

PENGARUH VARIASI PRODUK KULINER TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA LOKASI KAKI 5 DI JALAN PERNIAGAAN MEDAN

Oleh

Zurriati Imilia

Dra. Hj. Farida Hanum Nasution, M.AP.

Email : faridahanum@dharmawangsa.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of public buying interest on culinary products, based on price, taste, and service

This research uses descriptive analytical research. This research data using two sources, namely primary data with secondary data. By using a functional questionnaire for main data collection. And the data is obtained directly from the owner who owns the culinary. This research I use question and answer data with the owner directly, and for 1 week (7 days).

The data of this research uses questionnaire data and conducts interviews with consumers who come to the location on Jalan Perniagang. From the questionnaire data, the sample obtained is 5 respondents drawn from consumers who convince the visitors who come to the street of the business.

From the results of this study, the response from consumers who came to this location was that the majority of people who liked the culinary delights of the Commercial Street really liked the food and the atmosphere on the Commercial Street, the security problems provided were very safe and affordable for consumers who brought these vehicles. And the price offered or installed at the seller for the consumer is very cheap and the price is affordable. The services provided are very helpful for consumers to be able to choose the food offered.

Keywords: Products, Services, Consumers

A. PENDAHULUAN

Pada umumnya kota merupakan sebagai tempat pemukiman yang relatif besar,berpenduduk padat dan permanen dari individu-individu secara sosial heterogen semakin besar,semakin padat dan heterogen penduduknya. Dengan begitu kota merupakan pusat dari kegiatan suatu masyarakat.

Warung makan kaki lima menjadi bagian dari istilah umum yaitu pedagang kaki lima (PKL) yang menjajakan makanan dan minuman. Sebab, jelas ada berjenis produk lain yang dijajakan oleh PKL. Walaupun klasifikasinya adalah “kaki lima”tetapi warung makan ini juga termasuk usaha atau bisnis kuliner dalam bentuk yang jauh lebih sederhana dibandingkan restoran atau rumah makan. Untuk bagian ini maka ada baiknya apabila kita singgung selintas mengenai kata pedagang kaki lima tersebut. Ada pendapat yang menggunakan istilah PKL,untuk pedagang yang menggunakan gerobak,istilah itu sering dtafsirkan demikian jumlah pedagangnya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga”kaki”.

Bondan (yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan selalu kaki yang seindah dan seajak ceker ayam.

Sebenarnya istilah kaki lima berasal dari masa penjajahan kolonial belanda. Peraturan pemerintahan waktu itu menetapkan bahwa setiap jalan raya yang dibangun hendaknya menyediakan sarana untuk penjalan kaki. Lebar luas untuk pejalan adalah lima kaki atau satu setengah meter.

Menurut Skinner (1992) bisnis adalah pertukaran barang,jasa,atau uang yang paling menguntungkan atau memberikan manfaat. Pada dasarnya,bisnis memiliki makna sebagai “thebuying and selling of goods and service”. Sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang,jasa,atau uang untuk menghasilkan keuntungan.

Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.Kegiatan bisnis meliputi semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa melalui saluran produktif,dari membeli bahan baku (bahan mentah) sampai dengan menjual barang jadi.

Diantara bidang usaha atau bisnis yang banyak digeluti dan diminati dari dulu hingga saat ini adalah bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan makanan adalah kebutuhan primer bagi setiap orang. Sehingga bisnis

kuliner menjadi bisnis yang tidak pernah mati dan terus berkembang. Hal itu akan menjadi lebih jelas teralisasi bila mana ditunjang dengan manajemen dan inovasi yang bagus dari seorang pemilik.

Bisnis kuliner sangat digemari para pengusaha bisnis saat ini, banyak kompetitor-kompetitor bisnis usaha kuliner membuat usaha kuliner dengan modal yang sedikit tetapi dapat menguntungkan para pengusaha kuliner. Bisnis kuliner tersebar di kota-kota besar karena kota besar menjadi sebuah peluang untuk menarik para calon konsumen. Para pengusaha kuliner membuat sebuah strategi promosi, dengan memunculkan minat calon konsumen. Konsep yang unik dan menarik, serta membuat menu dan makanan yang bervariasi sehingga nantinya akan disukai para calon konsumen.

Konsumen saat ini dihadapkan dengan minat dan kebutuhannya, konsumen tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan dan konsep yang menarik, sehingga restaurant dengan karakteristik yang khas dan memiliki daya tarik tinggi mampu menarik konsumen yang berkunjung.

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Makanan yang dikonsumsi manusia dianjurkan mengandung gizi yang sesuai

dengan kebutuhan tubuh. Indonesia yang terkenal dengan keanekaragaman budayanya, juga memiliki keanekaragaman dalam makanannya.

Setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas budaya Indonesia (Wongso, 2015).

Saat ini kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari karena makanan adalah sebuah kebutuhan sehari-hari. Semua itu, membutuhkan cara pengolahan makanan yang enak.

Dalam perekonomian Indonesia, sektor usaha kecil memegang peranan yang sangat penting, terutama bila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil.

Dengan adanya wisata kuliner dijalan tersebut warga tidak merasa terganggu atau pun keberatan dengan adanya tempat berjualan tersebut, karena apabila mereka merasa lapar atau merasa bosan dirumah mereka, mereka tidak perlu berjalan jauh keluar. Mereka juga terbantu dengan adanya wisata kuliner tersebut, karena suasana disekitar mereka menjadi rame, dan jauh dari kejahatan-kejahatan yang ada disekitar mereka.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kuliner yang disajikan pada lokasi kaki lima (5) berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
2. Apakah variasi produk yang disajikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian saya ini adalah untuk mengetahui apakah kuliner yang disajikan pada lokasi kaki lima tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dan untuk mengetahui variasi produk kuliner yang disajikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian harus memiliki manfaat. Menurut Sugiyono (2009:397) "Setiap penelitian memiliki manfaat. Manfaat tersebut bisa bersifat teori dan praktis". Dari tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka diharapkan dapat memberi manfaat bagi masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Sebagai bahan informasi bagi pembaca
2. Sebagai pegangan bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan
3. Sebagai bahan refrensi dan acuan bagi penelitian berikutnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian ini.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir peneliti.
5. Bagi perpustakaan Universitas Dharmawangsa sebagai bahan masukan bagi para pembaca.

E. Kerangka Teori

Kerangka teoritis akan memberikan dasar konseptual bagi penelitian, dan kerangka teoritis adalah mengidentifikasi jaringan hubungan antar variabel yang dianggap penting bagi studi terhadap situasi

masalah apapun. Oleh karena itu sangat penting untuk kita menegetahui apa arti variabel dan apa saja jenis variabel yang ada (Sekaran,2014).

Pengertian usaha kecil,adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan lebih dari 1 (satu) miliar.

Usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar,belum tercatat,dan belum berbadan hukum,antara lain petani penggarap,industri rumah tangga,pedagang asongan,pedagang kaki lima,pedagang keliling,dan pemulung.

Pengertian kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk,pangan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*.

Saat ini istilah kuliner sering didengar,dibaca lewat media cetak maupun audio visual. Istilah ini semakin menyebar luas

di indonesia setelah acara di televisi yang dioandu oleh Bondan Winarnodi dengan slogan maknyus-nya itu. Dalam perkembangannya,penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan,seperti seni kuliner yaitu persiapan,memasak dan penyajian makanan,biasanya dalam bentuk makanan.

Ada juga wisata kuliner yaitu wisata yang bertujuan untuk menikmati hasil masakan ditempat wisata tersebut. Misalnya wisata kuliner di kota Bandung yaitu mencoba menikmati makanan khas daerah Bandung. Wisata kuliner merupakan perpaduan menikmati suatu makanan sambil menikmati suasana jalan-jalan,bersantai atau sedang berlibur,sehingga memanfaatkan waktu ke tempat-tempat yang menyediakan makanan khas.

Dengan kata lain istilah wisata kuliner dapat diuraikann secara bebas tanpa menghilangkan makna perpaduan antara berwisata sambil mencari makanan khas. Produk adalah segala sesuatu (barang atau jasa) yang ditawarkan kepada masyarakat untukmendapatkan perhatian,pembelian,atau dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Bukan hanya kualitas produk yang dibutuhkn konsumen. Sistem pelayanan yang diberikan dan desain produk

yang menarik juga memberikan nilai lebih pada konsumen untuk membeli atau mengonsumsi suatu produk.

Perilaku Konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan.

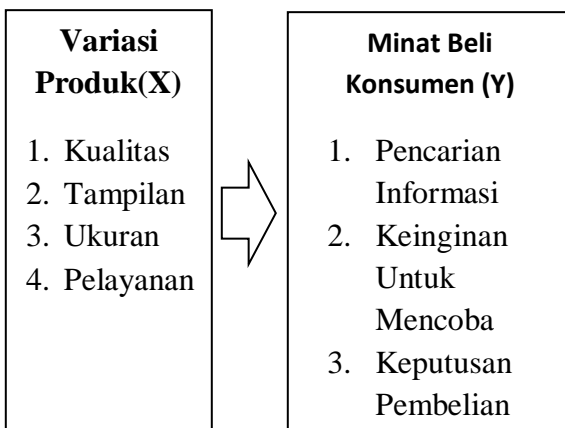
F. Kerangka Konsep

Kerangka konseptual penulis adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka bertujuan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu teori yang dipakai sebagai landasan penelitian.

