

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Akibat perkembangan zaman dan krisis ekonomi di Indonesia membuat gaya hidup seseorang untuk mencari hiburan berubah. Waktu mereka habis untuk bekerja dan belajar sehingga tidak ada waktu untuk mencari hiburan. Era globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Keadaan dunia saat ini tentunya berbeda dengan keadaan tedahulu. Perubahan tersebut sesungguhnya juga terjadi dengan pola hidup masyarakat. Modernisasi telah banyak merubah kehidupan pada zaman ini perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan sosial budaya di tengah masyarakat.

Fenomena ini dimanfaatkan oleh pebisnis sebagai peluang yang menjanjikan. Sehingga, menjamurlah *coffee shop* yang menawarkan beberapa menu, tempat yang menarik dengan fasilitas seperti wifi, area merokok bahkan pengunjung dapat mneikmati hiburan yang telah disediakan oleh cafe sehingga menjadi solusi untuk tempat belajar, bekerja dan sebagainya. Fenomena *coffee shop* telah lama mewarnai pola kehidupan masyarakat khususnya di Kota Malang. Menurut Adi

W . Taroeprajeka salah satu konsultan kopi di Indonesia menyatakan bahwa hampir semua sudut kota dapat dipastikan ada warung kopi. Biasanya pengunjung akan berlama-lama berada di warung kopi untuk menikmati secangkir kopi, kue-kue, serta berbincang-bincang atau mengobrol. (Life.viva.id, diakses tanggal 19 September 2012).

Menurut Frans M. Royan, munculnya cafe di berbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan si pemilik cafe dan pencari kerja, hadirnya cafe juga melahirkan fenomena sosial dan budaya baru. Cafe bukan lagi sekedar tempat untuk minum teh, kopi dan menyantap makanan ringan sembari melepas kejenuhan dan melewatkan waktu, para pecinta cafe yang rutin berkunjung ke cafe-cafe melihat ada banyak peluang dan manfaat yang dapat mereka dapatkan saat berkunjung ke cafe mereka menjadikan cafe sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, memperluas jaringan, berbisnis ( Royan,2004) ini dibuktikan dengan beberapa cafe yang ada di Kota Malang.

Cafe-cafe saat ini bersaing untuk menawarkan berbagai macam menu makanan serta kualitas untuk mendapat konsumen sebanyak-banyaknya. Saat ini cafe mengalami pergeseran makna karena menjadi tempat untuk masyarakat melakukan aktivitas konsumsi semata sehingga menjadi gaya hidupnya. Nongkrong di cafe dengan mengkonsumsi kopi dimaknai dapat menenangkan pikiran, memberikan rasa bersama dan kekerabatan antar teman, memberikan inspirasi, serta dapat menunjukkan status sosial (Solikatun, Kartono, and

Demartoto 2015). Dalam hal ini muncullah budaya nongkrong yang identik dengan anak muda yang dimana anak muda memiliki prefrensi dalam memilih tempat untuk nongkrong.

Preferensi adalah kecenderungan, minat, kesukaan atau pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas sesuatu yang dikonsumsi (Srikandi 2017). Preferensi yang kuat akan menentukan produk-produk apa yang dipilih dan mempengaruhi keberadaan kelas sosial. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi dalam budaya nongkrong berkaitan dengan tren gaya hidup memilih café. Café dilihat sebagai tempat nongkrong yang elite, memiliki prestise dan dapat mempresentasikan keberadaan kelas sosial (Nadia 2020). Terutama anak muda yang sedang mencari identitas melalui tren gaya hidup dengan selera yang akhirnya membentuk *youth culture* (budaya anak muda).

