

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia semakin berkembang dan berevolusi menjadi industri kreatif yang berperan penting dalam perkembangan ekonomi kreatif negara. Jenis makanan yang dapat ditemui di Indonesia sangat beragam, Indonesia memiliki berbagai jenis makanan tradisional yang tersebar dalam setiap wilayah. Makanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan potensi alam daerah masing-masing (Nurhayati, 2013).

Makanan tradisional Indonesia adalah semua jenis makanan yang dibuat dan diolah asli Indonesia, dengan menggunakan bahan lokal dan dengan cara pengolahan yang beragam dan bervariasi, serta memiliki ciri khas daerah setempat, mulai dari makanan utama, dan makanan selingan. Salah satu hidangan tradisional Indonesia yang berkembang pesat dan telah dikenal hingga ke mancanegara adalah rendang, yang berasal dari Sumatra Barat. Makanan yang memiliki akar budaya Minangkabau ini pernah meraih penghargaan sebagai hidangan nomor satu dalam daftar *World's 50 Most Delicious Foods* (50 Hidangan Terlezat Dunia) versi CNN International pada tahun 2011 (Haryadi dkk., 2012). Selain itu, tradisi merantau yang kuat dalam budaya suku Minangkabau turut berperan dalam penyebaran kuliner khas ini, menjadikannya terkenal tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di dunia internasional. Pada tahun 2018, rendang secara resmi diakui sebagai salah satu dari lima hidangan nasional Indonesia.

Selain berbahan dasar daging, rendang menggunakan santan kelapa, dan campuran dari berbagai rempah dan bumbu khas yang dihaluskan di antaranya

cabai, serai, lengkuas, kunyit, jahe, bawang putih, bawang merah, dan aneka bumbu lainnya. Ciri khas rasa rendang yang otentik bukan hanya dari rasa pedas yang dominan, melainkan perpaduan bahan, rempah, dan bumbu yang sesuai yang dapat menciptakan rendang dengan rasa yang otentik dan dapat diterima secara umum. Rendang juga memiliki ciri khas tekstur daging yang kering, berwarna coklat gelap, dan beraroma kuat. Pembuatan rendang membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mencapai warna coklat hingga coklat kehitaman. Dalam kondisi ini rendang bisa bertahan lama di suhu ruangan dikarenakan kandungan air yang ada pada rendang sudah rendah sehingga rendang memungkinkan untuk dijadikan sebagai produk kemasan siap saji yang disajikan dalam bentuk kemasan.

Kota Padang sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatra Barat, tidak hanya dikenal dengan kekayaan kuliner dan budayanya, tetapi juga menjadi pusat bagi banyak generasi muda yang datang dari berbagai daerah di dalam maupun luar Sumatera Barat untuk melanjutkan studinya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2022, Kota Padang memiliki jumlah penduduk sebanyak 919.145 jiwa, menjadikannya sebagai kota dengan populasi terbesar di Sumatra Barat. Kehadiran generasi muda di kota ini memberikan peluang besar untuk mengembangkan dan memperkenalkan kembali makanan tradisional. Termasuk rendang, yang merupakan simbol dari kuliner khas Minangkabau. Sebagai kota yang menjadi pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan, Padang memiliki potensi besar untuk mengembangkan minat generasi muda terhadap kuliner lokal, sekaligus mengadaptasi cita rasa tradisional dengan perkembangan zaman. Sehingga dapat menarik lebih banyak perhatian terutama dikalangan generasi muda.

Seiring perkembangan zaman, tantangan untuk mempertahankan keberadaan rendang di kalangan generasi muda semakin besar. Salah satu kelompok generasi muda yang saat ini mendominasi populasi mahasiswa adalah Gen Z (Generasi Z). Peran gen Z sebagai kelompok usia produktif dan calon konsumen utama di masa depan. Gen Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, dengan karakteristik yang cenderung dinamis, praktis, serta memiliki preferensi konsumsi yang dipengaruhi oleh tren global dan teknologi. Gen Z juga dikenal sebagai generasi yang cepat beradaptasi, namun pada saat yang sama lebih selektif dalam menentukan pilihan konsumsi, termasuk dalam hal makanan.

