

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan lebih dari 17.000 pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Kondisi geografis ini yang menjadikan Indonesia memiliki keanekaragaman suku, bahasa dan adat istiadat. Setiap daerah di Indonesia memiliki identitas dan ciri khasnya masing-masing yang tercermin dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal kuliner atau jajanan tradisional. Hal ini membuat jajanan tradisional yang ada di setiap daerah di Indonesia juga sangat beragam, karena dipengaruhi oleh bahan pangan yang tersedia dan budaya lokal yang ada di setiap daerah.

Jajanan tradisional merupakan salah satu identitas suatu kelompok masyarakat yang mudah ditemukan dan dikenali. Jajanan tersebut menjadi wujud budaya yang berciri khas kedaerahan serta mencerminkan potensi alam dari daerah masing-masing (Sari & Nurizzati, 2018). Resep dan cara pembuatan jajanan tradisional umumnya diwariskan secara turun-temurun. Teknik pengolahannya pun beragam, mulai dari memanggang, mengukus, hingga menggoreng. Bentuk dan cita rasanya sangat bervariasi, mulai dari bentuk bulat, persegi, kerucut, setengah lingkaran, hingga gulungan, dengan rasa manis, asin, gurih, maupun pedas.

Selain disajikan sebagai makanan sehari-hari, jajanan tradisional kerap juga disajikan dalam berbagai acara, baik yang bersifat formal maupun nonformal. Misalnya, dalam acara-acara pernikahan, syukuran, pertemuan keluarga hingga kegiatan keagamaan. Keberadaan jajanan tradisional dalam berbagai momen penting menunjukkan perannya yang tidak hanya sebatas pada aspek konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari warisan budaya yang mengandung nilai-nilai sosial, estetika dan tradisi. Selain dari segi rasa dan keberagaman jenisnya, jajanan tradisional juga memiliki keunikan dalam pengemasan.

Pengemasannya umumnya menggunakan bahan-bahan alami seperti daun pisang, daun kelapa, daun pandan atau janur yang mudah di peroleh di lingkungan sekitar. Penggunaan bahan alami ini tidak hanya memperkuat identitas tradisional dari jajanan tersebut, tetapi juga mencerminkan prinsip kearifan lokal yang ramah lingkungan. Selain itu, aroma daun-daunan yang digunakan turut menambah cita rasa khas pada jajanan. Inovasi pengemasan ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri yang membedakan jajanan tradisional dari makanan modern.

Jajanan tradisional sering disebut juga sebagai jajanan pasar karena umumnya dijual di pasar-pasar tradisional dan menjadi bagian dari warisan kuliner lokal yang telah ada sejak lama. Salah satu karakteristik dari jajanan tradisional adalah tidak digunakannya bahan pengawet dalam proses pembuatannya sehingga jajanan ini tidak memiliki daya simpan yang lama dan sebaiknya segera dikonsumsi.

setelah diproduksi. Meskipun demikian, jajanan tradisional tetap diminati karena menawarkan cita rasa autentik, menggunakan bahan-bahan alami, serta mempertahankan teknik pembuatan tradisional. Ketiadaan penggunaan bahan pengawet juga menjadikan jajanan tradisional sebagai pilihan pangan yang lebih sehat. Menurut Astuti dan Fatimah (2020), jajanan pasar memiliki keunikan tersendiri karena menggunakan bahan alami dan pengolahan yang sederhana, namun tetap digemari oleh berbagai kalangan masyarakat.

Jajanan tradisional kini sudah menjadi "makanan ringan" yang dapat disajikan dalam berbagai acara, mulai dari pertemuan tingkat RT hingga rapat para pejabat (Wicaksono, 2019). Perkembangan ini menunjukkan bahwa jajanan tradisional tidak hanya dikonsumsi oleh kalangan tertentu, tetapi telah diterima secara luas oleh masyarakat dari berbagai lapisan. Namun, seiring perkembangan zaman dan tren konsumsi modern, jajanan tradisional mulai kalah populer dibandingkan dengan jajanan non-tradisional atau jajanan kekinian yang dianggap lebih praktis dan menarik secara visual (Swandawidharma, 2016). Jika dahulu jajanan tradisional mudah ditemui di pasar tradisional, pedagang kaki lima, atau pada acara-acara tertentu, saat ini jajanan tersebut sudah mulai masuk ke pusat-pusat perbelanjaan modern. Meskipun demikian, keberadaannya mulai tergeser oleh produk jajanan modern yang lebih diminati oleh generasi muda, termasuk mahasiswa, yang cenderung memilih jajanan berdasarkan tampilan dan gaya hidup masa kini.

