

Submitted 19 Mei 2022

Accepted 30 Mei 2022

ANALISIS INDEKS MINAT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN LAKLAK DI BALI RAMA KWANJI

INTEREST INDEX ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR OF LAKLAK IN BALI RAMA KWANJI

Ni Putu Erika Nanda Puspita Sari

Diploma III Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Erikananda58189@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat dan perilaku mahasiswa Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPBI) terhadap jajanan tradisional Laklak di Bali Rama Kwanji. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah bahwa minat dan perilaku mahasiswa IPBI terhadap jajanan tradisional Jaje Laklak Bali Rama Kwanji sudah cukup baik dinilai dari bobot persentase indikator minat dan perilaku pada kuesioner yang masing-masing sebesar 74.31% dan 76.73% serta masuk ke dalam kategori 'Setuju'. Kemudian, setelah dilakukan wawancara mendalam, diketahui kalau minat transaksional, minat referensial, minat eksploratif, penilaian produk dengan mafaat yang diharapkan, keyakinan terhadap pilihan produk, serta pembelian dan kepuasan pada responden dapat dikatakan cukup baik.

Kata Kunci: *minat, perilaku, Laklak Bali Rama Kwanji*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the interests and behavior of students of the Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional (IPBI) towards traditional snacks named Laklak in Bali Rama Kwanji. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques using interviews, questionnaires, and documentation. Data analysis techniques in this study include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results obtained from this study are that the interest and behavior of IPBI students towards the traditional snacks of Jaje Laklak Bali Rama Kwanji is quite good judging from the percentage of the interest and behavior indicators on the

questionnaire which are 74.31% and 76.73% respectively and can be put into Agree' category. Then, after conducting in-depth interviews, it was found that transactional interest, referential interest, exploratory interest, product assessment with expected benefits, confidence in product choice, as well as purchase and satisfaction of respondents can be said to be quite good.

Keywords: *interest, behavior, Laklak Bali Rama Kwanji*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki berbagai macam jajanan tradisional yang harus dilestarikan keberadaannya. Seiring dengan perkembangan zaman, beberapa jajanan tradisional sudah mulai sulit untuk ditemukan. Jajanan tradisional mulai ditinggalkan oleh masyarakat, khususnya remaja, karena dianggap kurang menarik jika dibandingkan jajanan-jajanan modern. Banyak generasi muda yang tidak mengenal keberagaman makanan tradisional di Indonesia khususnya jajanan tradisional yang ada di daerah tempat tinggalnya. Fenomena ini banyak ditemukan pada masyarakat Indonesia di daerah perkotaan, di mana perkembangan media, informasi, dan gaya hidup lebih besar dibandingkan daerah pinggiran bahkan pedesaan.

Fenomena ini didukung oleh penelitian Sempati (2017) yang menjelaskan bahwa setelah melakukan penelitian dengan menyebarkan angket kepada 258 remaja di 6 RW yang ada di Kelurahan Mantrijeron Yogyakarta, didapatkan hasil bahwa persepsi dan perilaku konsumsi remaja terhadap makanan tradisional hanya 33.33% dan 42.63%, lebih rendah dibandingkan makanan modern (66.67% dan 57.37%). Menyikapi hal ini diperlukan suatu tindakan untuk melestarikan makanan asli Indonesia khususnya jenis jajanan pasar sebagai makanan camilan, dimulai dari mengenalkan ragam jenis jajanan tradisional hingga kemudian mengembangkan minat remaja terhadap jajanan tradisional.

Slameto (2010) mendefinisikan minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Kemudian, Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana minat konsumen dan perilaku konsumen, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perilaku tersebut.

Bali memiliki banyak jajanan tradisional yang patut dicoba ketika berwisata di pulau seribu pura itu, salah satunya jaje laklak. Sejalan dengan gejala-gejala di atas, jaje laklak diasumsikan makanan yang kuno dan tidak kekinian oleh beberapa mahasiswa IPBI sehingga banyak dari mereka tidak menaruh minat terhadap jajanan tradisional tersebut. Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Analisis Indeks Minat terhadap Perilaku Konsumen Laklak di Bali Rama Kwanji".