Gaya hidup yang modern saat ini telah merambat keseluruh pelosok dunia, tak terkecuali bangsa Indonesia yang merupakan negara berkembang. Fenomena tersebut dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasat mata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya. Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan, serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh system nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Budaya nongkrong menjadi bagian dari gaya hidup yang dilihat untuk usaha memperlihatkan diri seorang individu dilingkungannya dan dapat memperoleh status sosial melalui gaya hidup yang ditunjukkan terhadap orang lain mengenai dirinya (Kalbamay 2017). Gejala

tersebut akan menimbulkan lapisan masyarakat yang merupakan perbedaan posisi seseorang atau suatu kelompok dalam kedudukan berbeda-beda secara vertikal.

Sistem lapisan dalam masyarakat dalam sosiologi dikenal dengan sebutan stratifikasi sosial (*social stratification*). Perwujudannya adalah kelas-kelas tinggi dan kelas yang lebih rendah. Di dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat dari sikap dan gaya hidup di antara kelompok-kelompok sosial berdasarkan kelas tertentu. Fenomena dari stratifikasi sosial ini akan selalu ada dalam kehidupan manusia. Stratifikasi sosial adalah perbedaan individu atau kelompok dalam masyarakat yang memposisikan seseorang pada kelas-kelas sosial yang berbeda-beda secara hierarki dan memberikan hak serta kewajiban yang berbeda-beda antara individu pada suatu lapisan sosial lainnya. Stratifikasi sosial muncul karena adanya sesuatu yang dianggap berharga didalam masyarakat. Sistem stratifikasi merupakan perbedaan penduduk atau masyarakat kedalam kelas-kelas secara bertingkat, yang diwujudkan kedalam kelas tinggi, kelas sedang dan kelas rendah (Binti Maunah 2015).

Tingkatan posisional dapat diklasifikasikan ke dalam kategori tingkatan kekayaan, ekonomi, pendidikan, dan status sosial. Istilah status sosial yakni orang yang memiliki gaya hidup, pemegang posisi, berpendidikan tinggi, dan asal usul keturunan. Penempatan terhadap posisi-posisi itu disebabkan oleh adanya perbedaan status sosial. Telah banyak masyarakat seperti saat ini diwarnai dengan adanya beberapa macam

corak perbedaan dengan ditunjukkannya jenis pelabelan oleh kelompok individu itu sendiri entah sengaja diciptakan atau dibentuk dengan sendirinya bahkan bukan hanya pada tataran ekonomi saja. Dalam fenomena yang terjadi di Kota Malang maraknya *coffee shop* yang beredar menimbulkan adanya stratifikasi sosial yang terjadi di *coffee shop* tersebut. Fenomena tersebut ditandai dengan bagaimana anak muda di Kota Malang dalam memilih *coffee shop* yang mana yang akan dipilih untuk nongkrong ataupun hanya sekedar meminum kopi saja. Hal ini terjadi karena setiap anak muda mempunyai preferensi sendiri bagaimana mereka memilih *coffee shop* yang akan dituju mulai dari faktor *ambience* atau pun mencari produk yang enak dan beberapa faktor yang lain yang lain.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penyusun mencoba mendalami dan mengkaji permasalahan tersebut dalam judul skripsi yang berjudul “**Stratifikasi Sosial Coffee Shop**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana stratifikasi sosial *coffee shop* di Kota Malang ?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan stratifikasi sosial *coffee shop* di Kota Malang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta memberikan sumbangan wawasan kajian teori khususnya tentang teori stratifikasi sosial dan kelas sosial pada konteks perkotaan

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Masyarakat: Harapan untuk masyarakat yakni hasil penelitian tentang stratifikasi sosial *coffee shop* di Kota Malang dapat menambah wawasan tentang *coffee shop* di Kota Malang.
2. Bagi Penulis: Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan penalaran, memberikan wawasan berfikir kritis, untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan teori-teori sosiologi yang penulis dapatkan di dalam bangku kuliah, serta penelitian ini diajukan sebagai syarat kelulusan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bagi penelitian selanjutnya: penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan penalaran, membentuk pola pikir yang dinamis, serta

hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, sehingga mampu menjunjung keilmuan dan mempertajam analisis terkait tema yang diangkat dalam penelitian ini.

