

ANALISIS MINAT BELI REMAJA TERHADAP JAJANAN PASAR DI KAMPUNG KELEMAN KEPATIHAN KULON SURAKARTA

Wahyu Tri Hastiningsih, S.Pd.,MM
Politeknik Indonusa Surakarta
Email : wahyutri@poltekindonusa.ac.id

ABSTRAK

Jajanan pasar merupakan salah satu makanan yang menjadi unggulan di kampung keleman kapetihan Kulon, salah satu penjajanya adalah Bu Sholeh. Remaja sebagai salah satu penikmat jajanan pasar. Usia remaja menjadi responden dengan rentang usia dari 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 – 22 tahun bagi pria.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat daya beli remaja akan jajanan yang tersedia di Bu Sholeh yaitu lempur. Metode penelitian ini adalah dengan kuantitatif dan dengan design penelitian survey menggunakan 1 variabel. Analisa yang digunakan adalah dengan regresi sederhana.

Dari hasil penelitian yaitu kualitas lempur dilihat dari indikator warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa terdapat hasil yaitu 8 indikator baik dan 1 indikator di tingkat kematangan sangat baik. Hasil dari minat beli remaja dapat disimpulkan bahwa 35 responden (47%) menjawab sering yaitu dalam 1 minggu membeli 2x ke Bu sholeh. Hal ini diperkuat dengan hasil perhitungan dengan menggunakan analisa secara regresi linier sederhana bahwa hasilnya sebesar 0,344 dimana lebih besar dari 0,05 sehingga tidak signifikan sehingga walaupun kualitas lempur bu Sholeh baik namun minat daya belinya hanya di rentang sering dan 1 responden yang menjawab sangat sering sekali (setiap hari) membeli. Untuk itu perlu adanya pengenalan yang lebih intensif kepada masyarakat luas terutama remaja untuk dapat menikmati jajanan local daerah sehingga dapat meningkatkan pula perekonomian masyarakat.

Keyword : jajanan pasar, remaja, daya minat

I. PENDAHULUAN

Kuliner kota Surakarta yang beranekaragam dan dengan harga yang terjangkau, menjadi daya tarik bagi masyarakat baik dari kota Solo maupun dari luar kota. Mulai dari makanan pokok seperti nasi liwet, aneka minuman seperti gempol pleret dan aneka jajanan pasar seperti semar mendem, onde-onde dan masih banyak yang lainnya (Amad dan Deria, 2017). Jajanan pasar atau sering yang disebut dengan keleman menjadi salah satu icon yang ada diberbagai daerah terutama di Kepatihan Kulon. Seperti yang sudah diresmikan oleh Kepala Kalurahan Kepatihan Kulon pada 26 Agustus 2017 yaitu Kepatihan Kulon menjadi kampung keleman sehingga diadakanlah Festival Kampung Keleman. Dari kue ku, onde-onde, lapis dan masih banyak lagi jajanan pasar tersaji dengan penuh warna warni. Penjaja yang ada dikampung keleman merupakan ibu-ibu rumah tangga. Aneka jajan pasar yang dijual didepan rumah secara langsung ataupun sesuai dengan pesanan. Kepatihan kulon dengan sebagai kampung keleman, menyediakan berbagai jajanan pasar Banyaknya penjual keleman, menjadikan konsumen dengan mudah membeli. Salah satu pedangang keleman atau jajanan pasar adalah Ibu Sholeh. Ibu sholeh membuat dan menjajakan beraneka kue tradisional khas Solo berupa mego mendung, lemper, nagasari, aneka makanan yang digoreng dan lainnya. Didalam menjual produk tersebut, bu Sholeh berdasarkan pesanan dan beberapa yang dijual diatas

meja sederhana secara langsung. Menurut hasil

penelitian yang dilakukan oleh Health Education Authority tahun 2013 dalam penelitian Galuh 2017, 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 makanan yang dijajakan, mereka akan memilih makanan yang dianggapnya cocok dengan lidah untuk dikonsumsi sesuai selera, sikap dan penilaiannya terhadap makanan. Banyaknya faktor faktor yang ada saat inilah yang memicu terjadinya perilaku konsumen. Hal inilah yang mendasari dalam penelitian ini, sampai manakah tingkat daya beli remaja akan jajanan yang tersedia di Bu Sholeh.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Remaja

Remaja menurut Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 – 22 tahun bagi pria. Menurut Wirawan Sarwono (2012 : 37) dalam penelitian Gede, 2016, remaja dalam arti adolescence (inggris) berasal dari kata latin yaitu adolescere yaitu artinya timbul kearah kematangan. Kematangan disini tidak hanya kematangan fisik, tetapi terutama kematangan sosial-psikologis.