Kurangnya minat masyarakat, khususnya generasi muda terhadap jajanan tradisional disebabkan oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan. Ritonga (2017) mengemukakan bahwa waktu pengolahan jajanan yang relatif lama menjadi salah satu kendala utama dalam proses produksi. Selain itu, metode pengolahan yang dinilai kurang higienis turut menimbulkan keraguan akan keamanan dan kebersihan produk. Dari sisi estetika, penyajian dan pengemasan yang kurang menarik menyebabkan jajanan tradisional kalah bersaing dengan jajanan modern yang lebih bervariasi dalam tampilan. Lokasi penjualan yang kurang nyaman dan tidak strategis juga menjadi hambatan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Selanjutnya, umur simpan yang pendek membuat jajanan tradisional kurang praktis untuk dikonsumsi dalam jangka waktu lama. Terakhir, cita rasa yang dianggap kurang sesuai dengan selera generasi muda menjadi faktor signifikan yang memengaruhi rendahnya daya tarik terhadap jajanan tradisional.

Memasuki era globalisasi, kemudahan akses terhadap informasi dari berbagai belahan dunia secara signifikan memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam aspek kuliner. Ridaryanthi (2014) menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan media turut mendorong munculnya berbagai tren jajanan kekinian yang dengan cepat mendapat tempat di hati masyarakat, khususnya kalangan remaja dan mahasiswa. Jajanan modern yang dikemas secara menarik, dipromosikan secara masif melalui media sosial, serta mudah diperoleh di berbagai lokasi yang strategis menjadikan jajanan modern lebih

diminati dibandingkan jajanan tradisional. Akibatnya, jajanan tradisional yang telah menjadi bagian dari warisan budaya kuliner bangsa perlahan mulai tersisih dan kurang mendapatkan perhatian dari konsumen masa kini. Fenomena ini menunjukkan bahwa daya tarik visual, kemudahan akses, dan pengaruh media sangat berperan dalam membentuk preferensi konsumsi generasi muda terhadap produk kuliner.

Fenomena ini sangat tampak di wilayah perkotaan, di mana gaya hidup modern serta tingginya kses terhadap media informasi mendorong kecenderungan masyarakat untuk lebih memilih jajanan kekinian seperti *brownies*, *croffle*, *pancake*, *muffin*, *cookies*, *cupcake* dan sejenisnya (Arifin, 2017). Akibatnya, pengetahuan dan minat terhadap jajanan tradisional mulai menurun, khususnya di kalangan mahasiswa. Kelompok ini cenderung memilih jajanan modern karena dianggap lebih praktis, mudah diperoleh, serta lebih sesuai dengan gaya hidup yang mereka jalani.

Mahasiswa sebagai kelompok usia transisi dari remaja menuju dewasa (sekitar usia 18-30 tahun), merupakan individu yang mulai mandiri dan memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan konsumsi sehari-hari (Astuti, 2018). Padatnya aktivitas perkuliahan dan kegiatan kampus membuat mahasiswa cenderung memilih jajanan yang praktis serta menarik untuk dikonsumsi maupun dibagikan di media sosial. Kondisi ini menyebabkan jajanan tradisional semakin kurang diminati, bahkan tidak dikenal oleh sebagian mahasiswa.

