

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Program studi Pendidikan Tata Boga UPI adalah salah satu program studi yang berada di bawah naungan Departemen Pendidikan Kesejahteraan Keluarga yang merupakan salah satu departemen di Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan UPI. Lulusan program studi Pendidikan Tata Boga UPI disiapkan untuk menjadi sarjana pendidikan sebagai calon guru SMK bidang Tata Boga dan dapat membekali lulusan mampu berwirausaha di bidang Tata Boga. (Sumber: Struktur Kurikulum Pendidikan Tata Boga UPI tahun 2017)

Struktur Kurikulum program studi Pendidikan Tata Boga UPI meliputi mata kuliah MKU (Mata Kuliah Umum), MKDP (Mata Kuliah Dasar Profesi), MKKP (Mata Kuliah Keahlian Profesi), MKPPL (Mata Kuliah Program Pengalaman Lapangan), MKKF (Mata Kuliah Keahlian Fakultas), dan Mata Kuliah Keahlian (MKK) Bidang Studi. Mata kuliah yang termasuk kurikulum elektif yaitu Mata Kuliah Keilmuan dan Keahlian Pilihan Program Studi meliputi; MK Pilihan Peminatan Patiseri, MK Pilihan Peminatan Jasa Boga; dan MK Pilihan Peminatan Diet.

Mata Kuliah Pendidikan Konsumen adalah mata kuliah yang mempelajari konsep dasar pendidikan konsumen (pengertian, tujuan, dan pentingnya mempelajari pendidikan konsumen) hak dan kewajiban konsumen serta hak dan kewajiban produsen (pelaku usaha), Undang-undang RI tentang perlindungan konsumen tahun 1999 No 42, proses pengambilan keputusan pembelian, motivasi dan kebutuhan, karakteristik konsumen, sosialisasi konsumen, dan pengetahuan konsumen tentang produk. Tujuan Mata Kuliah Pendidikan Konsumen diharapkan mahasiswa memiliki kemampuan memahami perilaku konsumen sekaitan dengan penggunaan barang dan jasa; memahami pengetahuan asas dan kaidah hukum perlindungan konsumen, hak, kewajiban, dan tanggung jawab sebagai seorang konsumen; penguasaan pengetahuan ; keterampilan dan sikap kritis; berperilaku arief dan bijak sebagai konsumen dalam menggunakan barang dan jasa sesuai kebutuhan dan kegunaannya yang dapat memberikan

kepuasan. Materi yang dipelajari dari mata kuliah Pendidikan Konsumen adalah pengertian, tujuan, manfaat mempelajari pendidikan konsumen; perlindungan konsumen; kepribadian dan gaya hidup dalam berperilaku sebagai konsumen; pengetahuan produk serta keputusan pembelian. (Sumber: Struktur Kurikulum Pendidikan Tata Boga UPI tahun 2017)

Keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Proses terjadinya keputusan pembelian konsumen diawali dengan adanya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Kegiatan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa adalah konsumsi pangan atau konsumsi jajanan.

Menteri Kesehatan Nomor 942/MenKes/SK/VII/2003 mengungkapkan bahwa jajanan merupakan makanan dan minuman yang diolah oleh pengrajin makanan di tempat penjualan atau disajikan sebagai makanan siap santap untuk dijual bagi umum, selain yang disajikan jasa boga, rumah makan atau restoran, serta hotel (dalam Cahya Ning Fitri, 2012, hlm 14). *Food and Agriculture Organization* mengungkapkan bahwa Makanan jajanan merupakan makanan dan minuman yang dipersiapkan dan dijual oleh pedagang kaki lima di jalanan dan di tempat-tempat keramaian umum lain yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan dan persiapan lebih lanjut .