2.2 Wisata Kuliner

Wisata kuliner bisa diartikan *simple* seperti jalan-jalan ke tempat dimana kita bisa menikmati makanan di tempat tersebut. Untuk arti secara harfiahnya wisata adalah bepergian bersama-sama untuk memperluas pengetahuan, wawasan, dll (KBBI Edisi 2003).

Wisata kuliner adalah program yang mengangkat tema beragam makanan, khususnya yang disajikan warung-warung pinggir jalan dan berharga murah serta dipenuhi pelanggan. Istimewanya, tempat-tempat yang dikunjungi tersebar diseluruh pojok kota, kabupaten, kota propinsi atau Ibukota (http://www.google.com/wisata_kuliner).

2.3 Kampung Keleman

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005, desa atau kampung adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Menurut Rinto Habsari 2010:6 dalam bastiana, 2016, Jajanan Pasar Sering disebut Kue Basah yang biasanya dijual pagi hari. Bahan utama Jajan pasar bukan tepung terigu, melainkan tepung beras, tepung ketan, tepung hankwe, atau tepung sagu, sedangkan cairan yang digunakan biasanya menggunakan santan. Contoh dari

jajanan pasar adalah onde-onde, kue ku, lapis dan lainnya.

2.4 Daya beli

Menurut Kinneer dan Taylor dalam jurnal Faradiba dan Sri Rahayu (Vol 2, 2013: 1-11), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Dari hasil penelitian Yohana, 2012 menyatakan bahwa pengujian hipotesis pertama menjelaskan terjadi pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap minat beli. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh dan hipotesis kualitas produk diterima.

2.5 Kualitas makanan

Menurut West, Wood dan Harger (2006); Gaman dan Sherrington (1996); serta Jones (2000) dalam jurnal Andreas & Stefanus (2015) menyatakan bahwa secara garis besar dimensi food quality terdiri dari:

- a. Warna
Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.
- b. Penampilan
Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan

makanan baik atau tidak untuk
dinikmati.

- c. Porsi
Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.
- d. Bentuk
Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.
- e. Temperatur
Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi rasa.
- f. Tekstur
Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak.
- g. Aroma
Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.
- h. Tingkat kematangan
Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, wortel yang direbus di dalam air mendidih yang lama akan membuat wortel menjadi lunak. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera

masing-masing untuk tingkat kematangan.

- i. Rasa
Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati. Dari hasil penelitian Faradiba, 2013 menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen sebesar 0,295. Jadi, apabila kualitas produk semakin baik, maka minat beli ulang konsumen akan meningkat.

2.5.1 Lemper

Menurut Yasa Boga, 2005:6 dalam penelitian Bastiana 2016, lempeng adalah sebangsa jajanan yang terbuat dari beras ketan rasanya gurih dan biasanya berisi abon atau cincangan daging ayam, dan terbungkus oleh daun pisang. Pengolahan ini terkenal di seluruh Indonesia sebagai pengganjal perut sebelum memasuki tahap makan besar. Pengolahan akhir lempeng dimasak dengan teknik dikukus.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada remaja yang memiliki usia tahun yang tinggal di Kecamatan Kulon Surakarta, kalurahan ini dipilih karena telah dicanangkannya Festival Kampung keleman oleh Kepala kalurahan pada tanggal 26 Agustus 2017 di halaman SMP 26 Surakarta.

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan design penelitian survey menggunakan beberapa variabel sebagai pusat pengkajian data yang berkaitan dengan Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, objek, atau mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007).

1. Variabel Independen

Kualitas Produk

Kualitas produk dinilai dari indikator berupa warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa.