Berdasarkan dari fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji keberadaan dan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Hasanuddin tentang jajanan tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana jajanan tradisional dipahami, dikonsumsi dan dipertahankan atau dilestarikan keberadaannya di tengah maraknya jajanan modern yang kian populer di kalangan mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa Universitas Hasanuddin mengenai jajanan tradisional?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam memilih jajanan tradisional?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menjelaskan tingkat pengetahuan mahasiswa universitas Hasanuddin tentang jajanan tradisional
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam memilih jajanan tradisional

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai pola konsumsi di kalangan mahasiswa, khususnya yang berkaitan dengan jajanan tradisional Indonesia.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa. Bagi mahasiswa penelitian ini juga dapat dijadikan sumber rujukan dalam penulisan karya ilmiah serta sebagai sarana untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya kuliner lokal.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya yang pernah dilakukan sebelumnya. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang jajanan tradisional dan berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ira Mayasari dkk (2021) yang berjudul “Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional” menunjukkan bahwa jajanan tradisional tidak hanya dikonsumsi dari kalangan masyarakat tradisional, mulai dari berpendapatan rendah hingga tinggi. Namun, jajanan pasar ini mulai terlupakan karena tergeser oleh perkembangan zaman, khususnya di kalangan generasi milenial. Penelitian tersebut menemukan bahwa keputusan generasi milenial dalam membeli jajanan tradisional dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Oleh karena itu, pengelola usaha jajanan tradisional diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, yang mencakup aspek penampilan, variasi, rasa, tekstur, dan kebersihan.

Selain itu, harga produk juga perlu disesuaikan agar tetap terjangkau oleh generasi milenial. Kemudian harga harus dapat terjangkau oleh kaum milenial. Sehingga untuk meraih pangsa pasar yang besar, maka jajanan tradisional harus diikuti oleh: (1) Kualitas produk yang baik meliputi penampilan, variasi, rasa dan tekstur; (2) Keterjangkauan harga; (3) Tempat yang strategis dalam menjual jajanan tradisional seperti di pasar tradisional, di toko kue, di kantin sekolah, di warung dekat rumah; (4) Mengiklankan jajanan tradisional di instagram, facebook dan twitter; (5) Kebersihan tempat berjualan jajanan tradisional harus lebih diperhatikan; (6) Kualitas pelayanan orang yang menjual produk jajanan tradisional harus lebih baik; (7) Pengolahan jajanan tradisional sudah modern sehingga membutuhkan waktu yang tidak lama.

Penelitian oleh Uci Yulianti (2011) yang berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional di Kota Malang” menjelaskan bahwa kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi jajanan tradisional tidak hanya dipengaruhi oleh jenis produk, harga, dan lokasi penjualan, tetapi juga oleh faktor selera. Selera konsumen berperan penting dalam menentukan pilihan terhadap variasi jajanan tradisional, terutama di tengah munculnya makanan-makanan baru yang tidak lagi bernuansa tradisional. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat keanekaragaman tampilan dan bahan jajanan tradisional, tetap ada minat konsumen terhadap produk tersebut.

Beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian antara lain kepribadian, harga, promosi, budaya, motivasi, lokasi, pengalaman, serta gaya

hidup atau kondisi psikologis. Dari semua faktor tersebut, kepribadian konsumen merupakan faktor yang paling dominan, yang meliputi aspek usia, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin, gaya hidup, dan latar belakang keluarga. Oleh karena itu, dalam merancang strategi pemasaran jajanan tradisional, penting bagi pelaku usaha untuk mempertimbangkan karakteristik kepribadian konsumen secara menyeluruh.

Penelitian oleh I Nyoman Putra Nugraha dkk (2022) yang berjudul “Persepsi Konsumen Milenial dan Generasi Z Terhadap Eksistensi Terang Bulan Mini Sebagai Produk Jajanan Alternatif” Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z lebih berminat untuk membeli terang bulan jumbo dan generasi milenial lebih berminat terhadap terang bulan mini. Generasi Z adalah generasi setelah Generasi Milenial, generasi ini merupakan generasi peralihan Generasi Milenial dengan teknologi yang semakin berkembang.

Dilihat dari pandangan kesehatan generasi milenial dan generasi Z memiliki pandangan yang sama bahwa terang bulan baik jumbo maupun mini sama-sama dapat memberikan dampak yang buruk untuk tubuh jika dinikmati secara berlebihan dan dinikmati hampir setiap hari. Generasi milenial dan z cukup tertarik untuk membeli terang bulan mini. Aneka topping yang bermacam-macam dan porsi yang mini hal ini membuat sebagian besar responden tertarik untuk membeli dan menikmati terang bulan mini. Ditambah dengan penyajian atau packaging yang menarik pastinya hal ini akan menambah daya tarik seseorang untuk membeli produk terang bulan mini.

