup, teman atau rekan kerja, keluarga, pendapatan, motif dan pengetahuan peminum kopi.

Indikator perilaku konsumtif sendiri antara lain konsumsi dilakukan hanya untuk menjaga penampilan diri atau gengsi, mengonsumsi atas pertimbangan harga dan konsumsi untuk menunjukkan status sosial.

2. Kegiatan mengonsumsi kopi atau ngopi pada dewasa ini menjadi sebuah kebiasaan serta dijadikan sebagai simbol gaya hidup baru bagi seseorang. Dengan dijadikannya kegiatan ngopi sebagai gaya hidup ini tentu berdampak pada pola perilaku konsumsi dan keputusan pembelian suatu masyarakat. Tentu hal ini tak terlepas dari perkembangan zaman yang semakin kompleks sehingga menyebabkan timbulnya tuntutan-tuntutan baru bagi kehidupan seseorang.
3. Kegiatan ngopi yang terjadi saat ini juga menjadi sebuah bukti dimana dengan adanya pola perilaku tersebut menimbulkan fenomena baru yang bahkan dapat dijadikan sebuah simbol dan makna terhadap suatu hal. Dalam hal ini keberadaan seseorang dalam sistem kelas sosial dimasyarakat. Ngopi saat ini tidak lagi menjadi sebuah kegiatan mengonsumsi kopi seperti biasanya. Apalagi jika dilakukan di tempat yang dianggap memiliki prestise seperti kedai Starbucks maka dianggap bisa menaikkan gengsi bagi para penikmatnya, tentu hal tersebut menjadi sebuah fenomena baru yang terjadi dimasyarakat belakangan ini. Selera individu penikmat kopi memilih kedai Starbucks untuk melakukan kegiatan ngopipun dipengaruhi oleh simbol-simbol yang disematkan oleh masyarakat terhadap *brand* Starbucks sendiri.
4. Bagi bidang Sosiologi, penelitian ini menjadi suatu bukti bahwa ilmu sosiologi memiliki peranan dalam menganalisis dan mengkaji tentang kebiasaan ngopi dimasyarakat kota Bandung dimana kegiatan tersebut disimbolkan menjadi sebuah penanda ataupun simbol dalam menunjukkan kelas sosial seseorang dalam kehidupan masyarakatnya. Hasil penelitian ini juga dapat dikaji dengan menggunakan teori-teori dalam ilmu sosiologi seperti teori kelas sosial dan juga teori interaksionisme simbolik. Sehingga dengan demikian, kedepannya mengenai fenomena kegiatan ngopi yang dijadikan sebagai simbol dalam kelas sosial masyarakat ini dapat dijadikan sebagai salah satu pembahasan dalam ilmu sosiologi.

### 5.3 Rekomendasi

Skripsi ini disusun dan dibuat untuk menjadi referensi, dan dikembangkan serta dapat bermanfaat. Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan rekomendasi kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi masyarakat Kota Bandung

Dengan adanya trend ngopi di kedai starbucks yang dilakukan oleh kalangan masyarakat kota Bandung memang berdampak pada kehidupan seseorang baik secara individu maupun dalam bermasyarakat. Peneliti menyarankan agar tidak terlalu konsumtif dalam melakukan kegiatan ngopi ini, terlebih tujuannya hanya untuk ajang pamer maupun hanya untuk menunjukkan atau menyimbolkan kelas sosialnya dalam kehidupan masyarakat, karena akan menimbulkan berbagai permasalahan baru yang boleh jadi merugikan bagi kehidupan kedepannya.

memaknai kegiatan mengonsumsi kopi di kedai starbucks sebagai

2. Bagi kedai kopi Starbucks

Peneliti merekomendasikan agar perusahaan starbucks sebagai salah satu perusahaan jaringan terbesar di dunia ini semakin meningkatkan kualitas dan pelayanan yang disajikan bagi para pelanggannya. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat sebagai konsumen akan semakin puas akan kualitas pelayanan maupun cita rasa yang dimiliki agar sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada pelanggan setianya.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif sebagai alat untuk menganalisis, peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya dilakukan dengan metode lain sehingga kajian mengenai fenomena kegiatan ngopi yang dijadikan sebagai simbol atau makna terhadap kelas sosial masyarakat semakin kaya, mendalam serta dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini.