
APRESIASI MASYARAKAT TERHADAP MAKANAN DAN MINUMAN KAKI LIMA (STUDI KASUS MASYARAKAT DI SURAKARTA)

Nani Irma Susanti¹

naniirma@stie-aub.ac.id

Erna Tiningrum²

erna@stie-aub.ac.id

Dosen Program Studi : (S1 Manajemen)

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstract

Food and beverages sold by PKL (street vendors) was one contributor to a regional economic turnaround. Although the business unit was small but would be collected when the street vendor had a high value for the development of regional. The data used in this study were primary data taken with a list of questions provided to the community as a sample of 100 respondents. Test instrument analyzing used, Analysis Regression, t test, F test, test R², and classical assumption Instrument test results showed all the data were valid and reliable. Of Variable Regression analysis Social, Personal and Psychological showed a positive influence on the purchase decision variables. Variables that most strongly influenced the purchase decision Food and Beverage Street in Surakarta was private variable. Cultural variables while negative affect. Of the test concluded that the variable Social, Personal and Psychological positive and significant impact on Food and Beverage Purchasing Decisions Street in Surakarta. Cultural variables had an influence while the negative and not significant to the Food and Beverage Purchasing Decisions Street in Surakarta.

Keywords: Cultural, Social, and Psychological Personal Purchase Decision

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk kota Surakarta mengalami peningkatan yang tajam, karena kota Surakarta selain berfungsi melayani masyarakat kota secara administratif juga berperan melayani masyarakat regional yaitu daerah-daerah sekitar kota Surakarta, seperti Kabupaten Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Wonogiri, Sragen dan Klaten (Subosuko Wonosraten). Pertumbuhan penduduk kota Surakarta yang semakin pesat tersebut berimplikasi terhadap jumlah angkatan kerja dan pemenuhan kebutuhan, diantaranya makanan dan minuman. Salah satu aspek yang ditimbulkan oleh kondisi perekonomian nasional yang tidak kuat adalah meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta.

Salah satu faktor dari meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta merupakan imbas dari mening-

katnya jumlah tenaga kerja yang tidak seimbang dengan peluang lapangan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan. Selain itu peluang kerja terbatas, terlebih lagi untuk pekerjaan disektor formal memerlukan persyaratan yang tidak mudah diikuti oleh para tenaga kerja yang berpendidikan minim. Dengan demikian banyak tenaga kerja yang beralih sektor informal seperti menjadi pedagang kaki lima sebagai salah satu peluang lapangan pekerjaan yang cukup potensial.

Bisnis Makanan dan minuman kaki lima Di Surakarta, begitu menjamur, terlebih dengan adanya budaya silaturahmi yang menggantikan kegiatan ronda lingkungan pada waktu malam, ditunjang pula dengan Surakarta sebagai kota budaya yang tidak pernah tidur dari kegiatan. PKL (Pedagang Kaki Lima) merupakan salah satu penyumbang perputaran ekonomi daerah. Walaupun unit usahanya tergolong

kecil tetapi ketika para PKL dikumpulkan akan mempunyai nilai yang tinggi bagi perkembangan suatu daerah.

Salah satu faktor dari meningkatnya jumlah Pedagang Kaki Lima di kota Surakarta merupakan imbas dari meningkatnya jumlah tenaga kerja yang tidak seimbang dengan peluang lapangan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan. Peluang kerja terbatas, untuk pekerjaan disektor formal memerlukan persyaratan yang tidak mudah diikuti oleh para tenaga kerja yang berpendidikan minim, banyak tenaga kerja yang beralih sektor informal seperti menjadi pedagang kaki lima sebagai salah satu peluang lapangan pekerjaan yang cukup potensial

Khusus untuk pedagang makanan dan minuman kaki lima tidak pernah sepi dari pembeli. Bisnis ini sangat menggiurkan, ditambah dengan terkenalnya masyarakat Surakarta hobi akan makanan enak yang dijual oleh pedagang. Begitu nyamannya masyarakat Surakarta mengkonsumsi makanan dan minuman kaki lima tanpa khawatir apakah makanan dan minuman tersebut dari pengolahan, penyajian dan kebersihannya dapat terjamin. Ini fenomena yang sangat menarik.

Pangan yang baik berkaitan dengan jaminan bahwa pangan yang diproduksi bergizi, rasanya enak, warnanya menarik, teksturnya baik, bersih, bebas dari hal-hal yang membahayakan tubuh seperti kandungan mikroorganisma patogen, komponen fisik, biologis, dan zat kimia berbahaya. Halal berkaitan dengan jaminan kehalalan yang ditunjukkan dengan adanya sertifikat halal dari LPPOM MUI.