Penelitian oleh Ferdi Arifin (2017) “Pergulatan Identitas Kultural antara Fastfood dan Kudapan” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka dan observasi untuk menganalisis fenomena yang sedang terjadi. Penelitian ini menemukan suatu identitas bangsa yang bisa dilihat dari kuliner. Identitas bangsa dari kuliner tersebut terlihat dari bahan dan proses pembuatannya. Media televisi dan internet saat ini juga sudah menjadi konsumsi publik, sehingga tidak mengherankan apabila masyarakat lebih tertarik dengan kuliner asing yang ditampilkan sedemikian bagusnya. Program yang masuk dalam media tersebut tidak hanya sekedar acara hiburan, melainkan juga iklan-iklan yang dipasarkan di masyarakat. Namun, bentuk-bentuk yang ditampilkan dalam media saat ini cenderung ke arah budaya asing daripada budaya sendiri.

Dari gaya hidup sampai masalah kuliner semua mengacu pada budaya asing, sehingga tidak sedikit generasi muda saat ini tidak mengetahui budaya sendiri. Hal inilah yang menyebabkan, kuliner asli Indonesia saat ini kalah dengan kuliner asing karena suatu bentukan dari media yang menunjukkan nilai tinggi dalam kuliner asing daripada kuliner lokal yang dibuat kesan kampung dan tidak enak dimakan. Hal itu dikarenakan pesan yang diberikan media sukses besar bahwa jajanan pasar itu kotor dan jajanan dari Supermarket maupun Mall makanan cepat saji mereka itu enak, bergizi, dan punya nilai prestise.

Penelitian oleh Tjahja Muhandri dkk (2021) yang berjudul “Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan” mengungkapkan bahwa meskipun jajanan tradisional masih disukai oleh masyarakat, terutama karena cita rasanya, tingkat pengetahuan mengenai asal-usul, jenis, dan nilai budaya jajanan tersebut mulai menurun, khususnya di kalangan generasi muda. Faktor kebiasaan, harga, dan aksesibilitas menjadi penentu utama dalam keputusan konsumen untuk membeli jajanan tradisional. Hal ini menunjukkan perlunya strategi edukatif dan promosi untuk meningkatkan kembali ketertarikan terhadap jajanan lokal.

Penelitian oleh Wicaksono (2019) yang berjudul “Transformasi Jajanan Tradisional di Tengah Arus Modernisasi” menyoroti tantangan yang dihadapi jajanan tradisional akibat perkembangan zaman. Ia menjelaskan bahwa jajanan tradisional kini mulai kalah populer dibandingkan makanan kekinian. Namun, dengan strategi yang tepat seperti inovasi dalam kemasan, penambahan variasi rasa, dan penggunaan media digital untuk promosi, jajanan tradisional masih memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang. Penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi dalam pemasaran produk lokal di era modern.

2.2 Eksistensi

Eksistensi adalah keberadaan atau mengakui keberadaan kita. Secara etimologis, Eksistensialisme berasal dari kata eksistensi yang berasal dari bahasa Inggris yaitu Eksistensi; dari bahasa latin eksistensial yang berarti muncul, ada, muncul, dan memilih keberadaan yang sebenarnya. *ex* artinya keluar, *sistere* artinya muncul atau naik. Jadi keberadaannya tidak kaku dan berhenti, tetapi fleksibel atau lunak. Setelah berkembang, begitu pula sebaliknya tergantung pada kemampuan merealisasikan potensinya. Ada beberapa penafsiran tentang eksistensi yang dibagi menjadi empat pengertian. pertama, eksistensi merupakan apa yang ada. Kedua, eksistensi merupakan apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi yakni semua hal yang dirasakan serta menekankan jika suatu itu ada. Keempat, eksistensi ialah kesempurnaan.

Eksistensi dapat dikatakan sebagai keadaan atau keberadaan suatu hal tertentu yang masih ada dan terus ada dari dulu hingga sekarang, keadaan ini tidak terlepas dari ingatan masyarakat (Pratiwi, 2020). Keberadaan semacam ini perlu diakui oleh orang lain, karena pandangan masyarakat di sekitar membuktikan bahwa keberadaan seseorang atau sesuatu diakui. Oleh karena itu, bukti keberadaannya dapat dinilai dari adanya pengakuan atau setidaknya diakui keberadaannya oleh masyarakat.