## **1.5 Definisi Konsep**

### **1.5.1 Stratifikasi Sosial**

Stratifikasi sosial berasal dari kata *stratum* yang berarti strata atau lapisan lapisan sosial dalam masyarakat. Stratifikasi sosial adalah pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas yaitu adanya kelas tinggi, kelas sedang, dan kelas rendah dalam masyarakat. Stratifikasi sosial dapat diartikan sebagai pembedaan posisi atau kedudukan seseorang / kelompok secara vertikal. (Rizqon,2015). Perbedaan kedudukan tersebut dapat disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan seseorang dalam bersaing untuk menduduki posisi teratas dalam lapisan sosial (Handayani, 2018).

Karl Marx berpendapat bahwa stratifikasi sosial merupakan perbedaan kelompok masyarakat ke dalam kelas-kelas sosial yang ditentukan oleh relasi mereka terhadap alat-alat produksi antara kelas atas dan kelas bawah. Kelas atas (*borjuis*) adalah kelompok masyarakat yang mempunyai modal kekayaan yang mengontrol sumber-sumber kekayaan seperti tanah, bahan baku, mesin-mesin produksi, dan tenaga kerja. Sedangkan kelas bawah (*proletar*) adalah kelompok masyarakat

yang tidak mempunyai apa-apa selain tenaga kerja yang mereka miliki.(Nurfitriani, 2017).

Kelas sosial Max Weber merupakan suatu hal yang membagi seseorang untuk tergabung dalam sistem sosial tertentu ke dalam lapisan-lapisan menurut dimensi kekuasaan, hak istimewa, dan ketenaran. (Max Weber, Max Weber: *Selections in Translation* (Cambridge University Press, 1978). Max Weber mengatakan kelas menengah bawah telah diberi peran strategis dalam sejarah Kristenisasi. Weber telah sampai pada kesimpulan bahwa kelas-kelas yang kurang beruntung secara ekonomi seperti budak dan pekerja harian tidak akan pernah muncul sebagai pembawa bendera agama tertentu.

Max Weber menetapkan perbedaan antara kebijakan status ekonomi sosial dan masih menggunakan istilah kelas untuk semua tingkatan. Baginya, keberadaan kelas yang bersifat ekonomis adalah kelas yang bertumpu pada penguasaan tanah dan harta benda, dan juga merupakan kelas yang menggunakan kemampuannya untuk bergerak di bidang ekonomi (Anthony Giddens)

Pitirim A. Sorokin memberi definisi terkait stratifikasi sosial yakni pembeda individu sebagai warga di kelas dengan sifatnya yang hierarkis, dengan wujudnya yakni terdapat individu yang menempati kelas atas serta



kelas bawah. Stratifikasi sosial terjadi karena adanya kesenjangan dalam pembagian hak dan kewajiban di antara anggota masyarakat. ( Ratna, 2016)

### 1.5.2 Coffee Shop

Secara terminologis, kata *café* berasal dari bahasa Perancis *coffee*, yang berarti kopi. Orang Perancis menyebut kedai kopi dengan istilah *cafe*. Perancis menjadi salah satu Negara yang di juluki “Negeri Caffe” karena pesatnya perkembangan *caffe* disana dan dari Perancis lah *Cafe* mulai tersebar luas di dunia. *Cafe* atau *Coffee Shop* atau yang di kenal sebagai Kedai Kopi berasal dari Turki (Sekarang Istanbul). *Coffee Shop* pertamakali berdiri di Constatinopel di Turki (Istanbul) pada tahun 1475. Pada awalnya *Coffee Shop* hanya menjual minuman kopi (Ahmad, Fauzy). Di Indonesia, kata *café* kemudian disederhanakan kembali menjadi kafe. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998), kedai kopi (*coffee shop*) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi *espresso* dan kudapan kecil. Seiring perkembangannya, selain menyediakan kopi sebagai produk utama, kedai ini menyediakan makan kecil dan makanan berat.

