

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Makanan tradisional merupakan gambaran budaya yang kaya dan beragam di setiap daerah, termasuk di Sumatera Barat. Sumatera Barat dikenal dengan keanekaragaman kulinernya yang khas. Banyak kuliner tradisional yang dikenal luas oleh masyarakat, namun juga banyak makanan tradisional yang mulai langka ketersediaannya. Salah satu makanan tradisional yang mulai langka adalah Dadih. Dadih merupakan produk susu fermentasi yang berasal dari Minangkabau, Sumatera Barat. Terdapat lima kabupaten yang diketahui memproduksi dadih di Sumatera Barat, yaitu di Kabupaten Agam, Tanah Datar, Lima Puluh Kota, Sijunjung dan Solok. Populasi ternak kerbau di Sumatera Barat sesuai dengan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat terlihat bahwa populasi ternak kerbau di Sumatera Barat pada tahun 2022 sebanyak 79.711 ekor (BPS, 2024).

Populasi ternak kerbau tidak sebanyak ternak sapi sehingga ketersediaan susu kerbau terbatas. Selain disebabkan oleh manajemen pemeliharaan kerbau yang belum profesional dan masih jauh dari usaha modernisasi, rendahnya produksi susu kerbau di Sumatera Barat disebabkan oleh jenis kerbau yang ditanakkan merupakan kerbau lumpur (*Swamp buffalo*), yang pada dasarnya bukan merupakan tipe kerbau perah. Produksi susu kerbau yang ada di Sumatera Barat 2,40 liter perhari (Ibrahim, 2008). Produksi dadih di Kabupaten Agam, Lima Puluh Kota, Sawahlunto Sijunjung, Solok, dan Tanah Datar, Sumatera Barat mencapai 105,82 t/tahun (Usmiti, 2013).

Dadih merupakan salah satu produk susu fermentasi yang berkhasiat, Pembuatan dadih dilakukan secara turun-temurun, dilakukan oleh peternak yang

memiliki kerbau lumpur betina yang sedang laktasi. Usaha pemerahan kerbau di Sumatera Barat sudah lama dilakukan oleh masyarakat pedesaan, selain untuk menambah pendapatan bagi peternak di pedesaan susu kerbau juga dapat memperbaiki gizi keluarga. Dadih menyimpan nilai gizi yang tinggi, sebagai makanan yang kaya akan protein dan probiotik, dadih berperan penting dalam pola makan masyarakat.

Namun, keberadaan dadih sebagai makanan tradisional mulai terancam oleh trend makanan modern dan cepat saji yang lebih menarik bagi generasi muda. Perubahan gaya hidup, meningkatnya mobilitas, dan semakin berkembangnya teknologi informasi terutama sosial media telah mengubah cara konsumen dalam memilih makanan. Hal ini menimbulkan tantangan bagi produsen makanan tradisional dalam mempertahankan pelanggan, karena dadih tidak banyak lagi dikonsumsi oleh masyarakat, terutama generasi muda. Kondisi ini menggambarkan adanya perubahan dalam perilaku konsumen yang perlu di teliti. Kota Padang sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat, merupakan kota yang kaya akan keragaman budaya dan suku, yang mencerminkan keberagaman masyarakatnya. Kota ini juga menjadi pusat pendidikan, dengan banyaknya generasi muda yang berasal dari berbagai daerah yang menuntut ilmu di perguruan tinggi negeri (PTN) setempat sehingga di Padang, memberikan peluang besar untuk memperkenalkan dan mengembangkan potensi dadih sebagai bagian dari warisan kuliner Sumatera Barat.

Dari hasil Prasurevei, kota Padang hanya terdapat satu orang penjual dadih, yaitu Usaha Amping Dadih Khas Balingka, usaha Dadih Khas Balingka melakukan penjualan setiap hari nya di JL KH Ahmad Dahlan dan setiap hari minggu di Stadion

Gor H. Agus Salim, dilakukan sejak tahun 2015. Dadih yang dijual diperoleh dari Kota Bukittinggi. Dadih dipasok setiap hari, 35-40 batang bambu setiap hari. Dadih yang dijual ada 3 ukuran tabung yang berbeda yaitu kecil, sedang dan besar. Ukuran Panjang bambu yang kecil 15 cm dijual dengan harga Rp. 25.000, ukuran Panjang bambu yang sedang 18 cm dengan harga Rp. 35.000 sedangkan ukuran Panjang bambu yang besar 25 cm dengan harga Rp. 50.000. Selain menjual dadih murni, juga ada amping dadih, yang dijual dengan harga Rp.25.000/porsi. Amping dadih juga merupakan kuliner tradisional yang digemari, terutama oleh pecinta dadih. Mayoritas konsumen amping dadih merupakan orang-orang yang memang sudah menyukai dadih, sehingga konsumen menganggap amping hanya sebagai pelengkap atau topping sajian utama yaitu dadih. Setiap harinya, produk ini selalu habis terjual, menunjukkan tingginya minat pelanggan yang sering kali datang atas rekomendasi orang terdekat terutama lingkungan masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional dan kesehatan alami.

Dari hasil prasarvei diperoleh informasi bahwa konsumen yang membeli dadih banyak dari kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak yang berusia > 35 tahun dengan pembelian dadih sebanyak 1-3 tabung, konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kesukaannya terhadap produk tersebut, tetapi juga memiliki tujuan pembelian lainnya, yaitu sebagian besar konsumen membeli dadih dengan alasan utama untuk kesehatan. Banyak di antara mereka yang meyakini bahwa dadih memiliki manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh, memperbaiki pencernaan, dan mendukung proses penyembuhan penyakit. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan manfaat kesehatan dadih menjadi faktor penting yang mendorong konsumen untuk

memilih dadih sebagai bagian dari pola makan sehari-hari mereka, tidak hanya sebagai makanan ringan, tetapi sebagai solusi alami untuk menjaga kesehatan.

Perilaku konsumen menjadi kunci dalam memahami bagaimana produk tradisional dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh rasa dan harga, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti sosial, psikologi, pribadi, dan nilai budaya yang melekat pada makanan tersebut. Sebagai contoh, banyak konsumen yang memilih makanan berdasarkan pengaruh sosial atau rekomendasi dari teman dan keluarga, serta kesadaran akan pentingnya makanan yang sehat dan alami.

Dengan memahami perilaku konsumen, produsen dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memperluas segmen pasar. Selain itu, pelestarian makanan tradisional juga penting untuk menjaga warisan budaya daerah. Makanan tradisional seperti dadih tidak hanya sekadar konsumsi, tetapi juga memiliki nilai sejarah dan identitas yang perlu dijaga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi yang dapat memperkuat posisi makanan tradisional di tengah perubahan zaman.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian yang diberi judul **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Dadih Pada Usaha Amping Dadih di Kota Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Karakteristik konsumen dan karakteristik pembelian dadih pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang

2. Bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen dan karakteristik pembelian dadih pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap Keputusan pembelian konsumen dadih pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan di harapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam bidang analisis perilaku konsumen terhadap dadih.
2. Memberi informasi bagi pelaku usaha tentang perilaku konsumen terhadap dadih pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang
3. Sebagai sumber informasi kepada lembaga yang terkait agar dapat meningkatkan pemasaran dadih pada Usaha Amping Dadih Khas Balingka di Kota Padang