

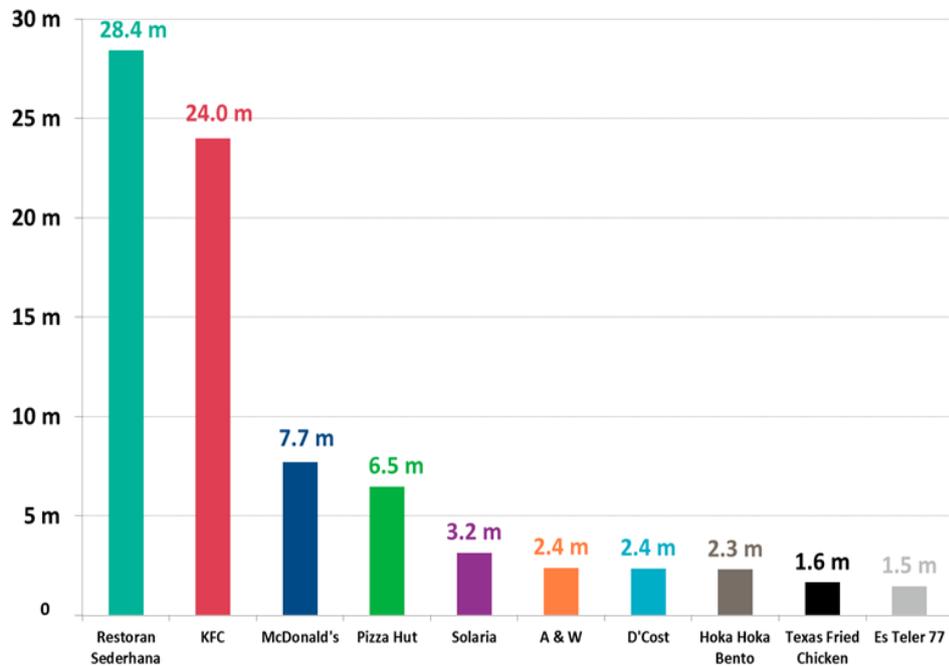
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia sangat pesat terutama usaha kuliner Rumah Makan Padang. Rumah Makan Padang sendiri sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan mancanegara. Sehingga masyarakat Sumatera Barat yang merantau dapat menikmati makanan khas Minang dimanapun mereka berada untuk mengobati kerinduan terhadap kampung halamannya. Menurut Darmawan dan Pradhanawati (2016) Rumah Makan Padang merupakan suatu bisnis rumah makan atau restoran yang menjual dan menyediakan berbagai ragam kuliner atau masakan khas Minangkabau yang berasal dari Sumatera Barat. Rumah Makan Padang memiliki berbagai menu makanan khas Minang terutama rendang yang telah dikenal di seluruh wilayah Indonesia maupun mancanegara.

Nasi Padang adalah salah satu kuliner Nusantara yang banyak digemari oleh masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset Roy Morgan, perusahaan riset pasar sosial dan politik independen dan statistik opini publik yang berkantor pusat di Melbourne, Australia mengenai restoran yang paling digemari di Indonesia menempatkan Restoran Sederhana pada urutan pertama. Ini membuktikan bahwa nasi Padang mempunyai banyak peminat. Gambar 1.1 berikut memperlihatkan 10 restoran dan gerai makanan cepat saji teratas di Indonesia untuk makan, bawa pulang atau pesan antar rata-rata enam bulan – 12 bulan hingga Maret 2018.



Sumber: roymorgan.com

**Gambar 1.1**  
**Nilai Transaksi Restoran dan Makanan Cepat Saji Tahun 2018**

Keberadaan nasi Padang tidak bisa dilepaskan dari makanan yang menjadi ciri khas kuliner Minang, yaitu Rendang. Rendang merupakan salah satu kuliner yang dinobatkan oleh CNN pada tahun 2011 dan 2017 sebagai makanan terlezat di dunia diantara *World's 50 Best Food*. Masakan Padang memiliki rasa yang enak dan gurih. Gurihnya terdapat pada ramuan santan yang kental, rempah-rempah dan sambal. Masakan Padang kebanyakan menggunakan santan disetiap menu masakannya sehingga cenderung berlemak dan berminyak.

Menurut Makarim (2020) menjelaskan bahwa santan memiliki lemak jenuh yang berada pada angka 21 gram. Lemak jenuh kurang baik untuk tubuh jika

dikonsumsi secara berlebihan. Kandungan lemak jenuh yang tinggi pada bahan makanan ini tidak ada kaitannya dengan peningkatan kolesterol tubuh. Risiko yang mungkin terjadi terhadap konsumsi santan berlebihan adalah peningkatan berat badan alias obesitas. Sehingga menumpuknya lemak didalam tubuh karena peningkatan berat badan ini yang memicu bermacam penyakit, seperti penyakit jantung, *stroke*, atau masalah kardiovaskular lainnya.

Selain dimasak dengan santan, restoran Nasi Padang juga menawarkan pilihan masakan yang lebih sehat tapi tetap kaya dengan bumbu rempah seperti Asam Padeh ikan dan daging, Palai Bada, dan Pangek Ikan. Sayuran selain Gulai Nangka juga ada yang tanpa santan seperti Uwok Terong, Buncis dan Patai, Anyang berupa campuran daun Pepaya, Toge, Kacang Panjang yang dicampur dengan kelapa parut segar dan bumbu rempah (Urap).

