

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki kekayaan dan keanekaragaman budaya sehingga memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor pariwisata. Pariwisata dijadikan sektor yang berhubungan dengan kegiatan berwisata yang dapat memberikan suatu pengalaman yang menarik bagi wisatawan. Salah satu elemen penting dalam pariwisata yaitu wisata kuliner. Berdasarkan pendapat Palupi (2019, hlm. 16) bahwa hubungan antara makanan dan pariwisata pada saat ini telah berkembang tidak hanya dilihat sebagai kebutuhan pokok bagi para wisatawan saja, tetapi juga telah menjadi pembeda antar destinasi dengan memberikan pengalaman yang berkesan.

Kuliner dijadikan sebagai cerminan identitas dan kearifan dari budaya lokal suatu daerah. Kuliner tradisional sering disebut sebagai jantung dari kebudayaan setempat karena dapat mewakili sejarah, tradisi, dan identitas daerah setempat. Setiap daerah memiliki makanan tradisionalnya masing-masing, seperti docang yang merupakan makanan tradisional Kota Cirebon. Docang terbuat dari lontong, taoge, dan daun singkong yang disiram oleh kuah rempah dage. Docang biasanya dijadikan sebagai sarapan oleh masyarakat setempat. Docang dijadikan makanan turun temurun yang ada sejak zaman wali sanga menyebarkan agama Islam di Kota Cirebon. Selain memiliki cita rasa dan cara penyajian yang unik, docang juga memiliki nilai sejarah dan budaya yang dapat menggambarkan keragaman dan kekayaan kuliner tradisional.

Pada era digital dan informasi, generasi Z memiliki pola pikir dan perilaku yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z dikenal karena kemampuannya yang luar biasa dalam beradaptasi terhadap perubahan, termasuk dalam hal preferensi kuliner. Generasi Z merupakan generasi yang sejak usia dini sudah mengenal teknologi dan internet (Noordiono, 2016, hlm. 5-8). Generasi Z memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap teknologi. Teknologi terbaru bagi generasi Z diperumpamakan seperti air yang menyegarkan yang perlu segera diminum untuk mendapatkan manfaatnya. Generasi Z sering disebut sebagai

generasi digital yang berkembang dalam lingkungan yang penuh teknologi dan berbagai macam alat teknologi. Kecenderungan generasi Z terhadap kebaruan dan kekinian memiliki tantangan tersendiri dalam melestarikan kuliner tradisional. Generasi Z memiliki pola pikir dan sudut pandang yang lebih terbuka dengan mengikuti perkembangan zaman. Dapat dilihat dari fenomena banyaknya generasi Z yang lebih menyukai makanan nontradisional dibandingkan makanan tradisional dan ikut serta dalam pergeseran kedudukan makanan tradisional. Generasi Z ini memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, termasuk dalam preferensi kuliner mereka yang sering kali lebih dipengaruhi oleh tren global dan penampilan media sosial daripada tradisi dan warisan kuliner lokal.

Hal itu juga dapat memengaruhi perilaku terhadap pergeseran makanan tradisional, seperti maraknya generasi Z yang menganggap makanan tradisional kurang menarik dan elegan bagi generasi Z serta masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Hal ini terlihat dari padatnya pengunjung gerai makanan modern (franchise makanan asing) di mall-mall yang didominasi oleh generasi muda bahkan keluarga. Di saat yang sama, gerai makanan tradisional mulai ditinggalkan seolah-olah sudah tidak menarik lagi. Hal ini dikemukakan oleh Achyaruddin, Direktur Pengembangan Konvensi Minat Khusus, Insentif dan Acara, Kementerian Pariwisata, Ekonomi Kreatif. (Efendi, 2014, hlm. 12)

