

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Semakin banyak dan beragamnya jenis pekerjaan menyebabkan terjadinya berbagai perubahan perilaku masyarakat, terutama di perkotaan. Salah satu perubahan tersebut adalah perubahan pola makan satedari masak sendiri menjadi membeli di warung makan sateatau restoran. Salah satu alasannya yaitu karena membeli dianggap lebih praktis dan menghemat waktu terutama bagi mereka yang sibuk bekerja. Alasan lain adalah dengan membeli mereka dapat memuaskan beragam selera, terutama bagi mereka yang tidak bisa memasak sendiri makanan atau hidangan sesuai selera. Kondisi ini menyebabkan munculnya peluang bagi berkembangnya aneka rumah makan satedan kuliner lainnya.

Perubahan pola makan sateyang lain adalah pergeseran pola makan satedari yang hanya memperhatikan kuantitas menjadi memperhatikan kualitas dan kecukupan gizi. Kecukupan gizi dalam pola makan satedianggap penting karena tuntutan vitalitas, stamina dan energi. Tuntutan kecukupan gizi harus dipenuhi secara seimbang berupa karbo hidrat, protein, lemak, vitamin, posfor, dan zat besi. Kebutuhan akan nutrisi tersebut dicukupi dari bahan makanan khususnya berupa daging. Jenis daging yang populer di konsumsi oleh masyarakat indonesia antara lain daging ayam, daging sapi, dan daging kambing.

Daging kambing memiliki nutrisi yang lengkap antara lain karbohidrat, protein, energi, lemak, vitamin, pospor, dan zat besi. Selain itu mengkonsumsi daging kambing sering dikaitkan dengan mitos stamina dan vitalitas. Kebanyakan orang menganggap mengkonsumsi daging kambing akan lebih mampu meningkatkan stamina dan vitalitas seseorang jika dibandingkan daging lain. Berbagai kuliner khas indonesia yang berbahan baku daging kambing antara lain sate, tongseng, gulai dan bestek.

Sate Kambing merupakan makanan khas dan favorit Indonesia yang disukai oleh berbagai kalangan. Uniknya setiap daerah mempunyai resep dan gaya masak yang berbeda-beda.

Berkembangnya kuliner sate kambing tidak terlepas dari perkembangan usaha peternakan kambing seperti halnya di provinsi jawa barat produksi ternak kambing mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa kuliner berbahan baku daging kambing juga mengalami peningkatan. Berdasarkan data Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat jumlah populasi kambing di Provinsi Jawa Barat dari 2009-2013 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Populasi Kambing Provinsi Jawa Barat Tahun 2009 - 2013

No	Tahun	Populasi (ekor)
1.	2009	1.600.423
2.	2010	1.801.320
3.	2011	2.016.867
4.	2012	2.303.256
5.	2013	2.324.828

Sumber : Dinas Peternakan Provinsi Jawa Barat Tahun 2014

Daerah Cikarang Selatan merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki aktivitas cukup padat, dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan industrial yang berada di daerah tersebut. Di Cikarang Selatan terdapat banyak usaha warung makan sate dikarenakan bahan bakunya mudah didapat dan pola hidup masyarakat terletak di kawasan industri Cikarang Selatan. Terdapat beberapa warung makan sate didaerah ini seperti warung makan sate "Sido Mampir Pak Mar", warung makan sate "Rindu Malam" dan warung makan sate "Pak Bejo".

Tabel 2. Jumlah Warung Makan sate di Cikarang Selatan

NO	Nama warung	Lokasi	Harga @porsi	Jarak dari pusat kecamatan	Jarak dari pusat industrial
1	Warung makan sate "Sido Mampir"	Di desa serang	Rp. 30.000	± 400 m dari pusat kecamatan selatan	± 500 m dari pusat industrial selatan
2	Warung makan sate "pak Bejo"	Di desa serang	Rp. 28.000	± 450m dari pusat kecamatan utara	± 550 m dari utara pusat industrial
3	Warung makan sate "Rindu Malam"	Di desa serang	Rp. 25.000	± 500 m dari pusat kecamatan utara	± 600 m dari utara pusat industrial

Berdasarkan tabel 2 konsumen di daerah Cikarang Selatan sesungguhnya memiliki peluang dan beragam pilihan untuk memuaskan kebutuhan dan selera makan sate. Dari tabel 2 juga dapat dilihat bahwa jarak warung makan sate dengan pusat kecamatan dan industri relatif tidak berbeda jauh. Demikian juga dengan harga sate perposinya. Namun dari pengamatan awal di antara ke 3 warung makan sate tersebut terlihat bahwa warung makan sate "Sido Mampir Pak Mar" justru paling

ramai dikunjungi konsumen padahal harganya paling tinggi di antara warung makan sate yang lain.

1. Mengapa mereka lebih memilih warung makan sate “Sido Mampir Pak Mar” apakah profil warung makan sate menjadi daya tarik bagi konsumen?
2. Bagaimana profile konsumen warung makan sate ”Sido Mampir Pak Mar”?
3. Bagaimana perilaku konsumen warung makan sate ”Sido Mampir Pak Mar” dalam pembelian?
4. Faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen warung makan sate “Sido Mampir Pak Mar”?

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul perilaku konsumen warung makan sate ” Sido Mampir Pak Mar” di Desa Serang Kecamatan Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.

#### **B. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui profile warung makan sate “ Sido Mampir Pak Mar”
2. Mengetahui profil konsumen warung makan sate “Sido Mampir Pak Mar”.
3. Mengetahui persepsi terhadap warung makan sate “ Sido Mampir Pak Mar”
4. Mengetahui perilaku konsumen sate kambing “Sido Mampir Pak Mar”.
5. Mengetahui hubungan persepsi terhadap jumlah pembelian dan cara pembelian di warung makan sate “ Sido Mampir Pak Mar”

### **C. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi pemilik Warung makan sate“Sido Mampir Pak Mar”, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik dalam mengembangkan usahanya.
2. Menjadi referensi bagi pemilik warung makan sateyang lain dalam meningkatkan kepuasan konsumen.