

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki kekayaan budaya yang luar biasa serta keanekaragaman yang sangat luas. Keragaman ini tercermin dari beragam ras, suku bangsa, dan bahasa yang ada, yang pada akhirnya membentuk budaya Indonesia yang unik dan tak tertandingi. Bentuk-bentuk kebudayaan tersebut meliputi rumah adat, upacara tradisional, pakaian khas daerah, tarian tradisional, alat musik dan lagu daerah, senjata tradisional, serta aneka makanan khas dari berbagai daerah. Di era globalisasi saat ini, dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, termasuk dalam sektor kuliner. Sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang pada tahun 2022, nilai PDB ekonomi kreatif mencapai Rp1.280 triliun. Dari 17 sub sektor dalam ekonomi kreatif yang telah dikembangkan, terdapat tiga sub sektor utama yang memberikan sumbangan terbesar yaitu sub sektor kuliner, sub sektor *Fashion*, dan sub sektor kriya (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2022).

Kuliner daerah atau makanan khas daerah memiliki peranan penting karena dapat mencerminkan identitas budaya dan tradisi suatu masyarakat. Kuliner juga menjadi bentuk ekspresi dari budaya tertentu. Salah satu kuliner daerah yang dikenal oleh masyarakat luas adalah rendang, rendang merupakan makanan khas yang berasal dari Sumatera Barat. Rendang disukai masyarakat luas karena cita rasanya yang kaya, perpaduan rempah-rempah yang khas, serta proses masak yang

unik. Rendang, kuliner khas Minangkabau, pernah meraih posisi teratas sebagai makanan terenak di dunia. Berdasarkan survei CNN Internasional pada tahun 2011, rendang menduduki peringkat pertama dalam daftar *World's 50 Delicious Foods*. Dalam survei ini, rendang berhasil mengungguli berbagai hidangan dari negara lain, seperti sushi dari Jepang, pad thai dari Thailand, bebek Peking dari Tiongkok, dan banyak lainnya. Prestasi ini menunjukkan bahwa kelezatan rendang cocok untuk selera global, bahkan mendapat pengakuan dari masyarakat di seluruh dunia.

Keberadaan usaha rendang sangat didukung oleh ketersediaan bahan baku utama yang melimpah di daerah Sumatera Barat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), produksi daging sapi di wilayah ini pada tahun 2024 mencapai 14.901,15 ton, yang menunjukkan potensi besar dalam memenuhi kebutuhan bahan baku utama rendang, yaitu daging sapi. Selain itu, produksi telur unggas yang mencapai 341.789.344 kilogram (Badan Pusat Statistik, 2024) juga berkontribusi dalam mendukung kebutuhan usaha kuliner. Tak hanya itu, bahan baku pendukung lainnya seperti cabai dan kelapa juga tersedia dalam jumlah besar. Produksi cabai keriting di Sumatera Barat pada tahun yang sama tercatat sebesar 1.141.695,55 kuintal (Badan Pusat Statistik, 2024), sementara kelapa sebagai bahan dasar santan komponen penting dalam pembuatan rendang juga tersebar luas di berbagai daerah di provinsi tersebut. Ketersediaan bahan baku yang melimpah ini menjadi salah satu faktor utama yang mendukung kelangsungan dan potensi pengembangan usaha rendang secara berkelanjutan di Sumatera Barat.

Salah satu daerah di Sumatera Barat yang terkenal sebagai penghasil rendang adalah Kota Payakumbuh. Kota ini bahkan mendapat julukan "Kota Randang", yang diresmikan pada tanggal 17 Desember 2018. Pemberian julukan

tersebut bertujuan untuk mengumpulkan para pelaku industri kreatif rendang dalam satu kawasan terpadu. Langkah ini diambil guna meningkatkan berbagai aspek pendukung produksi, seperti infrastruktur, peralatan, fasilitas, serta sistem produksi, sehingga proses pembuatan rendang menjadi lebih efisien, ekonomis, dan mampu bersaing secara kualitas di pasar. Pada kota payakumbuh terdapat Sentra IKM Rendang Kota Payakumbuh yang didirikan pada tahun 2019, tempat dimana para produsen rendang Kota Payakumbuh yang tergabung kedalam Koperasi Sentra Payo membuat rendang dengan kualitas terbaik.