Hal lain yang mendukung yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Adiasih & Brahmana (2017, hlm. 123), yang membahas mengenai para siswa yang mengakui ketertarikannya pada masakan atau makanan internasional, khususnya masakan Jepang, seperti sushi dan ramen, masakan Korea, dan masakan Eropa, seperti pizza dan steak. Mereka melihat nilai tambah dari makanan tersebut, tidak hanya dalam rasa yang nikmat, tetapi juga dalam status sosial atau gengsi yang datang dengan mengonsumsinya. Meskipun harganya yang mahal, tidak menghalangi generasi Z untuk membeli dan menikmati makanan tersebut. Berbeda pada saat membeli makanan tradisional, generasi Z sangat sensitif terhadap harga makanan tradisional. Makanan cepat saji yang biasa dikenal dengan makanan modern ini banyak dipercaya memiliki manfaat tertentu, seperti dianggap lebih menarik dari cara penyajiannya, cepat pada proses pembuatannya, dan tempat untuk menyantap lebih

nyaman untuk bersosialisasi (Irianto, 2017, hlm. 10-12). Namun, munculnya makanan modern dapat menyebabkan penurunan popularitas makanan tradisional sehingga berdampak pada sikap dan persepsi konsumen terhadap makanan tradisional (Sukmawati dkk., 2022, hlm. 268).

Fenomena ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh H. P. G. Sempati & Badraningsih (2017, hlm. 6) yang mengemukakan bahwa pemahaman anak muda terhadap makanan tradisional lebih lemah dibandingkan dengan pemahaman mereka terhadap makanan modern. Penelitian tersebut juga mengamati bahwa pada saat membeli makanan, generasi muda biasanya lebih memilih makanan modern daripada makanan tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pergeseran dalam preferensi kuliner yang dapat berdampak pada minat beli generasi Z.

Minat beli merupakan indikator yang penting dalam kelangsungan suatu produk, termasuk pada makanan tradisional. Minat beli merupakan keinginan yang muncul setelah seseorang tertarik dengan produk yang dilihatnya, lalu muncul rasa ingin mencoba produk tersebut hingga muncul keinginan kuat untuk membelinya agar dapat memiliki produk tersebut (P. Kotler & Keller, 2016, hlm. 198). Di zaman modern ini, minat beli tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasa atau kualitas saja. Namun, juga aspek lain, seperti penyajian, pemasaran, dan relevansinya dengan tren saat ini. Makanan tradisional seperti docang memiliki tantangan tersendiri yaitu memerlukan strategi khusus untuk menarik minat generasi Z.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016, hlm. 181) bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi konsumen ketika melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut meliputi stimulus pemasaran, stimulus psikologis, karakteristik konsumen, minat beli, dan keputusan pembelian. Faktor-faktor ini berfungsi sebagai dasar untuk menentukan apakah konsumen pada akhirnya akan membeli suatu produk atau jasa. Selain itu, ada beberapa hal yang dapat memengaruhi keinginan pembeli untuk membeli suatu produk, seperti kondisi sekitar dan stimulus pemasaran. Kondisi atau lingkungan sekitar pembeli dapat memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk tertentu, sementara stimulus pemasaran bertujuan untuk mendorong dan meningkatkan minat pembeli

untuk membeli produk tersebut (P. Kotler & Keller, 2016, hlm. 187). Maka dari itu, dalam menarik konsumen, khususnya generasi Z sangat penting untuk memahami bagaimana elemen-elemen tersebut dapat berinteraksi dan memengaruhi persepsi generasi Z sebelum melakukan pembelian.

Persepsi generasi Z terhadap docang dan kuliner tradisional lainnya menjadi kunci dalam pengembangan strategi pemasaran dan pelestarian. Memahami bagaimana generasi Z memandang dan menilai kuliner tradisional, serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keinginan generasi Z untuk membeli merupakan hal yang sangat penting dalam menetapkan tindakan yang harus dilakukan agar dapat menyatukan nilai-nilai tradisional dengan kebutuhan dan selera pada masa kini.

