

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup manusia seringkali mengubah kebiasaan dan tradisi dalam berperilaku. Hal ini juga berkaitan erat dengan cara masyarakat mengonsumsi makanan. Fenomena bahwa masyarakat lebih menyukai makanan modern turut berpartisipasi dalam menggeser kedudukan makanan tradisional (Tumbel & Rate, n.d.). Fenomena ini dapat dibuktikan dengan masyarakat yang seringkali menganggap makanan tradisional tidak cukup menarik dan berkelas. Saat ini gerai makanan modern lebih padat pengunjung di pusat perbelanjaan. Sementara itu, gerai makanan tradisional mulai ditinggalkan seolah-olah tidak memiliki daya tarik (Burhanuddin, 2018). Makanan tradisional seperti klepon, lupis, dan berbahan kelapa lainnya memiliki kelemahan seperti tidak bertahan lama, karena makanan tersebut rentan berbau atau basi. Namun, makanan tradisional juga memiliki keunggulan tersendiri, antara lain diolah dari bahan segar dan alami, kandungan lemak relative rendah, tidak mengandung zat aditif (pewarna dan pengawet), relative aman bagi Kesehatan, sesuai dengan selera dan kebiasaan, biaya relatif murah, mudah didapat, dan sangat bervariasi.

Di beberapa tahun terakhir, makanan tradisional mulai dinikmati kembali oleh berbagai kalangan masyarakat. Makanan tradisional saat ini memiliki bentuk dan kualitas beragam, namun makanan tersebut fungsinya beralih sebagai makanan tambahan. Makanan tradisional bergeser menjadi makanan ringan atau snack yang disajikan pada berbagai pertemuan di skala rumah tangga hingga pertemuan antar pejabat penting. Oleh karena itu, makanan tradisional tidak lagi dikonsumsi masyarakat pedesaan saja, namun juga masyarakat perkotaan (Wicaksono & Satrio, n.d.). Makanan tradisional sangat penting untuk dilestarikan karena memiliki sisi keunikan (Hakiki et al., 2019)

Saat ini makanan tradisional kembali diminati karena keunikan yang dimilikinya. Salah satu keunikan makanan tradisional yaitu mudah untuk dimodifikasi baik dari segi bentuk, rasa, warna, bahan baku, dan cara penyajian. Hal ini juga telah dilakukan oleh pedagang jajanan tradisional berbahan dasar ketan

pada Gerai Jajanan Si Mul. Dengan demikian, usaha tersebut bisa menjadi bagian dari strategi produsen dalam pemasaran yang tepat untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk memaksimalkan penjualan (Noor, 2016). Strategi untuk menentukan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian adalah dengan menerapkan bauran pemasaran pada pemasaran produk.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian terkait makanan tradisional menarik untuk dilakukan. Salah satu aspek yang dapat diteliti adalah faktor-faktor bauran pemasaran 7P dan bagaimana keputusan pembelian konsumen pada makanan tradisional. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Analisis Bauran pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Jajanan Tradisional Berbahan Dasar Ketan Di Gerai Jajanan Si Mul, Yogyakarta.

B. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui profil konsumen makanan tradisional di Di Gerai Jajanan Si Mul, Yogyakarta.
2. Mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen pada makanan tradisional di Di Gerai Jajanan Si Mul, Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian konsumen pada makanan tradisional di Di Gerai Jajanan Si Mul, Yogyakarta.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang berarti bagi para pengusaha di Yogyakarta sebagai bahan evaluasi terkait dengan keputusan pembelian konsumen terhadap makanan tradisional.