

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Pada masa perekonomian yang semakin mulai bergairah saat ini setelah satu dekade mengalami krisis ekonomi, konsumen masih harus melakukan pemenuhan berbagai macam kebutuhan antara lain kebutuhan variasi makanan. Selain makanan pokok masyarakat juga mengkonsumsi makanan tambahan yang disebut sebagai makanan camilan dan salah satunya adalah jajan tradisional. Jajan tradisional biasanya terbuat dari bahan dasar terigu atau bahan lain selain terigu namun fungsinya pengganti terigu seperti dari kedelai, singkong, jagung, tepung jagung, beras, beras ketan, tepung ubi kayu atau ubi jalar dan garut. Dengan berbagai macam bahan dasar tersebut dapat dibuat berbagai jenis jajan tradisional seperti kue tok, lempur, nagasari, apem, onde-onde, bikang, martabak, bikang, jenang, lapis dan lain-lain.

Kebiasaan masyarakat mengkonsumsi variasi jajan tradisional tentu tidak sekedar dilihat dari jenis produk, harga dan tempat penjualan namun juga selera. Selera inilah yang dapat menentukan konsumen dalam memilih variasi jajan tradisional pada masa yang akan datang. Apalagi dengan adanya keanekaragaman jajanan yang bernuansa tidak tradisional lagi, tentu sangat mempengaruhi pilihan akan makanan jajan yang dijual diberbagai tempat baik di pasar tradisional maupun pasar non tradisional. Melihat keanekaragaman bahan maupun tampilan makanan jajan tradisional menunjukkan bahwa ada berbagai jenis yang masih ada pembelinya. Walaupun jika diamati tampilan sebuah jenis kue nampak bahwa wujud tampilan, warna serta berbagai atribut yang ada

antara kue yang dijual ketika pada saat krisis ekonomi berbeda dengan sebelum krisis.

Health Education Authority tahun 2013 melakukan penelitian dengan hasil bahwa, usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu fast food. Walaupun di Indonesia belum ada data pasti, keadaan tersebut dapat dipakai sebagai cermin dalam tatanan masyarakat kita, bahwa rentang usia tersebut adalah golongan pelajar dan golongan muda yang mana masih memiliki banyak aktivitas fisik yang dilakukan. Sejalan dengan bertambahnya umur, pengetahuan, dan pergaulan yang semakin meluas pada masa remaja, maka remaja mulai mengenal berbagai ragam panganan atau jajanan yang dijajakan diluar rumah. Dengan berbagai jenis jajanan yang dijajakan, mereka akan memilih makanan yang dianggapnya cocok dengan lidah untuk dikonsumsi sesuai selera, sikap dan penilaiannya terhadap makanan.

Mempelajari perubahan-perubahan yang terjadi pada variasi konsumsi dan selera masyarakat dapat dilihat bahwa para pemasar maupun produsen telah dapat melakukan pengembangan produk baru. Adapun produk baru tersebut dapat berupa produk yang cenderung lebih modern, berorientasi pada bentuk yang lebih cantik, atau praktis yang secara umum lebih berkualitas. Selain itu harga yang lebih dapat terjangkau juga merupakan daya tarik tersendiri. Apabila dilihat secara lebih mendalam bahwa pendapatan masyarakat juga mempengaruhi variasi konsumsi akan jajan tradisional, dimana tingkat pendapatan merupakan salah satu indikator kelas sosial. Mengingat namanya jajan tradisional sepertinya dikonsumsi masyarakat tradisional saja namun tidak demikian kenyataannya. Makanan jajan tradisional dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari yang berpendapatan rendah sampai yang tinggi.

Jajana tradisional banyak dijumpai dengan berbagai macam, berbagai bentuk dan kualitas yang beragam namun jenis makanan tersebut fungsinya

sebagai makanan tambahan atau sering disebut dengan istilah "camilan". Lebih istimewa lagi bahwa jajan tradisional sudah menjadi "makanan ringan" atau "snack" yang disajikan pada berbagai jamuan pertemuan atau rapat-rapat mulai tingkat rukun tetangga sampai pertemuan antar para pejabat penting. Dengan demikian jika dicermati ternyata jajan tradisional sudah memiliki status sebagai pengganti makanan modern yang serba terbuat dari terigu pada berbagai acara pertemuan. Hal ini berarti bahwa respon masyarakat terhadap makanan jajan tradisional masih sangat berminat sekali. Keadaan demikian juga dapat dilihat pada daftar menu snack yang ditawarkan oleh berbagai agen catering makanan (Anonim 2004). Jadi makanan jajan tradisional tidak lagi dikonsumsi masyarakat pedesaan saja yang tradisional namun juga masyarakat perkotaan.

Animo masyarakat yang demikian tinggi terhadap konsumsi jajan tradisional perlu dilakukan survei tentang pengambilan keputusan pembelian konsume, bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternative terbaik dari beberapa alternative secara sistematis untuk ditindak lanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah. Sebelum memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, Pengenalan masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternative, Keputusan membeli atau tidak, dan Perilaku pasca pembelian, sehingga dapat didefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk, baik tidaknya pengukuran akan tergantung pada empat elemen pokok yaitu tindakan, target, waktu, konsekuensi. Jadi pada intinya survei tentang pengambilan keputusan pembelian dapat dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap jajanan tradisional.

Mempelajari perilaku konsumen bagi keberhasilan suatu sistem pemasaran dan lainnya kedalam tanggapan pembeli menjadi sangat penting

karena perilaku konsumen bukan hal yang bersifat statis tetapi terus berubah seiring dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu : Faktor kebudayaan, Faktor sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis (Kotler,1997;117).

Perilaku pembelian seseorang merupakan hasil interaksi dari semua faktor kultur, sosial, pribadi dan psikologi yang kompleks. Keadaan alamiah yang menyebabkan faktor tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi dan memahami konsumen tertentu, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang analisis pengambilan keputusan pembelian terhadap jajanan tradisional di Universitas Yudharta Pasuruan. Penelitian ini dilakukan karena memiliki tujuan untuk mempelajari variasi kecenderungan konsumsi mahasiswa terhadap jajanan tradisional pada berbagai tingkat pendapatan dan faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli jajanan tradisional tersebut. Dari sekian faktor-faktor yang ditemukan adakah faktor yang paling kuat dipertimbangkan dalam pembelian jajanan tradisional.

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan akan diperoleh informasi tentang perilaku konsumen khususnya alasan yang dipertimbangkan dalam mengkonsumsi jajanan tradisional. Dengan demikian informasi ini dapat digunakan bagi pengelola bisnis jajanan tradisional untuk lebih memahami konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.

## **1.2 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap jajanan tradisional?

2. Bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli jajanan tradisional?
3. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian jajanan tradisional?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisa persepsi konsumen terhadap jajanan tradisional.
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian jajanan tradisional.
3. Menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jajanan tradisional.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat menemukan gambaran atau diskripsi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian jajanan tradisional sekaligus mendapatkan informasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jajanan tradisional yang sangat bermanfaat bagi produsen, akademisi dan masyarakat umum, secara keilmuan penelitian ini memberikan kontribusi dan menambah kajian terhadap penelitian dengan tema perilaku konsumen, meskipun penelitian perilaku konsumen sudah banyak dilakukan namun tetap menarik untuk dilakukan lebih lanjut karena ada indikasi perilaku konsumen terus

berkembang seiring perkembangan jaman, gaya hidup, kondisi ekonomi dan kondisi sosial masyarakat.