

PENGARUH CITARASA DAN PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP MASAKAN JAWA STUDI KASUS GUDEG JOGJA BU IRMA, TIBAN CENTER BATAM

THE INFLUENCE OF TASTE AND PUBLIC PERCEPTION ON JAVANESE CUISINE CASE STUDY OF KEDAI GUDEG JOGJA BU IRMA, TIBAN CENTER BATAM

Iasha Octarana Isyarah, Tirta Mulyadi
Manajemen Kuliner, Poliklinik Pariwisata Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena yang terjadi di Gudeg Jogja Bu Irma Tiban Center, Batam yang berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citarasa dan Persepsi masyarakat terhadap Masakan Jawa yang disajikan yaitu Gudeg khas Jawa Tengah, Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif kemudian data yang tersedia diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 19. Dalam memperoleh data nya dengan peneliti menggunakan 110 responden yaitu konsumen yang pernah mendatangi usaha Gudeg Jogja Bu Irma di Tiban Center, Batam. Pengambilan data juga dengan melakukan observasi, dokumentasi, membagikan kuesioner dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Gudeg Jogja Bu Irma Batam untuk memperoleh informasi mengenai tempat dilakukannya penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citarasa (X_1) berpengaruh pada masakan Jawa, persepsi (X_2) berpengaruh pada masakan Jawa, citarasa dan persepsi secara simultan berpengaruh pada masakan Jawa (Y).

Kata kunci: *Citarasa, Persepsi, Masakan Jawa*

ABSTRACT

This research aims to determine the phenomenon that occurs at Gudeg Jogja Bu Irma Tiban Center, Batam which influences the level of consumer satisfaction. The aim of this research is to find out the influence of taste and public perception of the Javanese cuisine served, namely Gudeg typical of Central Java, Yogyakarta. In this research the author uses quantitative methods then the available data is processed using the IBM SPSS Statistics 19 application. In obtaining the data by Researchers used 110 respondents, namely consumers who had visited Bu Irma's Gudeg Jogja business in Tiban Center, Batam. Data collection was also carried out by observing, documenting, distributing questionnaires and conducting direct interviews with the owner of Gudeg Jogja, Bu Irma Batam, to obtain information about the place where the research was conducted. The results of this research show that taste (X_1) influences Javanese cuisine, perception (X_2) influences Javanese cuisine, taste and perception simultaneously influence Javanese cuisine (Y).

Keywords: *Taste, Perception, Javanese Cuisine*

PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa. Kuliner merupakan elemen budaya dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali sebagai identitas di masyarakat. Kuliner juga merupakan salah satu unsur dari budaya dan menunjukkan adanya hubungan sosial. Apa yang kita makan dengan siapa kita makan dan bagaimana penyajian makanan menunjukkan peranan yang penting dalam memaknai relasi sosial. Kuliner di Indonesia sangat kaya akan rasa, rempah-rempah yang khas dan juga mempunyai cara penyajiannya tersendiri.

Kota Batam, sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, memiliki populasi yang beragam dan multikultural. Terletak di Provinsi Kepulauan Riau, Batam menjadi pusat ekonomi dan perdagangan yang menarik banyak penduduk dari berbagai daerah di Indonesia. Sebagai hasilnya, terdapat beragam-ragam makanan dan kuliner yang hadir di Kota Batam, mencerminkan keragaman budaya kuliner Indonesia. Memulai sebuah bisnis memerlukan ide dan konsep tujuan yang jelas sehingga bisnis yang dijalankan menghasilkan keuntungan serta mencapai target awal yang telah ditentukan. Keuntungan juga diperoleh dari aspek pemasaran yang tepat, yaitu dengan cara memahami hal yang sedang menjadi selera dimasyarakat umum. Sehingga aspek pemasaran harus dipersiapkan secara matang sebelum membangun sebuah bisnis agar sasaran target yang dituju dapat tercapai. Salah satu bisnis usaha yang berkembang di

masa sekarang ialah usaha kuliner. Kuliner Indonesia perlahan mulai mendunia karena memiliki citarasa yang beragam dan unik. memiliki banyak ragam bahasa, suku, ras dan setiap daerahnya memiliki ciri khas masing-masing apalagi dalam segi makanan khas daerahnya. Makanan khas setiap daerah memiliki cita rasa mulai dari yang manis dan legit, berlemak, penuh dengan rempah maupun sampai yang pedas sekalipun. Tentunya hal ini menambah nilai keunikan dari cita rasa kuliner Indonesia tersebut.

Salah satu jenis kuliner yang cukup populer di Batam adalah makanan khas Jawa, terutama yang memiliki rasa manis. Masakan Jawa Tengah memiliki cita rasa gurih dan manis yang membangkitkan semangat dan sedikit pedas yang menciptakan rasa yang membuat jatuh cinta dan selalu rindu akan masakannya. Aroma masakan Jawa Tengah juga sedap seperti gudeg yang memiliki cita rasa gurih dengan potongan nangka yang direbus dengan gula merah dan santan yang lezat. Selain itu, makanan khas Jawa Tengah memiliki karakteristik yang beraneka ragam, seperti contoh gudeg dengan warna yang cenderung coklat, soto kudus yang memiliki kuah berwarna kuning, nasi Grombyang yang berisi daging kerbau.