Selain Sentra IKM Rendang, di salah satu kawasan Kota Payakumbuh terdapat sebuah area wilayah yang di juluki sebagai Kampung Rendang, area ini berada di Simpang Lampasi, Jalan Tan Malaka, Kota Payakumbuh. Menurut data dari Dinas Tenaga Kerja & Perindustrian (2022), terdapat 57 usaha yang menghasilkan rendang di Kota Payakumbuh, diantaranya terdapat 15 usaha rendang yang berada di kecamatan Lamposi Tigo Nagari atau sering disebut Kampung Rendang. Salah satu usaha yang menghasilkan rendang di Kampung Rendang adalah DapoerRendang Riry.

Dapoer Rendang Riry adalah salah satu produsen rendang dan mampu bersaing dengan 57 UMKM lainnya. Usaha keluarga ini didirikan oleh Ibu Ratna Juwita pada tahun 2002, Usaha Dapoer Rendang Riry sendiri tepatnya berlokasi di Jl. Tan Malaka KM 4 RT.05/RW.01 Kelurahan Sungai Durian dengan fokus utama pada produksi rendang telur. Selain itu, usaha ini juga menawarkan 13 varian produk, antara lain rendang telur, rendang singkong, suir jamur, suir sapi, suir ayam, daun belut, daun, teri, paru kering, paru basah, sambalado tanak, kalio jengkol, rendang daging potong, dan rendang daging tumbuk. Berdasarkan keterangan dari

salah satu pekerja di Dapoer Rendang Riry, produk yang paling banyak diminati konsumen adalah rendang telur dan rendang daging. Untuk rendang telur sendiri dijual dengan harga Rp 16.000/kemasan (250gr) sedangkan rendang daging dijual dengan harga Rp 70.000/kemasan (250 gr).

Dapoer Rendang Riry tidak hanya dikenal karena variasi produk yang lengkap dan penetapan harga yang bersaing, tetapi juga karena mampu memenuhi ekspektasi konsumen dari berbagai aspek. Hal ini tercermin dari tanggapan salah satu konsumen berumur 25 tahun yang telah melakukan pembelian di usaha Dapoer Rendang Riry. Dari segi kebudayaan rendang sudah melekat pada tradisi orang minang yaitu merantau, orang minang cenderung membawa rendang saat merantau untuk dikonsumsi selama perjalanan. Dari segi faktor pribadi, Dapoer Rendang Riry memiliki kualitas dan rasa yang konsisten, yang sesuai dengan selera konsumen, selain itu dari faktor harga, bahwa harga rendang pada Usaha Dapoer Rendang Riry termasuk berdaya saing dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Kualitas yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayar, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai yang baik.

Dari segi psikologis rendang memiliki kemasan yang aman sebagai wadah dan tampak dari luar bagaimana kondisi rendangnya. Untuk lebih memahami bagaimana konsumen mengambil keputusan membeli pada Dapoer Rendang Riry, penting juga untuk mengetahui karakteristik konsumen tersebut. Dengan mengenal karakteristik konsumen di Kota Payakumbuh, bisa lebih memahami kebutuhan dan preferensi mereka.