Menurut Sjaifirah, eksistensi bisa artikan sebagai keberadaan. Keberadaan yang dimaksud ini yaitu terdapatnya pengaruh atas ada maupun tidak adanya kita. Eksistensi ini mesti “diberikan” seorang kepada orang lain, karena dengan terdapatnya reaksi dari orang lain ini hendak meyakinkan bahwasanya keberadaan

ataupun seorang itu diakui. Selain dari itu dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) dikemukakan pula bahwasanya eksistensi itu keberadaan, terdapatnya. Berdasarkan dari dua penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa eksistensi yakni sesuatu keberadaan atau keadaan yang masih diterima dari dulu sampai saat ini dan masih eksis di kalangan masyarakat.

Dalam penelitian ini kata eksistensi digunakan untuk menjelaskan keberadaan terkait dengan hal yang sedang diteliti. Adapun yang dimaksud dalam eksistensi jajanan tradisional, dalam penelitian ini menjelaskan tentang keberadaan jajanan tradisional pada mahasiswa Unhas khususnya yang berasal dari Daerah Bugis-Makassar yang kaya akan jajanan-jajanan tradisionalnya.

2.3 Jajanan Tradisional

Jajanan tradisional atau yang juga dikenal dengan sebutan jajanan pasar adalah nama lain dari aneka kue yang semula diperdagangkan di pasar tradisional. Jajanan tradisional merupakan jenis makanan tradisional yang berupa makanan ringan. Jenis makanan untuk jajanan ini biasa dikonsumsi sebagai makanan selingan. Pada umumnya makanan ini sebagai penambah kebutuhan gizi sehari-hari di samping menu pokok. Jajanan tradisional sering disebut juga jajanan pasar merupakan bagian dari tradisi bangsa Indonesia yang perlu dijaga dan dilestarikan sebagai bagian dari kekayaan lokal untuk memajukan wisata kuliner dalam pariwisata Indonesia.. Hal ini dikarenakan jajanan tradisional memiliki bentuk, rasa, tekstur dan tampilan yang lebih menarik (Sutomo, 2012).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia jajan tradisional adalah kudapan, panganan yang dijual di pasar. Jajan tradisional ini terbuat dari bahan-bahan yang alami dan tidak mengandung bahan pengawet serta dibuat secara manual. Meskipun seiring perkembangan zaman adanya alat canggih bermunculan namun para pedagang jajan tradisional tetap menggunakan tangan sehingga menghasilkan rasa yang khas dan biasanya tidak tahan lama karena bahan yang digunakan tidak mengandung bahan pengawet, sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi (Pratiwi, 2020).

Selain berbagai jenis jajanan pasar, menurut Sutomo (2012) teknik memasak jajanan pasar juga berbeda. Jajanan tradisional biasanya terbuat dari tepung terigu atau bahan lain selain tepung terigu, namun fungsinya untuk menggantikan tepung terigu, seperti beras, ketan, tepung tapioka atau ubi jalar dan tepung garut. Dengan menggunakan bahan dasar yang beragam, Anda bisa membuat berbagai jenis jajanan tradisional, seperti kue apem, onde-onde, barongko, dadar gulung, pisang molen, putu ayu, pawa, dange, deppa tori, bolu cukke, doko-doko cangkuning, ka'tirisala, klepon, martabak, lapis, dll. Selain jenis-jenis jajanan pasar yang beraneka ragam, menurut Sutomo (2012), teknik memasak dari jajanan pasar sendiri juga bervariasi. Makanan jajan tradisional biasanya terbuat dari bahan dasar terigu atau bahan lain selain terigu namun fungsinya pengganti terigu seperti dari beras, beras ketan, tepung ubi kayu atau ubi jalar dan garut. Dengan berbagai

macam bahan dasar tersebut dapat dibuat berbagai jenis makanan jajan tradisional seperti kue tok, lempeng, nagasari, apem, onde-onde, bikang, martabak, bikang, jenang, lapis dan lain-lain.

