

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Kota Surakarta dan wedangan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, keduanya saling menghidupi satu sama lain. Salah satu Wedangan yang berada di kota Surakarta adalah Wedangan Pak No (WPN), wedangan tersebut cukup terkenal karena terdapat ciri khas yang tidak ditemukan di wedangan yang lain. Selain ciri khas wedangan tersebut juga terdapat instrumen lain yang membuat konsumen memilih melakukan aktivitas *eating out* di WPN. Berikut adalah tabel rangkuman yang menyatakan bahwa WPN telah memenuhi setiap kebutuhan konsumen untuk melakukan *eating out*:

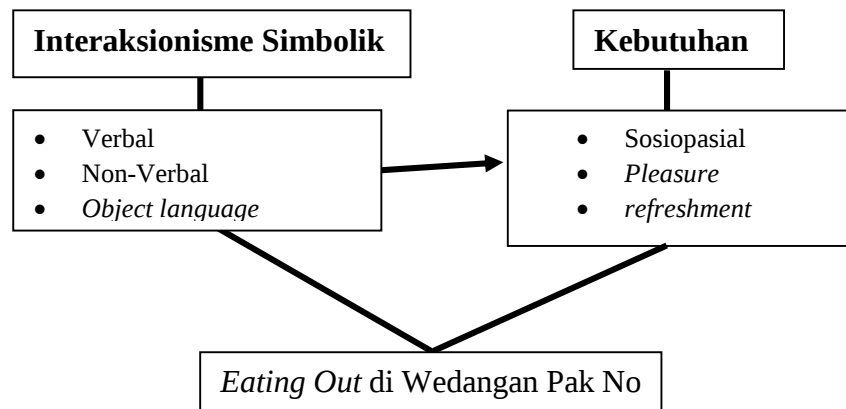
Instrument	Tujuan	Deskripsi
Bakaran	<i>Pleasure, Refreshment</i>	Bakaran yang Dibuat Pak No menggunakan bumbu yang dia racik sendiri, sehingga memiliki cita rasa yang berbeda dengan wedangan yang lain.
Tikar	Sosipasial	Tikar yang disediakan cukup banyak, dikarenakan konsumen wedangan Pak No datang berkelompok untuk melakukan aktivitas <i>eating out</i> sembari bermain game bersama, dan menikmati hidangan yang tersedia di WPN, dengan harapan ketika kursi panjang penuh konsumen bisa menggunakan tikar.
Aneka gorengan	<i>Pleasure, refreshment</i>	Aneka gorengan yang disediakan cukup variatif dan memiliki harga yang murah (2000/3pcs), mulai dari bakwan, mendoan, tahu isi, dll.
Aneka sate	<i>Pleasure, refreshment</i>	Sate yang tersedia cukup variatif, ada sate jeroan, sate keong, sate bakso, dll. Sate tersebut juga menjadi pembeda ketika konsumen bosan dengan masakan rumah.
Aneka nasi kucing	<i>Pleasure</i>	Nasi kucing yang memiliki porsi yang banyak menjadi kenikmatan bagi konsumen.

Kursi panjang	sosiopasial	Kursi panjang memiliki tujuan sosiopasial karena konsumen lebih intens untuk berbincang, untuk konsumen yang datang sendirian bisa berinteraksi dengan Pak No selagi Pak No menyiapkan menu pesanan pelanggan.
Rol kabel	sosiopasial	Melihat banyaknya konsumen yang bermain game, maka rol kabel menjadi sumber sosiospasial bagi konsumen yang datang untuk bermain game.
Aneka minuman	<i>Pleasure, refreshment</i>	Berbagai minuman dapat ditemukan di wedangan Pak No, mulai dari wedang jahe, the, minuman saset, dll. Menjadi kenikmatan bagi para konsumen, selain itu minuman yang bervariasi dapat menjadi pembeda dari minuman yang sering diminum di rumah.
Aneka kripik	<i>Pleasure, refreshment</i>	Kripik yang bervariasi menjadi kesenangan bagi konsumen. Mulai dari keripik kulit, keripik singkong, dll. Selain itu juga menjadi pembeda untuk cemilan yang tersedia di rumah.
Lampu sentir	<i>pleasure</i>	Lampu sentir menjadi ciri khas wedangan di Kota Solo, selain itu lampu sentir juga memberikan kesan hangat.

Tabel 5. 1 Kebutuhan *Eating Out*

Selain menyediakan setiap kebutuhan melalui *instrument*, Pak No juga menyediakan kebutuhan konsumennya melalui interaksi simbolik. Penulis telah merangkum interaksi simbolik yang dilakukan Pak No melalui tiga jenis interaksi yaitu interaksi verbal, interaksi non-verbal, dan *Object language*. Penulis telah menyusun tabel interaksi Simbolik yang dilakukan Pak No, dapat dilihat pada bab 4.2. Melalui analisa tabel tersebut membuktikan bahwa WPN dibentuk dengan interaksi simbolik sehingga membentuk aktivitas *eating out*. Melalui analisa yang telah penulis lakukan pada akhirnya aktivitas *eating out* di WPN telah membentuk pola sebagai berikut:

Gambar 5. 1 Pola *eating out* WPN



Pada akhirnya *Eating out* tidak hanya berbicara bagaimana manusia memenuhi kebutuhan biologisnya untuk makan, lebih dari itu *eating out* adalah sebuah mekanisme yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan *pleasure*, *refreshment* dan sosiopasial. Berdasarkan hasil analisa peneliti, WPN telah menyediakan ketiga kebutuhan tersebut. Seorang mahasiswa yang sibuk mengikuti kegiatan organisasi menemukan *pleasure* nya di WPN karena bisa makanan yang nikmat, selain itu kebutuhan sosiopasial mereka juga terpenuhi dengan tikar yang disediakan oleh Pak No dan juga terminal kuning yang digunakan untuk main game. Selain mahasiswa dan pelajar WPN juga menjadi tempat orang dewasa melakukan aktivitas *eating out* mereka memenuhi kebutuhan *refreshment*, kebutuhan tersebut mengacu pada masakan rumah yang kurang variative sehingga mereka mencari pembeda di WPN, selain itu mereka juga memenuhi kebutuhan sosiopasialnya dengan bertemu teman SMA sembari ditemani dengan wedang jahe buatan Pak No.

5.2. SARAN

1. Bagi Pemerintah Kota Surakarta khususnya Dinas Budaya dan Pariwisata perlu memperhatikan WPN atau wedangan lainnya karena melalui penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk pemajuan wedangan di Kota Surakarta.

2. Bagi Pak No terus mempertahankan kualitas wedangan dan juga tetap menjadi Pak No yang selalu akrab dengan konsumennya.
3. Bagi masyarakat Kota Surakarta, perlu mendorong kearifan lokal seperti WPN supaya kearifan lokal ini selalu lestari.
4. Kajian tentang *eating out* masih perlu dieksplorasi lagi, penulis menyarankan pada peneliti lain untuk mengkaji aktivitas *eating out* di sektor informal lainnya.
5. Kajian *eating out* dari Robin Fox sangat relevan jika di implementasikan pada pasar Formal. Penulis menyarankan untuk menggunakan kajian tersebut dalam pembahasan sektor formal.