

BAB V

PENUTUP

Melalui bab ini, penulis akan menguraikan kesimpulan penelitian, implikasi penelitian yang meliputi implikasi teoritis, implikasi praktis, dan implikasi sosial, serta saran untuk studi yang akan dilakukan selanjutnya.

Kedai kopi independen merupakan satu dari berbagai jenis kedai kopi di Indonesia yang menjadi tren di kalangan masyarakat, terutama anak muda. Masing-masing tren kedai kopi memiliki makna atau artinya sendiri bagi penikmatnya. Penelitian ini menggambarkan pemaknaan yang dibuat oleh konsumen anak muda mengenai konsumsi kopi di kedai kopi independen. Penggambaran ini berdasarkan hasil interpretasi data penelitian yang mengemukakan bahwa pemaknaan konsumsi kopi di kedai kopi independen bagi konsumen anak muda terbagi menjadi dua, yaitu eksplorasi dan produktivitas. Namun di beberapa waktu, masing-masing makna ini bukan merupakan makna independen karena pada dasarnya keduanya saling bergantung satu sama lain. Hal ini bergantung pada tujuan konsumen berkunjung ke kedai kopi independen. Secara lebih jelas, peneliti menguraikan pemaknaan kedai kopi independen sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Eksplorasi

Kedai kopi independen merupakan jenis kedai yang memiliki identitasnya masing-masing yang membuat adanya perbedaan nyata antara satu kedai dengan kedai lainnya. Perbedaan inilah yang menarik konsumen untuk mencari tahu lebih lanjut dengan mengeksplor berbagai kedai kopi-kedai kopi independen yang ada. Perbedaan yang dimaksud antara lain; cita rasa kopi, interior kedai, dan sajian menu. Dalam hal ini, kedai kopi independen dipilih konsumen atas kesenangan yang mereka rasakan dari upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhannya masing-masing. Sehingga setelah konsumen merasa senang dengan kedai kopi independen atas pemenuhan keinginan dan kebutuhannya tersebut, konsumen akan kembali memilih kedai kopi independen sebagai preferensi kedai kopinya dengan mencoba tidak hanya satu kedai kopi independen saja. Konsumen kemudian tidak hanya akan memutuskan

berkunjung ke kedai kopi independen atas dasar pemecahan masalah melainkan juga atas kesenangan yang mereka rasakan. Pengonsumsian kopi di kedai kopi independen kemudian juga menjadi tanda dalam diri konsumen yang menghubungkan konsumen dengan kelompok sosial tertentu, juga sekaligus membedakannya.

2. Produktivitas

Kesenangan yang dirasakan konsumen atas keragaman kedai kopi independen ditunjukkan dengan lancarnya penyelesaian pekerjaan oleh konsumen. Pekerjaan yang dimaksud adalah pekerjaan kantor atau tugas kuliah. Dengan perasaan senang yang muncul akibat pengalaman konsumsi di kedai kopi independen, konsumen dapat bekerja secara baik. Identitas kedai kopi independen yang berbeda dapat memberikan suasana yang juga berbeda-beda untuk konsumennya, yang mana dapat membantu konsumen untuk produktif. Sehingga ketika tujuan konsumen adalah untuk bekerja, maka konsumen akan mencoba berkunjung ke kedai kopi independen yang 'baru' dengan tetap sesuai kriteria masing-masing. Kriteria oleh konsumen tercipta akibat pengalaman konsumen ketika mengeksplorasi kedai kopi independen. Produktivitas dalam hal ini dapat berjalan dengan baik dengan adanya keragaman kedai. Dan keragaman kedai didapat oleh konsumen karena pengalaman konsumsi dengan mengeksplorasi keberagaman kedai kopi independen.

Inilah yang dimaksud Holbrook dan Hirschman (1982) bahwa penentuan konsumsi oleh konsumen merupakan hubungan yang kompleks antara konsumen dengan lingkungannya. Dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, konsumen membutuhkan kedai kopi independen. Namun dalam keberlangsungan jalannya bisnis kedai kopi independen, kedai membutuhkan konsumen. Dalam penelitian ini, keberagaman kedai kopi independen memberikan perasaan senang kepada konsumen sehingga beberapa konsumen memiliki kebiasaan untuk mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan kedai kopi independen yang sedang dikunjungi ke media sosialnya sebagai upaya mengulas. Juga, konsumen akan merekomendasikan kedai kopi independen yang mampu membuatnya senang ke teman-temannya.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menambah literatur bidang studi ilmu komunikasi, spesifiknya komunikasi strategis, melalui pengembangan dari *Experiential Aspects of Consumption* dan Teori Masyarakat Konsumsi dalam menjelaskan pemaknaan konsumsi kopi oleh konsumen muda di kedai kopi independen berdasarkan penentuan konsumsinya. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik atau bahasan serupa.