Jajanan pasar dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu jajanan pasar tradisional dan jajanan pasar modern. Bentuk, rasa dan tampilan jajanan pasar tradisional tidak berubah atau mempertahankan gaya aslinya. Jajanan pasar modern adalah jajanan pasar tradisional yang mengalami modifikasi sebagian atau seluruh bentuk, rasa, dan tampilannya (Alamsyah, 2008).

2.4 Pengetahuan Konsumen (Mahasiswa)

Pengetahuan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku dan keputusan dalam mengonsumsi suatu produk. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui pengalaman pribadi, pendidikan, maupun paparan informasi dari media dan lingkungan sosial. Dalam konteks makanan tradisional, pengetahuan konsumen mencakup pemahaman mengenai jenis, bahan, proses pembuatan, nilai budaya, serta manfaat dari jajanan tradisional itu sendiri. Semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap suatu produk, maka semakin besar kemungkinan ia untuk menyukai dan memilih produk tersebut. Sebaliknya, rendahnya pengetahuan akan mengurangi minat dan kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk lokal.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki peran penting dalam keberlangsungan konsumsi jajanan tradisional. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa terhadap makanan tradisional cenderung menurun, terutama di lingkungan urban dan modern. Hal ini disebabkan oleh kurangnya paparan terhadap makanan lokal dalam kehidupan sehari-hari, dominasi makanan modern, serta minimnya edukasi mengenai nilai budaya di balik kuliner tradisional.

Pengetahuan mahasiswa yang rendah terhadap jajanan tradisional dapat berdampak pada berkurangnya minat untuk mengonsumsi atau melestarikan makanan tersebut. Oleh karena itu, penting dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi budaya kuliner di kalangan mahasiswa, baik melalui promosi edukatif, kegiatan kampus, hingga integrasi dalam media sosial. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan mahasiswa dapat menjadi strategi kunci dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan jajanan tradisional sebagai bagian dari identitas budaya lokal.

2.5 Perubahan Pola Konsumsi

Konsumsi merupakan suatu keadaan dimana saling berhubungannya seseorang dan kebutuhan yang dimilikinya untuk memperoleh kepuasan yang dicari. Kepuasan tersebut didapatkan dengan berbagai cara seperti menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. konsumsi

masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan cukup berbeda dengan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, konsumsi masyarakat di desa cenderung masih memegang teguh adat dimana memiliki pola konsumsi yang sama atau tidak jauh berbeda. Sedangkan konsumsi pada masyarakat yang tinggal di perkotaan cukup beragam, hal tersebut disebabkan karena di perkotaan memiliki berbagai tipe masyarakat, yang mengakibatkan konsumsi yang dilakukannya juga berbeda-beda (Astuti, 2018).

Menurut Tri Puji Astuti (2018) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi:

1) Pendapatan

Pendapatan merupakan sesuatu yang diperoleh seseorang dari bekerja maupun dari kegiatan lain yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sumber pendapatan yang diterima setiap individu berbeda-beda sesuai dengan aktivitas atau pekerjaan yang dilakukannya. Hasil pendapatan tersebut yang nantinya akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sama halnya dengan rumah tangga mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi. Pengeluaran konsumsi mahasiswa merupakan nilai belanja yang dilakukan mahasiswa untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya. Secara garis besar konsumsi mahasiswa dikelompokkan menjadi dua, yaitu konsumsi makanan dan non makanan, jadi pada tingkat pendapatan tertentu mahasiswa akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kedua kebutuhannya tersebut.

2) Gaya hidup

Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup berkaitan erat dengan pendapatan yang diterimanya. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi maka, biasanya akan diikuti dengan pengeluaran konsumsi yang tinggi pula. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi umumnya mereka memiliki pendapatan yang tinggi. Sedangkan mahasiswa yang memiliki gaya hidup sederhana biasanya dikarenakan mereka memiliki pendapatan yang cenderung lebih rendah dibanding dengan mahasiswa yang memiliki gaya hidup tinggi (Mulyani, 2015).

Gaya hidup mahasiswa yang berbeda bisa juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, dimana gaya hidup perempuan dan laki-laki berbeda. Selain itu latar belakang keluarga dimana mahasiswa yang tinggal di kos dengan mahasiswa yang tinggal di rumah bersama orang tua memiliki gaya hidup berbeda.