Pembahasan tentang makanan sangat erat kaitannya dengan isu kesehatan. Kesehatan merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan karena apabila tubuh tidak sehat, kita tidak bisa menjalankan berbagai aktivitas dengan baik. Menurut Lismanizar dan Utami (2018) konsumen yang sadar akan pentingnya kesehatan tentu akan sangat memperhatikan mutu dan keamanan makanan yang akan dikonsumsi. Dengan mengonsumsi makanan yang sehat akan membantu dalam memelihara kesehatan tubuh. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mamun *et al.* (2020) mengenai kesadaran kesehatan (*health consciousness*) menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk mengonsumsi pilihan menu yang lebih sehat.

Untuk memelihara kesehatan tubuh tentu pentingnya pengetahuan akan suatu produk yang dikonsumsi. Menurut Santoso dan Madiawati (2018) menjelaskan bahwa pengetahuan produk (*product knowledge*) yang bagus terhadap produk akan terbentuk dengan kuat jika konsumen menilai apa yang dirasakan sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan sebelumnya. Menurut Nitisusastro (2012) pengetahuan produk sangat penting karena konsumen harus mengetahui tentang karakteristik suatu produk. Karakteristik merupakan identitas dari suatu produk yang memiliki perbedaan antara produk satu dengan lainnya sehingga apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan. Pengetahuan produk penting agar masyarakat bersedia membayar dengan harga yang tinggi dengan kualitas yang terjamin. Menurut Mamun *et al.* (2020) mengenai pengetahuan produk (*product knowledge*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat untuk mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat.

Selain pengetahuan makanan yang perlu diketahui, sikap konsumen merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi pilihan makanan yang akan dikonsumsi. Menurut Mamun *et al.* (2020) Sikap mewakili evaluasi keseluruhan dari konsekuensi yang dirasakan dari perilaku tertentu di bawah pertimbangan individu. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan bahwa sikap (*attitude*) adalah inti dari perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek tertentu. Menurut Mamun *et al.* (2020) mengenai sikap terhadap makanan sehat menunjukkan bahwa sikap berpengaruh secara

positif dan signifikan terhadap niat untuk mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat.

Menurut Kutresnaningdian dan Albari (2012) kesadaran kesehatan pada orang muda mungkin berbeda dengan orang tua, terutama yang berkaitan dengan cara pandang dalam pola konsumsi makanan. Sehingga perlunya metode pendekatan dalam menyampaikan pengetahuan tentang pentingnya kesadaran kesehatan khususnya dalam pola konsumsi makanan yang alami dan sehat. Orang yang lebih tua biasanya mereka sudah lebih mengetahui dan perhatian akan pentingnya kesadaran kesehatan. Dengan begitu mereka menginginkan asupan makanan yang sehat, bergizi dan bernutrisi untuk menjaga kesehatan tubuh mereka yang semakin rentan terhadap penyakit. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang pada tahun 2020 jumlah masyarakat yang berusia 40 tahun ke atas di Kota Padang tercatat sebanyak 306.579 jiwa. Berdasarkan keberadaan kuliner Minang yang sebagiannya dianggap sebagai makanan yang kurang sehat dan perhatian konsumen yang berusia 40 tahun ke atas terhadap kesehatan, maka muncul suatu pertanyaan apakah ada hubungan antara kesadaran terhadap kesehatan ini dengan niat untuk memilih menu yang lebih sehat pada rumah makan Padang. Penelitian di fokuskan pada konsumen yang berusia 40 tahun ke atas karena pada kelompok ini sudah mulai rentan akan penyakit sehingga harus mengkonsumsi makanan sehat.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka perlu dilakukan investigasi lebih lanjut dengan penelitian berjudul **“Pengaruh Kesadaran Kesehatan,**

## **Pengetahuan Produk, Dan Sikap terhadap Niat Mengkonsumsi Pilihan Menu Yang Lebih Sehat Pada Rumah Makan Padang”.**

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh kesadaran kesehatan terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.
- 2) Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.
- 3) Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengaruh kesadaran kesehatan terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.
- 2) Mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.
- 3) Mengetahui pengaruh sikap terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi manajemen pemasaran tentang pengaruh kesadaran kesehatan, pengetahuan produk, dan sikap terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.

## 2) Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan, informasi, referensi yang mana bisa berguna bagi praktisi untuk pertimbangan dan masukan yang mana ada hubungannya dengan pengaruh kesadaran kesehatan, pengetahuan produk, dan sikap terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.

### 1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mencegah terjadinya perluasan pembahasan dan kerancuan pembahasan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas yaitu pada pengaruh kesadaran kesehatan, pengetahuan produk, dan sikap terhadap makanan sehat terhadap niat mengkonsumsi pilihan menu yang lebih sehat pada Rumah Makan Padang.

### 1.6. Sistematis Penulisan

Dalam penelitian ini penulis menyusun lima bab uraian, dimana dalam tiap-tiap bab memiliki sub-sub bab masing-masing, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II : Tinjauan Literatur**

Bab ini berisi tentang tinjauan literatur mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

## **BAB III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini menjelaskan tentang obyek/subyek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas, metode analisis, serta lokasi dan objek penelitian.

## **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang pembahasan pokok masalah melalui pengujian dengan menggunakan metode analisis kemudian dikembangkan dengan teori yang digunakan sebagai acuan, menjadi beberapa pokok kesimpulan yang merupakan inti dari penelitian.

## **BAB V : Penutup**

Bab ini berisi penutupan dan kesimpulan secara ringkas serta beberapa rekomendasi. Bab ini merupakan bab terakhir dalam sebuah penelitian.