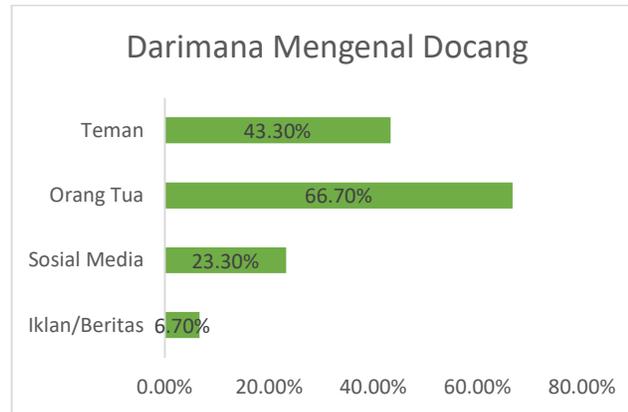
Persepsi dapat dipandang sebagai respons atau interpretasi individu terhadap suatu situasi yang menginformasikan tindakan mereka selanjutnya (P. Kotler & Keller, 2016, hlm. 189). Proses persepsi ini adalah proses penyaringan, pembentukan, dan pemahaman informasi untuk menciptakan representasi realitas yang koheren dan signifikan. Hal ini berkaitan dengan konteks generasi Z, yang persepsinya terhadap kuliner tradisional akan menentukan pendekatan terhadap pemasaran yang efektif. Selanjutnya, Walgito (2017, hlm. 54-55) menegaskan bahwa faktor eksternal dan internal dapat memengaruhi persepsi seseorang, termasuk generasi Z terhadap produk atau jasa tertentu. Faktor internal tersebut meliputi kebutuhan emosional, latar belakang pendidikan individu, kemampuan sensorik, ciri kepribadian, penerimaan diri, dan keadaan pribadi, sedangkan faktor eksternal dapat mencakup fitur produk dan konteks penggunaannya. Dengan memahami pola-pola tersebut, dapat berguna untuk membuat strategi yang sesuai untuk menarik minat generasi Z dalam membeli makanan tradisional.

Docang merupakan salah satu warisan kuliner tradisional Kota Cirebon yang memiliki keunikan dan nilai kebudayaan yang menarik sebagai makanan tradisional yang turun temurun dari nenek moyang. Docang merupakan makanan khas Kota Cirebon yang seringkali dijadikan menu sarapan masyarakat setempat. Docang berisi potongan lontong atau ketupat yang dilengkapi dengan berbagai macam sayuran, seperti daun singkong, taoge, parutan kelapa yang disiram dengan kuah

dage atau oncom yang memiliki rasa gurih dan berempah. Pada zaman dahulu, awalnya docang dibuat untuk meracuni wali sanga yang sedang berdakwah di Kota Cirebon. Berdasarkan cerita yang beredar, ada pangeran yang bernama rengganis yang tidak menyukai kehadiran wali sanga yang akan menyebarkan agama Islam di wilayah Cirebon. Pangeran tersebut memutuskan untuk meracuni wali sanga dengan membuat masakan yang di dalamnya dimasukkan semua jenis tanaman kacang dan dedaunan yang ditanam di daerah tersebut. Namun, ketika disantap oleh para wali sanga, racun tersebut tidak mempan dan malah disukai oleh para wali sanga. Sehingga racun yang dikenal docang tersebut dikenal oleh masyarakat setempat dan dijadikan makanan khas daerah setempat. Docang dapat ditemukan di sekitar pasar atau pedagang yang keliling, masih belum banyak penjual docang yang terkenal di Kota Cirebon.

Penulis memilih docang dibandingkan makanan tradisional Kota Cirebon lainnya untuk diteliti karena docang memiliki keistimewaan dari segi sejarah yang berhubungan dengan wali sanga, bahan baku yang berasal dari penghasil pertanian terutama kacang-kacangan di Kota Cirebon, serta cara penyajiannya yang dilakukan secara *ngelamprak*. Namun, docang masih belum sepenuhnya populer dikalangan generasi Z. Bahkan pada saat ini, sudah mulai sulit penjual docang yang keliling kompleks. Maka dari itu, dengan memilih docang sebagai fokus pada penelitian ini diharapkan dapat menggali lebih dalam mengenai bagaimana pandangan generasi Z terhadap docang serta dapat memberikan strategi-strategi pelestarian agar docang tetap lestari dan para penjual docang agar tetap bertahan.