3) Tingkat Harga

Harga suatu barang ataupun jasa sangat berpengaruh terhadap konsumsi mahasiswa. Biasanya seorang mahasiswa akan lebih teliti dalam memperhatikan harga suatu produk. Umumnya mereka senang dengan barang/jasa yang harganya relatif lebih murah.

Pola konsumsi berasal dari kata pola dan konsumsi. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap (sumber), sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa

hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan (Mulyani, 2015). Faktor yang mempengaruhi pola konsumsi diantaranya ketersediaan waktu, pengaruh teman, jumlah uang yang tersedia dan faktor kesukaan serta pengetahuan dan pendidikan gizi (Suhardjo, 2006).

Faktor yang mempengaruhi pola konsumsi:

- a. Faktor tingkat pengetahuan
Tingkat pengetahuan memegang peran penting dalam pola konsumsi masyarakat. Jika tingkat pengetahuan gizi seseorang tinggi, maka semakin tinggi pula peran tentang pemilihan bahan makanan.
- b. Faktor ketersediaan pangan
Yang dimaksud dengan ketersediaan pangan adalah kondisi tersedianya pangan yang mencakup makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, ternak, ikan serta turunannya bagi penduduk di suatu wilayah tertentu.
- c. Faktor sosial ekonomi
Kondisi ekonomi dalam keluarga memegang peran penting dan sangat mempengaruhi pola konsumsi keluarga.
- d. Faktor sosial budaya
Faktor sosial budaya masyarakat di suatu wilayah memiliki pengaruh yang kuat terhadap sikap masyarakat dalam memilih/pemilihan bahan makanan yang akan dikonsumsi. Faktor sosial budaya ini berkembang di masyarakat sesuai dengan kondisi lingkungan, agama, serta adat dan istiadat.

Perkembangan zaman yang ditandai dengan globalisasi, urbanisasi, dan kemajuan teknologi turut memengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda. Generasi muda saat ini, terutama generasi milenial dan Gen Z, menunjukkan kecenderungan beralih dari makanan tradisional ke makanan modern seperti fast food, makanan instan, atau jajanan kekinian. Makanan-makanan ini umumnya dianggap lebih praktis, cepat disajikan, dan sesuai dengan gaya hidup yang serba instan. Selain itu, pengaruh media sosial dan budaya populer juga turut membentuk preferensi konsumsi mereka, di mana makanan modern sering kali lebih menarik secara visual dan mudah dipromosikan melalui platform digital.

Perubahan pola konsumsi ini mengakibatkan berkurangnya minat terhadap makanan tradisional yang biasanya membutuhkan waktu lebih lama dalam proses pembuatan, memiliki tampilan yang lebih sederhana, dan tidak sevaria makanan kekinian. Banyak generasi muda yang tidak lagi mengenal nama, jenis, maupun nilai-nilai budaya yang terkandung dalam makanan lokal. Hal ini menjadi tantangan besar dalam upaya pelestarian kuliner tradisional. Jika tidak dilakukan intervensi yang tepat, makanan tradisional berisiko punah seiring waktu akibat kurangnya regenerasi konsumen dan pelaku usaha.

Tantangan utama dalam pelestarian makanan lokal meliputi keterbatasan akses, minimnya promosi, dan kurangnya inovasi dalam penyajian. Makanan

tradisional sering kali tidak tersedia di lokasi strategis seperti kantin kampus atau pusat perbelanjaan, serta jarang diiklankan di media sosial. Selain itu, pelaku usaha jajanan tradisional sering kali belum memanfaatkan strategi pemasaran modern yang sesuai dengan preferensi generasi muda. Untuk menjaga eksistensinya, makanan tradisional perlu diadaptasi tanpa menghilangkan identitas budayanya, misalnya melalui inovasi kemasan, penyesuaian porsi, atau penggabungan dengan elemen kekinian yang menarik bagi pasar muda. Dengan demikian, memahami pergeseran pola konsumsi generasi muda serta meresponsnya dengan pendekatan yang kreatif dan kontekstual merupakan kunci dalam pelestarian kuliner tradisional di era modern.