TINJAUAN PUSTAKA

Minat

Slameto (2010) mendefinisikan minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat seseorang tidak timbul secara tiba-tiba. Minat tersebut ada karena pengaruh dari beberapa faktor yang terdiri dari faktor internal (keingintahuan, motivasi, kebutuhan) dan faktor eksternal (dorongan dari orang tua, guru, rekan, lingkungan).

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan minat beli konsumen sebagai sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Proses pembelian meliputi lima hal (Kotler dan Armstrong, 2013), yaitu:

a. *Need* (kebutuhan)

Proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang tak harus dipenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.

b. *Recognition* (pengenalan)

Kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.

c. *Search* (pencarian)

Merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.

d. *Evaluation* (evaluasi)

Suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.

e. Decision (keputusan)

Langkah terakhir dari suatu proses pembelian untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diterima.

Adapun indikator dari minat beli menurut Ferdinand (2006) adalah minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Kotler dan Armstrong (2013) lebih jauh menjelaskan beberapa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Kotler dan Armstrong (2013) menyatakan bahwa proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dan berlanjut lama setelahnya. Berikut adalah lima tahapan yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, menentukan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Indikator-indikator yang dijadikan penilaian perilaku konsumen menurut Watung (2016) adalah sebagai berikut:

- a. Minat membeli karena kebutuhan
- b. Mengumpulkan informasi tentang produk
- c. Penilaian produk dengan manfaat yang diharapkan
- d. Keyakinan terhadap pilihan produk
- e. Pembelian dan kepuasan

Jaje Laklak Bali Rama Kwanji

Jajanan tradisional adalah jenis makanan tradisional yang berupa penganan atau kudapan seperti kue atau goreng-gorengan yang khas dari berbagai daerah di Indonesia (Febry, 2016). Kue Laklak atau yang biasa disebut Jaje Laklak dalam masyarakat Bali adalah kue mungil yang berbentuk lingkaran berdiameter 3 cm dan memiliki rasa yang khas. Laklak banyak ditemukan di pasar tradisional pada pagi hari, sehingga biasanya Laklak disajikan sebagai menu sarapan bagi masyarakat Bali. Selain itu, Laklak juga bisa dibuat secara khusus sebagai hidangan pesta dan upacara adat (Andyka, 2017). Secara umum Jaje Laklak berwarna putih atau hijau. Warna hijau berasal dari pewarna alami yaitu air perasan daun suji/pandan yang dicampurkan ke dalam adonan. Akan tetapi, terkadang

Jaje Laklak ada juga yang diberi perwarna makanan berwarna merah muda atau coklat. Jaje Laklak berbahan dasar tepung beras yang dicetak menggunakan cetakan serabi tanah liat. Setelah matang, Jaje Laklak akan memiliki tekstur berlubang-lubang di bagian permukaannya.

METODE

Lokasi di mana penulis melakukan penelitian yaitu di Kedai Laklak Bali Rama Kwanji, Jalan Panji No. 47, Kwanji, Dalung, Kec. Kuta Utara, Kab. Badung. Waktu penelitian dilakukan penulis pada Kamis, 25 Februari tahun 2021 sampai dengan selesai.

Metode penelitian yang dipakai penulis adalah metode penelitian deskriptif kualitatif, yang sering juga disebut penelitian naturalistic/penelitian etnografi, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara terpusat (*focus interview*) disertai kuesioner untuk mendukung hasil wawancara.

Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah konsumen Laklak Bali Rama Kwanji, dengan kriteria mahasiswa yang tengah menjalani studi di Institut Pariwisata Bali Internasional. Sedangkan sampel penelitian sebanyak 51 sampel yang diambil dengan teknik pengambilan sampel *random sampling*.