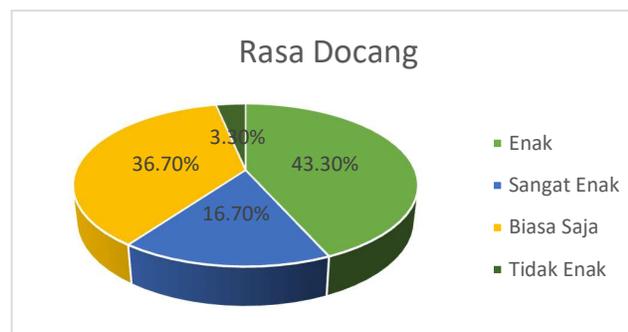
Pada fenomena ini, peneliti melakukan pra-survey kepada 30 responden generasi Z yang telah mengonsumsi docang. Berdasarkan hasil pra-survey menunjukkan bahwa sebesar 66,7% responden mengenal docang melalui orang tua dan sebesar 43,3% responden mengenal docang melalui teman, hal ini menandakan bahwa pentingnya mewariskan budaya dari generasi ke generasi.



Gambar 1. 1. Hasil Pra-survey mengenai Persepsi

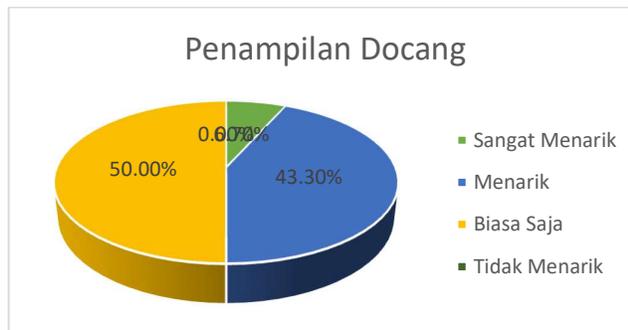
*Sumber: Olahan Penulis*

Berdasarkan Gambar 1.2, hasil dari rasa docang mendapat nilai positif, namun penampilan dari docang dianggap kurang menarik oleh beberapa responden. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey yang menyatakan bahwa sebesar 43,4% responden menjawab enak terhadap rasa docang dan sebesar 50% responden menjawab biasa saja terhadap penampilan docang. Hal ini menandakan bahwa diperlukannya inovasi terhadap cara penyajian dan penampilan docang.



Gambar 1. 2. Hasil Pra-survey mengenai Rasa Docang

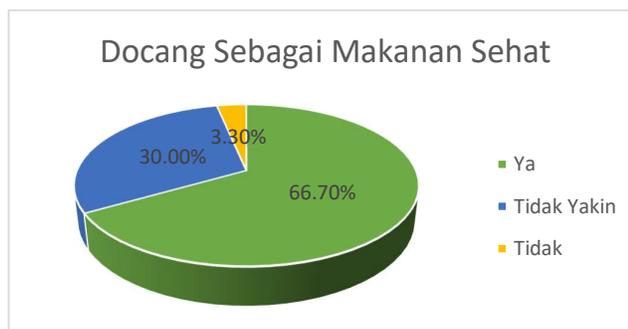
*Sumber: Olahan Penulis*



Gambar 1. 3. Hasil Pra-survey mengenai Penampilan Docang

*Sumber: Olahan Penulis*

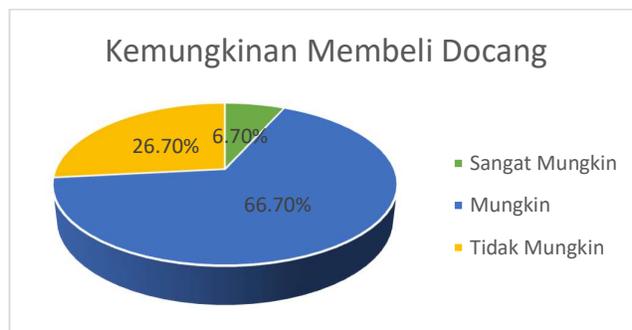
Berdasarkan hasil dari gambar 1.4, sebagian besar generasi Z menjawab bahwa docang merupakan makanan yang sehat, hal ini dapat dilihat dari hasil pra-survey yang menyatakan bahwa sebesar 66,7% responden menjawab bahwa docang adalah makanan yang sehat, namun sebesar 30% responden merasa tidak yakin dengan docang sebagai makanan yang sehat.