Mudjajanto (2005) menjelaskan bahwa makanan jajanan dapat diklasifikasikan menjadi empat yaitu, makanan utama (*main dish*), cemilan/kudapan atau snack, minuman, dan buah-buahan (dalam Dwi Surya Ningsih, 2017, hlm 15). Makanan jajanan *snack* merupakan makanan yang dikonsumsi dengan jumlah sedikit seperti kudapan (dalam Ai Nurhayati dkk, 2012, hlm 3). Makanan cemilan atau *snack* contohnya adalah keripik, biskuit, pisang goreng, leper, cilok, dan basreng.

Kondisi lain yang ditemukan adalah mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya untuk tidak membeli makanan yang tidak sehat. Hal ini disebabkan karena makanan yang dijajakan di sekitar kampus memiliki daya tarik, harga terjangkau, dan memiliki rasa yang enak (dalam Pusparina Arum Rahmawati, 2014, hlm 7-10). Permasalahan keputusan pembelian dalam hal ini juga, adalah

dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah pelayanan yang baik, kemampuan tenaga penjualnya, serta iklan dan promosi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang Penerapan Pengetahuan Pembelian Makanan Jajanan Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga UPI. Dikarenakan mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga UPI khususnya angkatan 2016 yang telah mengikuti mata kuliah Pendidikan Konsumen. Mahasiswa yang telah mendapat pengetahuan keputusan pembelian, bukan berarti mahasiswa tersebut dapat menerapkannya dengan baik. Berdasarkan nilai mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga 2016 yang telah menempuh mata kuliah Pendidikan Konsumen dari 53 orang memiliki nilai dengan kriteria nilai sangat baik, hampir sangat baik, lebih baik, dan baik. (Sumber: siak.upi.edu)

B. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga UPI mengenai penerapan pengetahuan keputusan pembelian konsumen. Terutama bagi mahasiswa Pendidikan Tata Boga UPI yang telah menempuh mata kuliah Pendidikan Konsumen dan yang membeli makanan jajanan.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang Penerapan Pengetahuan Keputusan Pembelian Produk Jajanan pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Boga UPI.

2. Tujuan Khusus

Mendapat data dan informasi tentang penerapan pengetahuan keputusan pembelian jajanan pada mahasiswa Prodi Tata Boga UPI, meliputi:

- a. Pengenalan kebutuhan makanan jajanan *snack*
- b. Pencarian informasi makanan jajanan *snack*
- c. Evaluasi alternatif makanan jajanan *snack*
- d. Keputusan pembelian makanan jajanan *snack*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan atau mengembangkan pengetahuan untuk mahasiswa bagaimana sebaiknya ia bertindak sebagai konsumen yang baik, terutama dalam memilih dan memutuskan pembelian makanan jajanan *snack* sehat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak:

- a. Mahasiswa : mahasiswa yang sedang mempelajari ilmu pendidikan konsumen terutama tentang Pengetahuan Keputusan Pembelian.
- b. Dosen pengampu : dijadikan bahan masukan dalam rangka pengembangan mata kuliah Pendidikan Konsumen.
- c. Penulis : dapat menyelesaikan tugas penelitian skripsi sebagai salah satu syarat meraih gelar S1.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika dari penyusunan laporan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan: berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, struktur organisasi skripsi, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, serta instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data.

BAB II Kajian Pustaka: berupa penjelasan mengenai konsep-konsep, teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti; serta penelitian terdahulu yang isinya sesuai dengan bidang yang akan diteliti.

BAB III Metode Penelitian: berupa penjelasan mengenai rancangan penelitian dimulai dari desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.

BAB IV Temuan dan Pembahasan: pada intinya bab temuan dan pembahasan ini menyampaikan dua hal utama yaitu temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan sesuai dengan urutan

rumusan masalah penelitian dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB V Simpulan, Implikasi, dan rekomendasi: menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.

Daftar Pustaka: sumber tertulis (buku, artikel, jurnal, dokumen resmi atau sumber lain dari internet).

Daftar Lampiran: semua dokumen atau yang digunakan dalam penelitian dan penulisan hasil-hasil penelitian.