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan skala Likert Ordinal untuk membuat kuesioner. Bentuk jawaban skala Likert Ordinal terdiri dari sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, dengan bobot nilai secara berturut-turut 5, 4, 3, 2, 1.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman dalam Sugiyono (Sugiyono, 2016), yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Teknis analisis lain yaitu teknik analisis indeks yang digunakan untuk menggambarkan jawaban responden atas item-item pernyataan yang diajukan dalam penelitian (Ferdinand, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data kuesioner yang telah diolah maka dapat disimpulkan dari total 10 pertanyaan didapatkan respon 'Sangat Setuju' terhadap 1 pernyataan dan respon 'Setuju' terhadap 9 pernyataan dari total 51 responden. Kemudian, hasil rata-rata jawaban untuk variabel X dari total

4 pernyataan dan 51 responden dikategorikan ke dalam kategori 'Setuju' karena nilai bobot persentasenya mencapai nilai 74.31%. Sedangkan hasil rata-rata jawaban untuk variabel Y dari total 6 pernyataan dan 51 responden juga dikategorikan ke dalam kategori 'Setuju' karena nilai bobot persentasenya mencapai nilai 76.73%.

Hasil wawancara dan analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Minat

a. Minat Transaksional

Minat transaksional atau kecenderungan seseorang dalam membeli produk dapat dilihat pada pertanyaan 'Seberapa sering saudara membeli jaje laklak? Bagaimana dengan jaje laklak Bali Rama Kwanji?', 'Apakah kakak tertarik dengan jaje laklak Bali Rama Kwanji? Mengapa?', 'Apakah kakak suka dengan jaje laklak Bali Rama Kwanji? Mengapa?', dan 'Apakah dalam waktu dekat ini saudara berencana membeli jaje laklak Bali Rama Kwanji?'

Responden menjawab dalam sebulan telah melakukan pembelian ada yang sebanyak dua kali, ada yang tiga kali, dua belas kali, dan tidak menghitung. Respon sepakat menyatakan bahwa mereka tertarik dan suka pada Jaje Laklak Bali Rama Kwanji. Mereka juga menambahkan bahwa yang membuat mereka tertarik dan suka adalah taburan kelapa dan gula merah yang banyak, cara pembuatan yang masih tradisional, rasanya yang khas, aromanya yang harum, dan teksturnya yang lembut ketika disantap.

Meski intensitas pembelian yang lumayan sering dan rasa tertarik serta suka yang cukup tinggi, beberapa responden menyatakan bahwa mereka tidak memiliki rencana untuk kembali ke Kedai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji dalam waktu dekat dikarenakan kesibukan yang harus dijalani. Oleh sebab itu, berdasarkan jawaban-jawaban responden, dapat dikatakan bahwa minat transaksional responden cukup tinggi.

b. Minat Referensial

Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain, dapat dilihat pada pertanyaan 'Menurut saudara, bagaimana rasa jaje laklak Bali Rama Kwanji? Bisakah dijelaskan lebih jauh?', dan 'Apakah kakak bersedia merekomendasikan jaje laklak Bali Rama Kwanji kepada orang lain?'

Responden menjelaskan dalam wawancara kalau Jaje Laklak Bali Rama Kwanji sama seperti Jaje Laklak pada umumnya, hanya saja aromanya lebih enak, memiliki tekstur yang lembut dan rasa yang gurih. Sedangkan responden lain merasa kalau Jaje Laklak Bali Rama Kwanji biasa saja dan tidak berbeda dengan Jaje Laklak lainnya. Dan ketika ditanyakan kesediaan responden untuk merekomendasikan Jaje Laklak Bali Rama

Kwanji, seluruh responden sepakat menyatakan bahwa mereka bersedia merekomendasikan Jaje Laklak Bali Rama Kwanji kepada orang lain, sehingga dapat dikatakan minat referensial responden tinggi.

c. Minat Preferensial

Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Minat ini dapat dilihat pada pertanyaan

‘Bagaimana jaje laklak jika dibandingkan dengan jajanan tradisional lainnya atau bahkan jajanan modern?’, ‘Bagaimana jaje laklak Bali Rama kwanji jika dibandingkan dengan kedai jaje laklak lainnya?’, ‘Jika dibandingkan, mana yang akan kakak beli? Jaje laklak atau jajanan tradisional lainnya atau bahkan jajanan modern? Mengapa?’, dan ‘Jika dibandingkan, mana yang akan kakak beli? Jaje laklak Bali Rama Kwanji atau jaje laklak kedai lain?’.