Dalam konteks pelestarian kuliner tradisional, Gen Z menjadi kelompok penting untuk diteliti karena keberlanjutan eksistensi makanan tradisional, seperti rendang dapat bertahan atau mulai ditinggalkan. Jika Gen Z sudah tidak tertarik lagi dengan rendang, maka ke depannya makanan tradisional ini bisa kehilangan eksistensinya. Sebaliknya, jika Gen Z menyukai rendang dan merasa bangga terhadap rendang maka peluang rendang untuk terus hidup dan berkembang semakin besar. Dengan mempelajari pola dan preferensi pembelian makanan tradisional pada Gen Z, pelaku usaha maupun pemerintah dapat merancang strategi promosi, inovasi produk, dan pendekatan pemasaran yang lebih efektif untuk memastikan rendang tetap relevan dan diminati di tengah perubahan gaya hidup masyarakat modern. Oleh karena itu, rendang sebagai makanan tradisional perlu beradaptasi dengan tren tersebut agar tetap relevan di tengah perubahan zaman.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap beberapa Gen Z di Kota Padang, diketahui bahwa mereka masih memiliki kecintaan terhadap rendang, makanan khas Minangkabau yang sudah mendunia ini. Meskipun demikian, ada

beberapa kendala yang mereka hadapi dalam mengakses rendang secara rutin. Salah satunya adalah keterbatasan rumah makan atau warung yang menyajikan rendang di sekitar area kos atau tempat tinggal mereka, sehingga terkadang mengharuskan mereka untuk meluangkan waktu lebih atau mengunjungi rumah makan yang selalu menyediakan rendang untuk dinikmati. Sebagian besar dari mereka juga mengungkapkan bahwa untuk menikmati rendang harus menunggu kesempatan tertentu seperti saat Hari Raya Idul Adha dan Hari Raya Idul Fitri, dan juga ketika rendang sering disiapkan sebagai hidangan acara tradisional, atau ketika dikirimkan oleh orang tua dari kampung halaman. Hal ini tentu saja membuat konsumsi rendang menjadi terbatas, tidak bisa dinikmati setiap saat seperti makanan lainnya yang lebih mudah dijangkau.

Disisi lain, salah satu faktor yang mempengaruhi kebiasaan makan Gen Z adalah harga rendang, yang berkisar antara Rp.14.000-16.000 per potong, yang relatif lebih mahal dengan harga lauk lainnya yang berkisar antara Rp.10.000-12.000 per potong. Meskipun harga rendang sedikit lebih tinggi, banyak Gen Z yang menghargai nilai dari makanan tradisional ini karena proses pembuatannya pun lebih sulit dan lama dibandingkan dengan makanan lainnya. Bagi banyak mahasiswa dan generasi muda, rendang tetap menjadi pilihan menarik karena menawarkan pengalaman kuliner yang kaya rasa dan budaya. Jadi, dengan semakin banyak tempat makan yang menyajikan rendang dengan harga yang bersaing, membuat Gen Z punya peluang lebih untuk menikmati rendang tanpa harus khawatir soal anggaran.

Selain faktor harga, karakteristik Gen Z yang lebih menyukai hal-hal yang instan juga sangat mempengaruhi pilihan makanan mereka. Gen Z lebih suka

membeli makanan yang dekat dengan tempat tinggal mereka, seperti makanan kekinian yang sedang tren di media sosial atau makanan yang dijual dengan harga terjangkau di warung-warung sekitar kos. Makanan cepat saji, seperti mie instan, seblak, atau makanan prasmanan dengan lauk siap saji, lebih mudah didapatkan dan memakan waktu yang jauh lebih singkat untuk mendapatkannya. Kebiasaan ini sejalan dengan dinamika hidup Gen Z yang sering kali sibuk dengan berbagai aktivitas baik itu kuliah ataupun beraktivitas sosial. Kebiasaan ini mencerminkan kecenderungan Gen Z untuk memilih opsi yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang serba modern atau kekinian, dinamis, dan berorientasi pada efisiensi waktu.

Dari beberapa faktor diatas, meskipun Gen Z di Kota Padang masih menyukai rendang, mereka cenderung memilih makanan yang lebih praktis dan mudah didapatkan untuk kebutuhan sehari-hari. Rendang tetap dianggap sebagai makanan khas, biasanya dinikmati pada momen tertentu seperti acara keluarga atau hari besar. Bagi sebagian Gen Z, menikmati rendang juga membawa kembali suasana kebersamaan dan kehangatan rumah. Gaya hidup yang praktis dan pilihan makanan yang lebih modern memang memengaruhi kebiasaan mereka, namun rendang tetap menjadi salah satu pilihan yang disukai karena rasanya yang khas. Jadi, meskipun tidak dikonsumsi setiap hari, rendang masih menjadi pilihan menarik bagi Gen Z.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai “Analisi Perilaku Mahasiswa Gen Z dalam Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Rendang Daging Sapi di Kota Padang” perlu dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik gen Z dan karakteristik pembelian rendang di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian rendang di Kota Padang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik gen Z dan karakteristik pembelian rendang di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian rendang di Kota Padang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi:
Hasil penelitian ini menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang tertarik dengan topik serupa.
2. Bagi Pelaku Usaha:
Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan produk rendang yang lebih sesuai dengan preferensi Gen Z
3. Bagi Pemerintah:
Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memproduksi makanan tradisional rendang.