Menurut Atmodjo (2002), ada dua puluh dua jenis tipe restoran, yaitu *a’la carte restaurant*, *table d’hote restaurant*, *coffe shop* atau *brasserle*, *cafetaria/cafe*, *canteen*, *continental restaurant*, *carvery*, *dining room*, *dischoteque*, *fish and chip shop*, *grill room (rotisserie)*, *inn*

*tavern, night club/super club, pizzeria, pan cake house/creperie, pub, snack bar/cafe/milk bar, specialty restaurant, terrace restaurant, gourmet restaurant, family type restaurant, dan main dining room.* *Coffee shop* merupakan salah satu dari kedua puluh dua tipe restoran di atas. kedai kopi (*coffee shop*) menurut Atmodjo (2002) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Seiring perkembangannya, selain menyediakan kopi sebagai produk utama, kedai ini menyediakan makan kecil dan makanan berat.

Menurut Marsum (1991) dalam bukunya “Restoran dan Beberapa Permasalahannya”, *coffee shop* adalah suatu tempat atau ruangan yang dikelola secara sederhana atau dengan manajemen terstruktur yang memberikan pelayanan secara komersil dengan baik kepada tamunya berupa berbagai jenis hidangan serta pelengkap yang menunjang tempat tersebut. Menurut Herlyans (2012), *Coffee Shop* adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman, dan dilengkapi dengan alunan musik, baik lewat pemutar atau pun live music, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramai, di beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel.

### 1.5.3 Preferensi

Preferensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pilihan, kecenderungan, minat atau kesukaan. Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk.

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada (Kotler). Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.

Sedangkan menurut (Andi Mappiare) definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif kemudian akan disajikan dalam bentuk deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin, Saifullah & Tabrani, 2015: 77).

Sugiyono (2010:1) juga menjelaskan bahwa: “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.

### 1.6.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, maka pada penelitian stratifikasi pada *caffee shop* menggunakan jenis penelitian fenomenologi. Fenomenologi dapat dideskripsikan sebagai penerapan metode kualitatif dalam rangka menggali dan mengungkap kesamaan makna dari sebuah

konsep atau fenomena yang menjadi pengalaman hidup sekelompok individu. Fenomenologi juga merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia. Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan prasangka dan tidak dogmatis. Sedangkan menurut Neuman (2000) studi fenomenologi atau penelitian fenomenologi adalah sebuah studi tentang fenomena-fenomena atau apa yang tampak.

Penelitian fenomenologis fokus pada sesuatu yang dialami dalam kesadaran individu, yang disebut sebagai interrasionalitas. Interasionalitas (*intentionality*), menggambarkan hubungan antara proses yang terjadi dalam kesadaran dengan obyek yang menjadi perhatian pada proses itu. Dalam fenomenologi, pengalaman atau kesadaran selalu kesadaran pada sesuatu, melihat adalah melihat sesuatu, mengingat adalah mengingat sesuatu, menilai adalah menilai sesuatu. Sesuatu merupakan obyek dari kesadaran yang telah distimulasi oleh persepsi dari sebuah obyek yang “real” atau melalui tindakan mengingat atau daya cipta (Smith, etc., 2009: 12).

### 1.6.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti pilih yaitu di wilayah Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia. Alasan pemilihan lokasi dikarenakan Kota Malang memiliki berbagai macam *coffee shop* yang memiliki keunikannya masing-masing mulai dari *space* yang kecil dengan fasilitas yang kurang memadai hingga *caffee shop* yang menyuguhkan berbagai macam pilihan menu dengan konsep *one stop shopping* yang artinya pengunjung bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan di satu tempat. Selain pengunjung dapat bersantai dan refreshing, pengunjung bisa melakukan aktivitas yang lain seperti berkencan, mengerjakan tugas kuliah dengan suasana yang berbeda.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Nasution (1988) dalam Sugiyono (2016) menyatakan bahwa observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya akan dapat menjalankan penelitiannya berdasarkan data yang didapatkan dari hasil observasi. Dengan melakukan observasi peneliti akan lebih paham mengenai situasi yang menjadi konteks data yang diperlukan. Dengan melakukan observasi, peneliti akan lebih memahami situasi yang mungkin tidak disadari orang lain, terlebih orang yang berada dalam ruang lingkup tersebut.