Responden kalau ia lebih suka dan lebih memilih membeli jajanan modern dibanding Jaje Laklak atau jajanan tradisional lainnya. Salah satu responden tidak bisa membandingkan karena sama- sama suka jajanan modern dan Jaje Laklak, dan responden terakhir memilih Jaje Laklak dibanding jajanan modern atau jajanan tradisional lainnya.

Kemudian, hampir seluruh responden sepakat bahwa Jaje Laklak Bali Rama Kwanji lebih enak dan lebih memilih membeli di kedai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji dibanding kedai lainnya. Berdasarkan pemaparan tersebut, minat preferensial responden cukup rendah jika perbandingannya adalah jajanan modern, sedangkan jika perbandingannya sama-sama Jaje Laklak, maka minat preferensial responden sangat tinggi.

d. Minat Eksploratif

Minat eksploratif, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi lain yang mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Minat ini dapat dilihat pada pertanyaan ‘Apa saja yang saudara ketahui tentang jajanan tradisional?’, ‘Apa saja yang saudara ketahui tentang jaje laklak? Bagaimana dengan jaje laklak Bali Rama Kwanji?’, ‘Jika diketahui ada penjual jaje laklak yang baru, apakah kakak akan mencobanya?’, dan ‘Jika jaje laklak dikembangkan lagi resepnya, mungkin dengan tambahan keju, cokelat, daging olahan, apakah kakak berminat untuk mencobanya?’.

Seluruh responden memiliki pengetahuan yang cukup pada makna jajanan tradisional dan Jaje laklak dan hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden telah melakukan eksplorasi pada dua hal tersebut dan memiliki minat eksploratif yang tinggi.

Seluruh responden menjelaskan dalam wawancara bahwa mereka bersedia mencoba Jaje Laklak yang dijual oleh penjual baru, dan bersedia pula mencoba Jaje Laklak yang telah dikembangkan resepnya, mungkin dengan tambahan keju, cokelat, atau daging olahan.

2. Perilaku

a. Minat Membeli Karena Kebutuhan

Minat membeli karena kebutuhan dapat dilihat pada pertanyaan 'Apakah bagi saudara jaje laklak sudah merupakan kebutuhan yang mesti terpenuhi misal seminggu sekali, tiga hari sekali, dst?'. Beberapa responden menjawab pertanyaan ini dengan ya, Jaje Laklak bagi mereka sudah merupakan kebutuhan, beberapa. Sedangkan sisa responden menjawab kalau Jaje Laklak belum menjadi kebutuhan bagi mereka, tetapi hanya sekadar keinginan dan urgensinya tidak terlalu besar. Hal ini mungkin disebabkan preferensi masing-masing responden terhadap alternatif jajanan lain seperti jajanan modern atau jajanan tradisional lain, sehingga minat membeli karena kebutuhan keseluruhan oleh responden bisa dikatakan cukup rendah.

b. Mengumpulkan Informasi Tentang Produk

Perilaku mengumpulkan informasi tentang produk dapat dilihat pada pertanyaan

'Apakah saudara terus mengupdate informasi tentang jaje laklak?'

Pada indikator ini, sayangnya seluruh responden menjawab tidak terus mengupdate informasi mengenai Jaje Laklak, sehingga dapat disimpulkan perilaku mengumpulkan informasi tentang produk pada responden sangat rendah.

c. Penilaian Produk dengan Manfaat yang Diharapkan

Perilaku penilaian produk dengan manfaat yang diharapkan dapat dilihat pada pertanyaan 'Apakah menurut saudara jaje laklak Bali Rama Kwanji telah memenuhi semua harapan saudara baik dari segi rasa, harga, tekstur, dan lain sebagainya?'