Experiential Aspects of Consumption yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan mengenai bahwa keputusan konsumen dalam membeli tidak hanya didasarkan pada pemikiran logis untuk pemecahan masalah saja, melainkan juga atas dasar perasaan, kegirangan, dan fantasi konsumen terhadap produk. Ketika konsumen memaknai sesuatu, maka konsumen benar-benar mengonsumsi sesuatu tersebut hingga memiliki arti bagi dirinya. Penelitian ini menggambarkan bagaimana pengalaman konsumsi oleh konsumen berdasarkan perasaan, kegirangan, dan fantasi terhadap kedai kopi independen hingga konsumen dapat memaknai pengkonsumsian kopi di kedai kopi independen.

Teori Masyarakat Konsumsi yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa konsumen mengonsumsi sesuatu berdasarkan penafsiran tanda pada objek yang dikonsumsi. Dan bagaimana konsumen memutuskan untuk mengonsumsi sesuatu juga akibat adanya hedonisme di kalangan masyarakat sekitarnya. Sehingga teori ini memperjelas bagaimana konsumen memutuskan konsumsi kopi di kedai kopi independen dengan memandang kondisi sosial.

5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini secara praktis memiliki peran dalam pemberian penjelasan serta rekomendasi pada pebisnis kedai kopi independen agar dapat memberikan pesan yang sesuai dari pemaknaan konsumen terhadap kedai kopi independen, yaitu eksplorasi dan produktivitas berdasarkan pengalaman konsumsi oleh konsumen di kedai kopi independen agar dapat menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap kedai karena telah tumbuh perasaan senang pada konsumen ketika mengonsumsi di kedai kopi

independen. Selain itu, penelitian ini juga berperan dalam pemberian penjelasan kepada konsumen kedai kopi mengenai bagaimana kedai kopi independen dimaknai oleh konsumennya, sehingga konsumen dapat mengevaluasi alternatif pilihan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya akan kedai kopi.

5.2.3 Implikasi Sosial

Penelitian ini secara sosial berperan dalam pemberian gambaran mengenai komunikasi sosial, terutama dalam lingkup konsumen dengan pesan-pesan yang ada di sekitarnya, tepatnya stimulus verbal dan nonverbal kedai kopi independen yang dirancang sedemikian rupa oleh pebisnisnya sehingga tersampainya tujuan bisnis kedai.

5.3 Saran

Setelah dilakukan interpretasi data, penelitian ini menjelaskan bahwa pemaknaan konsumsi kopi di kedai kopi independen oleh konsumen anak muda yaitu eksplorasi dan produktivitas. Eksplorasi dalam penelitian ini dijelaskan membantu produktivitas dan terbentuk dari keberagaman kedai kopi independen, antara lain cita rasa kopi, interior kedai, dan sajian menu. Dengan mengetahui makna konsumsi kopi di kedai kopi independen, maka pebisnis kedai kopi independen dapat menyusun pesan yang tepat kepada konsumennya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai hal apa yang paling berdampak dari cita rasa kopi, interior kedai, dan sajian menu kepada konsumennya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Widokarti & Priansa (2019), ketika konsumen akan memutuskan melakukan pembelian, konsumen salah satunya akan melakukan pencarian informasi mengenai produk, baik berdasarkan pengetahuan atau dari luar. Dalam penelitian ini digambarkan bahwa pengalaman konsumsi konsumen muda di kedai kopi independen menumbuhkan perasaan senang dari cita rasa kopi, interior kedai, dan sajian menu. Maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti manakah dari cita rasa kopi, interior kedai, dan sajian menu yang lebih berpengaruh pada kepuasan konsumen agar pebisnis kedai dapat menyusun strategi komunikasi pemasaran yang sesuai dengan pengalaman konsumsi konsumen. Penelitian selanjutnya juga diharapkan menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk diketahui pengukurannya secara jelas.