2. Variabel Dependen

Variable independen dalam penelitian ini adalah daya beli lempem Bu Sholeh.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah jenis *accidental sampling*, dikarenakan dalam penentuan sampel yaitu remaja yang membeli lempem ayam di bu Soleh. Dalam penelitian ini jumlah populasi diketahui dengan teknik wawancara kepada Bu Soleh dimana yang membeli setiap harinya adalah 5 remaja baik laki-laki atau perempuan.

Perhitungannya dengan menggunakan rumus Slovin (Samsudin, 2012:12) sebagai berikut :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan

n = jumlah sampel

N= jumlah total populasi

e = toleransi error

Dimana

$$n = 311 / (1 + 311 \times 0,1^2)$$

Dari hasil diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar

75,66 responden. Untuk memudahkan penelitian jumlah sampel dibulatkan menjadi 75 responden.

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Rumus regresi linier sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$y = a + b(X)$$

Keterangan:

y = minat daya beli remaja akan lempem

a & b = koefisien regresi

x = kualitas product

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan 75 responden yaitu remaja dengan rentang usia 12 hingga 22 tahun baik laki-laki dan perempuan didapat hasil sebagai berikut :

1. Kualitas Lempem bu Sholeh

Indikator Kualitas	Hasil prosentase	Indikator
Warna	70 responden	Baik

	(93 %)	
Penampilan	66 responden (88 %)	Baik
Porsi	59 responden (79 %)	Baik
Bentuk	41 responden (55 %)	Sangat Baik
Temperatur	65 responden (87 %)	Baik
Tekstur	63 responden (84 %)	Baik
Aroma	71 responden (95 %)	Baik
Tingkat Kematangan	61 responden (81 %)	Baik
Rasa	66 responden (88 %)	Baik

1. Daya beli remaja terhadap lemper Bu Sholeh

Daya Beli	Indicator
25 responden (33 %)	jarang (1 minggu hanya 1 x)
35 responden (47%)	sering (1 minggu 2 x)
13 responden (17 %)	sangat sering (1 minggu 4 x)
1 responden (0,1%)	Sangat sering sekali(setiap hari)

2. Dari hasil olah dengan menggunakan SPSS dengan

menerapkan Regresi Linier sederhana dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

Anova b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.025	1	.025	.909	.344 ^a
Residual	1.975	73	.027		
Total	2.000	74			

a. Predictors: (Constant), VAR00002

b. Dependent Variable: VAR00001

Tabel ANOVA diatas mengindikasikan bahwa regresi secara statistic tidak signifikan

dengan nilai $F = 0.909$ untuk derajat kebebasan $k=1$ dan $n-k-1=75-1-1=73$ dan $P\text{-value} = 0,344$ yang jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$

Persamaan garis regresi menggunakan metode kuadrat terkecil (*least squares method*) yang didapat adalah : $y = 2.954 + 0,25 x$

Untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi digunakan uji statistic t . Untuk menguji β_1 : $H_0: \beta_1=0$ terhadap $H_1 : \beta_1 \neq 0$ dari output SPSS didapat nilai uji $-t$ dengan $t=$

$0,953$ dengan derajat kebebasan $n - 2=75-2=73$ dan $P\text{ value} = 0,344$. Hal ini merupakan bukti kuat penerimaan $H_0: \beta_1=0$ karena $P\text{-value} =0,344$ lebih besar dari $\alpha = 0,05$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.954	.052		57.070	.000
VAR00002	.025	.026	.111	.953	.344

a. Dependent Variable:
VAR00001

5.2 PEMBAHASAN

Dari hasil rekapan responden didalam menjawab kuesioner tentang kualitas lemper dari Bu Sholeh, 8 indikator dari 9 menyatakan baik dan 1 indikator yaitu di bentuk hasilnya adalah sangat baik. Namun bila dilihat dari hasil jawaban responden tentang minat beli, 35 responden (47%) menjawab sering (1 minggu 2 x). hal ini diperkuat dengan hasil olah data yaitu Tabel ANOVA mengindikasikan bahwa regresi secara statistic tidak signifikan dengan nilai $F = 0.909$ untuk derajat kebebasan $k=1$ dan $n-k-1=75-1-1=73$ dan $P\text{-value} = 0,344$ yang jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berarti bahwa dengan adanya kualitas product yang baik namun dengan minat beli dimana sering yaitu 1 minggu 2 x. bila dibandingkan dengan indicator sangat sering sering sekali yaitu setiap hari membeli, hanya 0,1 % atau hanya 1 responden saja. Hal ini