Peneliti akan melakukan observasi atau melihat langsung bagaimana stratifikasi *coffee shop* di kota Malang. Peneliti akan melakukan observasi di berbagai tempat *coffee shop* yang sepi pengunjung hingga banyak dikunjungi. Tujuannya dari observasi ini adalah agar peneliti dapat memperoleh data mengenai stratifikasi *coffee shop* di kota Malang.

## **2. Wawancara**

Penelitian ini peneliti menggunakan interview di mana dalam pengerjaannya peneliti akan lebih bebas menggali data. Tujuan dipilihnya teknik wawancara ini adalah agar narasumber dapat lebih nyaman selama proses *interview* dan permasalahan yang ada akan lebih terbuka, di mana narasumber akan lebih bebas mengungkapkan pikirannya (Sugiyono, 2016).

Sebelum melakukan wawancara, peneliti akan menyiapkan pertanyaan yang nantinya akan diajukan kepada subjek penelitian ketika proses wawancara dilakukan. Selain itu peneliti juga menyiapkan catatan guna menulis poin-poin dari jawaban dari narasumber yang akan menjadi data untuk peneliti dan menggunakan perekam suara jika diperlukan. Wawancara merupakan cara utama untuk mendapatkan informasi, di mana dalam wawancara peneliti dapat menggali mengenai apa saja yang diketahui dan dialami subjek penelitian

Proses wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini secara informal, interaktif dan melalui pertanyaan dan jawaban yang terbuka titik

pertanyaan yang telah diteliti persiapan sejak awal, pada pelaksanaannya persewaan cara akan dilakukan sedemikian rupa agar tidak kaku dan tegang.

### **3. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, atau karya seni. Hasil dari observasi atau wawancara yang dilakukan, akan lebih dapat dipercaya jika didukung hasil dokumentasi yang dilakukan selama proses pengumpulan data. Dokumentasi bisa dalam bentuk foto, video, dan rekaman suara saat proses pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Data dokumentasi diperlukan peneliti untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara. Dokumentasi dapat bersumber dari hasil tangkapan gambar rekaman suara dan video. Sebelum melakukan sesi dokumentasi peneliti akan menanyakan terlebih dahulu kepada subjek atas kesediaannya untuk dilakukan dokumentasi, jika subjek tidak memperkenankan maka peneliti akan menghargai keputusan dari subjek peneliti untuk tetap menjaga privasinya.

#### **1.6.5 Teknik Penentuan Subyek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan subjek yang dituju untuk dilakukannya penelitian, penentuan subjek dilakukan sebagai komponen penting dalam jalannya penelitian lapangan. Penentuan subjek yang tepat dilakukan oleh peneliti penting dilakukan, karena dapat memperoleh data dan informasi yang valid dan akurat. Untuk pencarian topikal, teknik pengambilan sampling



adalah teknik *purposive sampling*. Ini berarti teknik menemukan topik dari sudut pandang tertentu. Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah stratifikasi *coffee shop* di Kota Malang dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Pemilik *coffee Shop*
- b) Pengunjung *coffee Shop*
- c) *Coffee shop* menengah ke atas dengan kriteria fasilitas, kualitas, harga, modal dan pelayanan
- d) *Coffee shop* menengah dengan kriteria fasilitas, kualitas, harga, modal dan pelayanan
- e) *Coffee shop* menengah ke bawah dengan kriteria fasilitas, kualitas, harga, modal dan pelayanan

#### **1.6.6 Teknik Analisa Data**

Analisis data adalah proses menemukan dan menyusun data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lain sehingga mudah dipahami dan hasilnya dapat dibagikan kepada orang lain. Tahapan-tahapan dalam menganalisis data meliputi:

- a) Reduksi Data

Reduksi merupakan proses merangkum, memilih, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan suatu gambaran yang lebih jelas dan dapat mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data

merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan suatu kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi (Sugioyono, 2015:249). Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, kekeluasaan, dan kedalaman wawasan yang tinggi.