Pada indikator ini, seluruh responden menjawab ya, Jaje Laklak Bali Rama Kwanji telah memenuhi semua harapan responden karena rasanya enak, teksturnya lembut, aromanya khas, dan harganya pantas. Oleh sebab itu, penilaian produk Jaje Laklak Bali Rama Kwanji bagi responden sangat tinggi.

d. Keyakinan Terhadap Pilihan Produk

Keyakinan terhadap pilihan produk dapat dilihat pada pertanyaan 'Apakah menurut saudara membeli jaje laklak di kedai Laklak Bali Rama Kwanji merupakan keputusan yang tepat?'.

Pada indikator ini, seluruh responden menjawab ya, membeli Jaje Laklak Bali Rama Kwanji merupakan keputusan yang tepat bagi responden. Bagi responden, selain produk yang dijual, pelayanan yang diberikan kedai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji cepat dan ramah membuat konsumen merasa nyaman. Dengan kata lain, perilaku yakin terhadap pilihan produk bagi responden dapat disimpulkan sangat baik.

e. Pembelian dan Kepuasan

Perilaku pembelian dan kepuasan dapat dilihat pada pertanyaan 'Apakah saudara merasa puas dengan produk dan pelayanan di kedai Laklak Bali Rama Kwanji?'

Pada indikator ini, seluruh responden menjawab ya, bahwa responden merasa puas dengan produk dan pelayanan di kedai Laklak Bali Rama Kwanji'.

SIMPULAN

Setelah melakukan penjabaran hasil penelitian dan melakukan pembahasan terkait hasil penelitian dengan judul "Minat dan Perilaku Mahasiswa IPBI Terhadap Jajanan Tradisional Laklak di Bali Rama Kwanji" maka dapat ditarik kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Minat mahasiswa IPBI terhadap jajanan tradisional Jaje Laklak Bali Rama Kwanji sudah baik. Mahasiswa IPBI memiliki rasa penasaran dan bersedia membeli Jaje Laklak Bali Rama Kwanji. Mahasiswa IPBI juga merasa Jaje Laklak Bali Rama Kwanji lebih menarik dibanding jaje laklak di kedai lain serta bersedia untuk merekomendasikannya.
2. Perilaku mahasiswa IPBI terhadap jajanan tradisional Jaje Laklak Bali Rama Kwanji sudah baik. Mahasiswa IPBI merasa penasaran setelah mendapatkan informasi mengenai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji, telah membeli dikarenakan kebutuhan, merasa enak dan menarik untuk dinikmati, merasa puas dan merasa keputusannya tepat, serta akan melakukan pembelian lagi di masa yang akan datang.

Adapun saran yang diberikan oleh penulis yakni sebagai berikut:

1. Jaje Laklak Bali Rama Kwanji terancam eksistensinya oleh banyak munculnya jajanan modern. Pengusaha Jaje Laklak, khususnya kedai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji diharapkan untuk memberikan inovasi-inovasi atas produknya yaitu bisa dengan menggubah resep atau melahirkan konsep kedai yang baru yang menarik minat serta perhatian customer dan calon customer.
2. Pengusaha Jaje Laklak, khususnya kedai Jaje Laklak Bali Rama Kwanji diharapkan untuk memberikan inovasi atas cara pemasaran mereka contohnya dengan memaksimalkan sosial media seperti Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andyka, A. (2017, April 27th). *Jaje Laklak Bali: Cemilan Tradisional Khas Bali*. Retrieved from kooliner.com/blog/jaje-laklak-bali-cemilan-tradisional-khas-bali/
- Febry, F. (2006). *Penentuan Kombinasi Makanan Jajanan Tradisional Harapan untuk Memenuhi Kecukupan Energi dan Protein Anak Sekolah Dasar di Kota Palembang*. (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga. Kotler, P., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.