Karakteristik konsumen Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh menunjukkan variasi yang cukup beragam dari segi usia, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi. Berdasarkan observasi awal yang diperoleh, mayoritas konsumen adalah perempuan berusia antara 25 hingga 45 tahun, yang umumnya merupakan ibu rumah tangga atau pekerja yang mencari rendang kemasan dan berkualitas untuk keluarga. Selain itu, konsumen juga berasal dari berbagai tingkat pendapatan, mulai dari kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas, yang memengaruhi pilihan produk dan frekuensi pembelian. Ketika membeli rendang, konsumen sering kali menghadapi dilema antara selera pribadi dan pengaruh dari orang lain. Kebiasaan membeli rendang ini juga dipengaruhi oleh preferensi konsumen terhadap produk yang memiliki cita rasa autentik dan kualitas yang konsisten, sehingga mereka cenderung memilih rendang sebagai pilihan utama untuk konsumsi sehari-hari maupun sebagai oleh-oleh. Dengan memahami karakteristik tersebut, Dapoer Rendang Riry mampu menyesuaikan produk dan strategi pemasaran agar lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen di wilayah tersebut.

Setelah memahami karakteristik konsumen Dapoer Rendang Riry, penting untuk melihat bagaimana hal tersebut tercermin dalam kinerja usaha. Data penjualan menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Penjualan mencapai Rp 688.837.350 pada tahun 2021, meningkat menjadi Rp 989.171.921 pada tahun 2022. Peningkatan ini dapat dikaitkan dengan promosi yang lebih agresif melalui media sosial, yang berhasil menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Namun, penjualan mengalami penurunan pada tahun 2023, dengan total mencapai Rp 865.400.894. Penurunan ini diduga disebabkan

oleh berkurangnya aktivitas promosi, yang membuat daya tarik produk menurun di pasar yang semakin kompetitif. Di sisi lain, penjualan kembali naik menjadi Rp 1.071.064.044 pada tahun 2024. Kenaikan ini terjadi berkat kebijakan baru yang menawarkan diskon khusus pada hari Jumat, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk Dapoer Rendang Riry. Fluktuasi ini mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan stabilitas penjualan di tengah persaingan yang ketat.

Fluktuasi ini diduga dipengaruhi oleh beberapa kekurangan yang masih belum teratasi seperti promosi yang kurang optimal selain itu terbatasnya variasi rasa, yang memberikan kesempatan bagi pesaing sejenis untuk memperluas pangsa pasar mereka. Kondisi persaingan yang ketat tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Dapoer Rendang Riry dalam mempertahankan stabilitas penjualan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kekurangan yang belum ditangani oleh Dapoer Rendang Riry membuka peluang bagi pesaing, terutama dengan banyaknya pelaku usaha serupa di sekitar seperti Rendang Yolanda, Rendang Erika, dan Rendang usmai yang menawarkan produk sejenis. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, Konsumen akan kebingungan karena terlalu banyak pilihan produk dan iklan yang bersaing, sehingga sulit mengambil keputusan optimal. Oleh karena itu keberlangsungan dan eksistensi usaha menuntut pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami preferensi dan prioritas konsumen dari sisi budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, pelaku usaha dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun loyalitas dalam jangka panjang. Oleh karena

itu, penelitian ini menjadi penting sebagai sumber wawasan berbasis data yang dapat membantu Dapoer Rendang Riry bersaing secara optimal di tengah pasar yang kompetitif, sekaligus mempertahankan posisinya sebagai salah satu ikon kuliner khas daerah.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan penelitian tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Rendang pada Usaha Dapoer Rendang Riry Di Kota Payakumbuh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang melakukan pembelian rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh?
2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan pembelian Rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Rendang pada usaha Dapoer Rendang Riry di Kota Payakumbuh.

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kegunaan sebagai berikut:

1. Perusahaan

Memberikan informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih baik, khususnya dalam bidang yang terkait dengan penelitian.

2. Mahasiswa

Menambah wawasan dan pemahaman mahasiswa tentang metode penelitian serta penerapan teori dalam situasi nyata, yang dapat memperkaya pengetahuan akademis mereka.

3. Pihak lain

Menyediakan data dan informasi bagi masyarakat atau pihak yang tertarik dengan topik penelitian, sehingga dapat membantu mereka dalam pengambilan keputusan atau pengembangan wawasan.