Berdasarkan kerangka teori diatas maka penulis menggambarkan kerangka konsep penulis sebagai berikut:

Kerangka Konsep

Variabel X Variabel Y



G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

Karena hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah.

Berdasarkan uraian diatas pada landasan teoritis, dan kerangka konsep, yang menjadi hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

Ha : Variasi Produk Kuliner (Sate Padang Al-Fresco, Martabak Gapa, Aneka Jus) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di jalan perniagaan Medan.

Ho : Variasi Produk Kuliner (Sate Padang Al-Fresco, Martabak Gapa, Aneka Jus) tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di jalan Perniagaan Medan.

H. Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan menikmati makanan yang ada di Jalan Perniagaan Medan yang berjumlah 50 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian kepada 50 orang responden melalui kuesioner yang disebarkan telah didapat gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

Berdasarkan tabel Data Responden Jenis Kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin wanita yang berjumlah 26 orang (52%) dan responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 24 orang (48%). Data diatas menunjukkan bahwa konsumen wanita lebih sering berkunjung ke kuliner Jalan Perniagaan Medan dibandingkan konsumen pria.

Pada tabel Data Responden Berdasarkan Usia dapat diketahui bahwa jumlah responden yang paling dominan ialah yang memiliki usia 15 s/d 25 tahun yaitu sebanyak 29 orang (58%), yang memiliki usia 26 s/d 35 tahun sebanyak 13 orang (26%), yang memiliki usia 36 s/d 45 tahun sebanyak 6 orang (12%), dan >45 tahun sebanyak 2 orang (4%). Dari data usia responden dapat diambil kesimpulan bahwa usia responden ini menunjukkan sebagian besar responden yang mengunjungi kuliner Jalan Perniagaan

berada pada usia produktif dimana konsumen berumur 15 s/d 25 tahun yaitu sebanyak 29 orang (58%).

Berdasarkan tabel Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dapat dilihat bahwa responden yang pendidikan terakhir SMA ada sebanyak 29 orang atau (58%), yang pendidikan terakhir Strata 1 ada sebanyak 20 orang (40%), dan yang pendidikan terakhir Diploma 3 ada sebanyak 1 orang (2%). Dari data diatas pendidikan terakhir responden dapat diambil kesimpulan bahwa yang berpendidikan terakhir SMA sering atau dominan mengunjungi kuliner yang ada di Jalan Perniagaan tersebut sebanyak 29 orang (58%).

Hasil Analisis Data

Dari tabel Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel (Y) bisa dilihat dari hasil analisis data, dapat diketahui bahwa nilai jawaban yang mempunyai skor paling banyak adalah S (Setuju) yaitu sebesar 139 yang menjawab Setuju pada pertanyaan tersebut. Dan yang paling sedikit menjawab STS (Sangat Tidak Setuju) yaitu ada 4 skor.

Uji Validitas

Berikut hasil Uji Validitas dari variabel variasi produk (X) dan minat beli konsumen

(Y). Ketentuan penilaian validitas yaitu jika r hitung $>$ r tabel, maka data tersebut dapat dikatakan valid.

Berdasarkan tabel Uji Validitas Variasi Produk (X) dimana menjelaskan tabel Validitas Variasi Produk (X) dimana hasil r hitung $>$ r tabel, dimana r tabel sebesar 0,279, maka diambil kesimpulan bahwa semua pernyataan yang diajukan Valid.

Berdasarkan tabel Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y) dimana menjelaskan tabel validitas variabel minat beli konsumen (Y) dimana hasil r hitung $>$ r tabel, maka diambil kesimpulan bahwa semua pernyataan yang diajukan Valid.

Uji Reliabilitas

Berikut hasil Uji Reliabilitas variabel variasi produk (X) dan minat beli konsumen (Y). Teknik penilaian dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* $>$ 0,279. Untuk melihat reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan koefisien *Cronbach alpha* sebagai berikut:

Berdasarkan tabel Uji Reliabilita Variasi Produk dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* pada variabel variasi produk (X) ialah $>$ 0,279, dengan nilai *Cronbach Alpha* besar 0,283 maka dinyatakan pernyataan untuk variasi produk menyatakan reliabel.

Berdasarkan tabel Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel minat beli konsumen (Y) ialah $>$ 0,279, dengan ini *cronbach's alpha* sebesar 0,341 maka dinyatakan pernyataan untuk minat beli konsumen menyatakan reliabel.

Uji Hipotesis

Uji F

Pada bagian ini ditampilkan tabel Analisis Variansi (ANOVA). Uji ANOVA atau pengujian hipotesis dalam Regresi Linier Sederhana digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen agar tidak terjadi kesalahan penarikan kesimpulan.