Gambar 1. 4. Hasil Pra-survey mengenai Persepsi

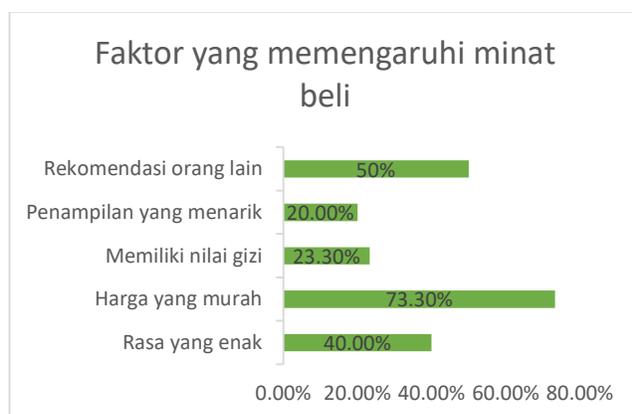
*Sumber: Olahan Penulis*

Berdasarkan hasil pra-survey pada gambar 1.5, sebagian besar dari generasi Z atau sebesar 66,7% responden memiliki kemungkinan untuk membeli docang dalam waktu dekat dan sebesar 6,7% responden memiliki kemungkinan yang sangat besar untuk membeli docang dalam waktu dekat dengan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli docang, yaitu harganya yang murah, rekomendasi dari orang lain, dan juga rasanya yang enak. Tentunya hal itu dapat dijadikan sebagai faktor yang memengaruhi generasi Z dalam membeli docang.



Gambar 1. 5. Hasil Pra-survey mengenai Minat Beli

*Sumber: Olahan Penulis*



Gambar 1. 6. Hasil Pra-survey mengenai Faktor yang Memengaruhi Minat Beli

*Sumber: Olahan Penulis*

Berdasarkan hasil pra-survey pada gambar 1.6, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Generasi Z terhadap Makanan Tradisional Docang dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran persepsi generasi Z mengenai manfaat docang?
2. Bagaimana gambaran persepsi generasi Z mengenai variasi tipe docang?
3. Bagaimana gambaran persepsi generasi Z mengenai keistimewaan docang?
4. Bagaimana gambaran persepsi generasi Z mengenai kegunaan docang?

5. Bagaimana gambaran minat beli generasi Z terhadap docang?
6. Bagaimana pengaruh persepsi generasi Z terhadap minat beli docang?
7. Bagaimana strategi yang dapat diambil dalam pelestarian docang sebagai makanan tradisional?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk dapat menjawab dari rumusan masalah di atas, maka perlu tujuan penelitian sbagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi generasi Z mengenai manfaat docang
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi generasi Z mengenai variasi tipe docang
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi generasi Z mengenai keistimewaan docang
4. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi generasi Z mengenai kegunaan docang
5. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis minat beli generasi Z terhadap docang
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi generasi Z terhadap minat beli docang
7. Untuk memberikan strategi-strategi yang efektif untuk pelestarian docang pada kalangan generasi Z

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari hasil penelitian ini sebagai berikut.

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan pada penelitian ini dapat bermanfaat dalam menyajikan informasi mengenai persepsi pada generasi Z dalam minat beli dan mengonsumsi makanan tradisional. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya dalam memperluas wawasan dan pengetahuan di bidang ini.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pelaku usaha di sektor kuliner tradisional terutama pelaku usaha docang agar dapat lebih mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat memenuhi harapan konsumen dengan mempertimbangkan hal tersebut dalam pengembangan produk, meningkatkan mutu produk, dan memilih strategi pemasaran yang sesuai.