Hukum halal pangan bagi umat islam sebetulnya tidak hanya merupakan doktrin agama saja tetapi terbukti secara ilmiah adalah baik, sehat dan dapat di terima akal (*Scientifically sound*) (Twaigery dan Spillman 1989) dalam Santoso (2006). Jadi pangan baik dan halal, bermanfaat dan baik untuk semua umat manusia. Pangan yang baik berkaitan dengan jaminan bahwa pangan yang diproduksi bergizi, rasanya enak, warnanya menarik, teksturnya baik,

bersih, bebas dari hal-hal yang membahayakan tubuh seperti kandungan mikroorganisma patogen, komponen fisik, biologis, dan zat kimia berbahaya. Baik (Thayyib) adalah lezat, baik, sehat dan menentramkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusannya membeli Makanan Dan Minuman kaki lima di Surakarta, namun dalam penelitian ini diukur melalui variabel Perilaku Eksternal yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis. 1) Diduga faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 2) Diduga faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 3) Diduga faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta. 4) Diduga faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman kaki lima di Surakarta.

B. METODE PENELITIAN

Obyek penelitian adalah masyarakat Surakarta, Masyarakat yang diteliti adalah masyarakat yang menetap di Surakarta baik pendatang maupun penduduk asli dan yang sering makan di kaki lima sepanjang jalan Slamet Riyadi. Berusia dewasa (>17 tahun). Makanan dan Minuman Kaki Lima adalah makanan dan minuman yang dijual pada angkringan/gerobak dan warung yang tidak permanen, terletak di pinggir jalan yang menjual makanan siap makan, baik makanan berat, maupun makanan ringan dengan menyediakan tempat duduk atau tikar. Tempat penelitian adalah pedagang kaki lima sepanjang jalan Slamet Riyadi Solo, di mulai dari Perempatan Purwosari sampai dengan depan PGS. Waktu penelitian adalah pada siang dan malam hari. Pada bulan Februari 2013.

Sumber data adalah :

1. Data Primer : Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner

2. Data Sekunder :Data yang diperoleh secara tidak langsung, dari buku, literature yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dijalankan.

Meode dan teknik Pengumpulan Data :

1. Metode Kuesioner
2. Metode Observasi
3. Metode Dokumentasi

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan adalah Masyarakat Surakarta yang berusia di atas 17 tahun, yang berdomisili/menetap di Surakarta berjumlah 100 masyarakat sebagai responden (Djarwanto Ps dan Subagyo, 2005:154)

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel bebas (*independent*), yang terdiri dari :

1) Faktor Budaya (X_1)

Variabel budaya diukur melalui indikatornya (Sumarwan,2003:171) : Kepercayaan terhadap produk; Pandangan baik dan buruk terhadap produk; Kebiasaan mendengar tentang produk; Anjuran untuk memilih produk.

2) Faktor Sosial (X_2)

Variabel kelas sosial diukur melalui indikator (Anoraga,2000:227): Keberadaan teman untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Keberadaan anggota keluarga untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Keberadaan orang tua atau orang yang dituakan untuk memilih makanan dan minuman kaki lima dan Suasana

3) Faktor Pribadi (X_3)

Faktor pribadi indikatornya (Anoraga,2000:227) : Pekerjaan orang tua; Keadaan ekonomi/penghasilan; Gaya hidup; Status pekerjaan dan Kebersihan

4) Faktor Psikologis (X_4)

Faktor psikologis diukur melalui indikatornya (Anoraga,2000:227) : Motivasi untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Persepsi untuk memilih makanan dan minuman kaki lima; Pembelajaran dari pengalaman, sehingga memilih makanan dan minuman kaki lima; Keyakinan terhadap makanan dan minuman kaki lima; Sikap konsumen untuk memilih makanan dan minuman kaki lima

b. Variabel terikat (*dependen*), yaitu : Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y), indikatornya (Lamb,2001:189) : Kebutuhan terhadap makanan dan minuman kaki lima; Pencarian informasi terhadap makanan dan minuman kaki lima; Evaluasi terhadap makanan dan minuman kaki lima; Keputusan memilih makanan dan minuman kaki lima; Merekomendasikan kepada pihak lain untuk memilih makanan dan minuman kaki lima

Teknik pengambilan sample

Dengan *accident non random sampling*, sebanyak 100 responden. Peneliti menentukan sampel di siang hari 50 responden dan pada malam hari 50 responden.

C. ANALISIS DATA

1. Uji Instrumen

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah pertanyaan yang menggunakan rentang skal likert 5 point. Uji yang digunakan adalah :

a) Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep. Untuk menguji validitas akan digunakan uji korelasi *product moment* Pearson dengan bantuan Program SPSS. Apabila nilai r hitung instrumen lebih