• Perumusan Hipotesis

- $H_0 =$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas, yaitu Variasi Produk (X) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen (Y).
- $H_1 =$ Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas, yaitu Variasi Produk (X) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

• Kriteria Pengujian Hipotesis

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

• Taraf Signifikan

Digunakan taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$. Untuk mengetahui nilai F_{tabel} dapat diperoleh dari tabel distribusi F dengan:

dk pembilang (V_2) = $k - 1$, dan

dk penyebut (V_2) = $n - k - 1 = 50 - 1 - 1$

= 48

Sehingga didapat $F_{tabel} = F(\alpha)(V_1 V_2)$

$$F_{tabel} = F(0,05)(1: 48) = \mathbf{4,04}$$

Dari tabel ANOVA didapat $F_{hitung} = 4,259$ sehingga didapat: $F_{hitung} \geq$

Dari tabel ANOVA didapat $F_{hitung} = 4,259$ sehingga didapat: $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, yaitu $4,259 \geq 4,04$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti persamaan regresi linear sederhana Y atas X bersifat nyata. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas, yaitu Variasi Produk (X) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

Hal yang sama didapat jika dilihat dari nilai signifikansi nya. Dari tabel ANOVA terdapat *signifikan* = 0,44 dengan $\alpha = 0,05$

Sehingga didapat Signifikan $\leq \alpha$ yaitu $0,44 \leq \alpha$ yaitu $0,44 \leq 0,05$ Karena tingkat signifikan lebih kecil dari pada α maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji T

Pengujian yang dilakukan merupakan uji satu arah atau uji satu pihak (pihak kanan) dengan distribusi student *t*. Pengujian dapat dilakukan dengan merumuskan hipotesis berikut:

• Hipotesis Pengujian

- H_0 Variasi Produk (X) tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y)
- H_1 Variasi Produk (X) tidak berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

• Kriteria Pengujian

- Tolak H_0 jika: $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
- Terima H_0 jika: $t_{hitung} < t_{tabel}$

• Taraf Signifikansi

Taraf nyata signifikansi (α) diambil sebesar $5\% = 0,05$

• Menentukan t_{tabel}

Dengan dk = $n - 1 = 50 - 2 = 48$ maka,

$$t_{tabel} = \mathbf{2,064}$$

Dari tabel *coefficient* didapat t_{tabel} yaitu 2.064, sehingga didapat $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $2.62 \geq 2.064$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti Variasi Produk (X) berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

Hal yang sama didapat jika dilihat dari nilai signifikansi nya. Dari tabel *coefficient* terdapat signifikansi = 0,000 dengan $\alpha = 0,05$. Sehingga didapatkan Signifikansi $\leq \alpha$ yaitu $0,000 \leq 0,05$. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari pada α maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya hubungan variabel X terhadap variabel Y dapat dilihat dari tabel Koefisien Determinasi Model Summary:

a. Predictions (Constant, Variasi Produk (X))

Terdapat hubungan positif antara Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien korelasi $r_{hitung} = 0,285$. Besarnya nilai r menunjukkan tingkat kekeyatan hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y, menurut klasifikasi tingkat hubungan antara Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) memiliki tingkat kekuatan yang sangat kuat.

Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) digunakan uji determinasi. Berdasarkan tabel *Model Summary* diatas diketahui bahwa pengaruh Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 0,081 atau 81,0% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

I. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji F yang telah didapat dari tabel ANOVA dapat dihitung dan didapat bahwa $F_{hitung} = 4,259 \geq F_{tabel}$, yaitu $4,259 \geq 4,04$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti persamaan regresi linear sederhana Y atas X bersifat nyata.
2. Berdasarkan uji T yang dilakukan dalam tabel Coefficient dapat t_{tabel} yaitu 2.064, sehingga didapat $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $2.62 \geq 2.064$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti Variasi Produk (X) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.
3. Berdasarkan uji Koefisien Determinasi adalah terdapat hubungan positif antara

Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) yang ditunjukkan dengan besarnya koefisien korelasi $r_{hitung} = 0,285$. Dan menurut klasifikasi tingkat hubungan antara Variasi Produk (X) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) memiliki tingkat kekuatan yang sangat kuat.

Daftar Pustaka

Iqbal Muhammad. 2007. *Pelayanan Yang Memuaskan*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta

Kwartono, Adi M. 2007. *Analisi Usaha Kecil dan Menengah*. Andi Offset. Yogyakarta

Nugroho J Setiadi SE MM. 2008. *Perilaku Konsumen ,Konsep Dan Implikasi Umum Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Prenanda Media Group. Jakarta

Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. PT. Rienaka Cipta. Jakarta

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Metode Penelitian*. PT.Rienaka Cipta. Jakarta