#### b) Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat menyajikan data menggunakan tabel, grafik, dll. Penyajian data adalah tentang mengorganisasikan data dan menyusunnya dalam pola-pola relasional untuk memudahkan memahami pokok-pokok penyajian data, dan memahami apa yang terjadi.

#### c) Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini dilakukan setelah kegiatan analisis data yang berlangsung di lapangan maupun setelah selesai di lapangan. Selain itu penarikan kesimpulan ini harus berdasarkan analisis data. Baik yang berasal dari catatan lapangan, observasi, dokumentasi dll yang didapat dari hasil penelitian di lapangan.

### **1.6.7 Teknik Validitas Data atau Kebasahan Data**

Uji validitas atau keabsahan data dilakukan untuk mengukur tingkat kepercayaan, kebenaran hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Dalam pengujian keabsahan data peneliti menggunakan teknik yang dikemukakan oleh John W. Cresswell antara lain :

1. Keterlibatan berkepanjangan dan pengamatan terus menerus dilapangan termasuk membangun kepercayaan dengan peserta, mempelajari budaya dan memeriksa informasi yang salah yang berasal dari distorsi yang diperkenalkan oleh peneliti atau informan. (Cresswell, 2007) Dengan perpanjangan pengamatan ini, maka hubungan peneliti dengan para informan akan semakin terbentuk, semakin akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada lagi informasi yang disembunyikan. Semakin banyak pengalaman yang dilalui peneliti bersama partisipan dalam ranah yang sebenarnya, semakin akurat atau valid hasil penelitiannya. (Izzati, 2020)

2. Dalam triangulasi, peneliti menggunakan berbagai sumber, metode dan teori yang beragam dan berbeda untuk memberikan bukti yang menguatkan. (Cresswell, 2007) dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

a. Triangulasi sumber

yaitu peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh melalui beberapa sumber, yaitu stratifikasi sosial *coffee shop* di Kota Malang

b. Triangulasi teknik

peneliti menggunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data mengenai stratifikasi sosial *coffee shop* di Kota Malang yang peneliti peroleh dari wawancara kemudian dicek dengan hasil observasi.

3. Pengklarifikasian asumsi peneliti sejak awal penelitian merupakan hal yang penting agar pembaca memahami posisi peneliti dan setiap asumsi yang memengaruhi penyelidikan (Cresswell, 2007)

4. Memberchecking atau bisa disebut sebagai pengecekan anggota, peneliti mengumpulkan pandangan partisipan tentang kredibilitas temuan dan interpretasi. Teknik ini dianggap sebagai teknik paling kritis dalam membangun kredibilitas. Pendekatan ini, ditulis dalam kebanyakan studi kualitatif. Melibatkan pengambilan data, analisis interpretasi, dan kesimpulan kembali kepada informan sehingga mereka dapat menilai keakuratan dan kredibilitas akun. (Cresswell, 2007)

5. Deskripsi yang kaya dan tebal memungkinkan pembaca untuk membuat keputusan mengenai transferabilitas, karena peneliti menggambarkan secara rinci partisipan atau latar yang diteliti (Cresswell, 2007)

6. Audit eksternal, atau bisa disebut dengan uji dependability auditor seharusnya tidak memiliki hubungan dengan penelitian. Dalam menilai hasil apakah temuan, interpretasi dan kesimpulan didukung oleh data atau tidak.