kualitas yang baik namun daya beli yang belum setiap hari.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olah data, 8 indikator kualitas lemper dari 9 menyatakan baik dan 1 indikator yaitu dalam hal bentuk hasilnya adalah sangat baik. Namun bila dilihat dari hasil jawaban responden tentang minat beli, 35 responden

tentu perlu adanya penelitian yang lebih lanjut karena dengan adanya

(47%) menjawab sering (1 minggu 2 x). hal ini diperkuat dengan hasil olah data yaitu Tabel ANOVA mengindikasikan bahwa regresi secara statistic tidak signifikan dengan nilai $F = 0.909$ untuk derajat kebebasan $k=1$ dan $n-k-1=75-1-1=73$ dan $P-value = 0,344$ yang jauh lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berarti bahwa dengan adanya kualitas product yang puas namun dengan minat beli dimana sering yaitu 1 minggu 2 x. bila dibandingkan dengan indicator sangat sering sekali yaitu setiap hari membeli, hanya 0,1 % atau hanya 1 responden saja.

DAFTAR PUSTAKA

Adinugraha, Andreas Tanuel & Michael Stefanus
H,<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3571>, **Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi**

**Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen D'cost Surabaya,**
2015, Tanggal 7 Agustus 2018,
Jam 15.00

**Produk,
Lokasi
Kualitas**

**Harga,
Dan**

Ali Oetomo, Rahardian. 2012.
*Analisis Pengaruh
Keragaman Menu, Persepsi
Harga, dan Lokasi
Terhadap Minat Beli Ulang
Konsumen (Studi Pada
Restoran Waroeng Taman
Singosari Semarang) .*
Semarang : Universitas
Diponegoro.

Arnawan,Gede, 2016, **Faktor
Penyebab Kurangnya
Minat Remaja Desa
Terhadap Pendidikan Di
Perguruan Tinggi (Studi
Kasus Pada Remaja Di
Desa Balirejo
Kecamatan Angkona
Kabupaten Luwu Timur),**
Skripsi, Tidak diterbitkan,
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri
Makassar

Amad Saeroji, Deria
Adi WijayaSalendra
Putri, Bastiana., 2016, **Profil
Usaha Jajanan Pasar
Dalam Aspek Jenis
Produk, Pendapatan,
Dan Keterserapan Tenaga
Kerja Di Pasar
Bantengan, Wonocatur,
Kecamatan Banguntapan,
Bantul,**

Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti.
2013. **Analisis
Pengaruh Kualitas**

Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang) Semarang: Universitas Diponegoro

Ferdinand, Augusty . 2006. **Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen.** Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Faradiba dan Tri Astuti Sri Rahayu, 2013, **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang),** dalam Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djorn>, ISSN (Online): 2337-3792

Ghazali, Imam. 2006. **Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2.** Semarang: Badan Penerbit Undip. Ghazali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: BP

Hasan, Iqbal.. **Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.** Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002

Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran di Indonesia.** Jakarta : Salemba Empat.
Kotler, P dan Amstrong. 2001. **Manajemen pemasaran.** Edisi II. Jakarta : PT. Indeks.
Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran.* Edisi XI. Jakarta : Indeks.

Kotler. P and Keller. 2006. **Manajemen Pemasaran.** Jakarta: Indeks .

Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa.** Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
Lamb. 2001. *Pemasaran.* Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2007. **Statistika Untuk Penelitian.** Bandung: ALFABETA.
Swastha, Basu. 1994. *Asas-Asas Marketing.* Yogyakarta: Liberty Swastha, Basu. 1995. *Azas-Azas Marketing.* Yogyakarta : Liberty.

Saeroji,Ahmad dan Adi Wijaya, Deria, Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta, UNS, 2017