Gudeg merupakan menu makanan khas dari Jogja yang memiliki citarasa yang khas. Gudeg sendiri disajikan dengan sambel krecek, ayam, bacem dan lain-lain. Proses memasak gudeg memang membutuhkan waktu yang lama dan menggunakan alat masak tradisional, tetapi hasil masakan yang dihasilkan memiliki cita rasa yang khas. Gudeg adalah salah satu makanan tradisional khas Yogyakarta yang secara turun temurun telah menjadi menu harian sebagian masyarakatnya dan rasa manis menjadi ciri khasnya. Hal tersebut tentu sangat memerlukan inovasi untuk mengembangkan usaha terkhusus dalam inovasi produk dan pemasaran guna mempertahankan usahanya. Peluang usaha yang menjanjikan, tanpa harus pergi jauh ke Jogja, penikmat gudeg dapat menikmati makanan khas Jogja tanpa harus pergi jauh ke Jogja. Usaha gudeg jogja Bu Irma merupakan salah satu usaha kecil menengah (UKM), yang bergerak dibidang kuliner, Bu Irma berasal dari Semarang dan tinggal di Batam bersama keluarganya, mempunyai usaha yang mengelola buah nangka menjadi makanan khas Yogyakarta yaitu Gudeg.

Usaha Gudeg Jogja Bu Irma ini didirikan oleh Bu Irma dan keluarga yang berdiri pada tahun 2018 lalu, berawal dari orang tua Bu Irma lalu dilanjutkan dengan Bu Irma sendiri. Sempat mengalami pasang surut yang disebabkan karena kejadian dimana bumi terutama di Indonesia sedang tidak baik dan harus berdiam diri di rumah. Namun hal tersebut tidak mematahkan semangat Bu Irma, beliau mulai menginovasi masakannya selain gudeg menjadi menu utama beliau juga menambahkan masakan yang lain seperti bacem dan sebagainya. Bu Irma juga memulai usahanya dengan menggunakan media pemasaran seperti *Whatsapp, Facebook dan Instagram*, tidak hanya itu Bu Irma juga bermitra dengan salah satu ojek *online* untuk mempermudah konsumen menikmati produknya. Pelanggan Gudeg Jogja Bu Irma mempunyai pelanggan yang cukup ramai, dan letaknya yang cukup strategis karena berada dipinggir jalan besar yang dapat memudahkan konsumen untuk menemukan Gudeg Jogja Bu Irma. Selain itu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citarasa masakan. Citarasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut. (Mardiyah & Soegesti, 2022). Gudeg bu Irma termasuk salah satu gudeg di Batam yang sangat ramai, Permasalahan yang selanjutnya yaitu berdasarkan hasil review konsumen, bahwa adanya permasalahan kurang puasny konsumen terhadap citarasa masakan. Konsumen tidak puas dengan rasa yang terkadang terlalu manis bahkan, owner dari Gudeg Jogja disini sangat memperhatikan rasa dan mengikuti lidah dari konsumen di Batam terutama di daerah Tiban, dan masalah seperti ini jika dibiarkan mungkin akan mengurangi pengunjung untuk membeli produk dari Gudeg Jogja Bu Irma tersebut.

METODE

Desain penelitian merupakan teknik pengumpulan informasi yang diperlukan untuk merumuskan atau memecahkan masalah penelitian. Desain penelitian menjadi dasar dalam melakukan penelitian. “Pengaruh Citarasa Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Masakan Jawa Studi Kasus Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam ” maka diperlukan data mengenai adanya hubungan dari persepsi, citarasa, masakan Jawa. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel (X1)	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
Item 1	Gudeg jogja bu Irma memiliki rasa yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen	0,868	0,187	Valid

Item 2	Gudeg jogja bu Irma mempunyai aroma(bau), rasa yang sangat enak dan lezat	0,874	0,187	Valid
Item 3	Menurut konsumen gudeg jogja bu irma memiliki rasa yang tidak terlalu manis untuk di konsumsi dan menyesuaikan lidah orang batam	0,852	0,187	Valid
Item 4	Sebagai konsumen sangat puas dengan masakan gudeg jogja bu irma	0,878	0,187	Valid
Item 5	Gudeg jogja bu irma sangat terjaga kebersihan makanannya	0,874	0,187	Valid

Variabel (X2)	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item 1	Gudeg jogja bu irma mempunyai citarasa gudeg khas pada umunya	0,736	0,187	Valid
Item 2	Gudeg jogja bu irma mempunyai harga menu yang sesuai dengan porsi	0,746	0,187	Valid
Item 3	Gudeg jogja bu irma mempunyai rasa yang konsisten dan tidak pernah berubah	0,729	0,187	Valid
Item 4	Gudeg jogja bu irma mempunyai tempat yang strategis dan gampang untuk ditemui	0,747	0,187	Valid

Variabel (Y)	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keputusan
Item 1	Saya bersedia merekomendasikan Gudeg Jogja Bu Irma kepada orang lain	0,749	0,187	Valid
Item 2	Saya memilih Gudeg Jogja dalam memenuhi kebutuhan akan menu yang ditawarkan	0,737	0,187	Valid
Item 3	Saya menanyakan informasi produk Gudeg Jogja Bu Irma kepada konsumen yang sudah membeli	0,637	0,187	Valid
Item 4	Gudeg jogja Bu Irma lebih menarik perhatian pelanggan	0,750	0,187	Valid
Item 5	Saya tertarik membeli Gudeg Bu Irma karena mempunyai rasa gudeg yang enak	0,766	0,187	Valid

Dari tabel 1 menunjukan data yang dimiliki oleh peneliti valid dengan ketentuan $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of item	Keputusan
Citarasa (X1)	0,919	5	Reliabel
Persepsi (X2)	0,912	4	Reliabel
Masakan Jawa (Y)	0,791	5	Reliabel

Hasil dari Tabel 2 menunjukkan bahwa Citarasa (X₁) dan Persepsi (X₂) memiliki Cronbach Alpha diatas 0,06 sehingga data kuesioner yang dimiliki adalah reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55572028
Most Extreme Differences	Absolute	.166
	Positive	.108
	Negative	-.166
Kolmogorov-Smirnov Z		1.743
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005

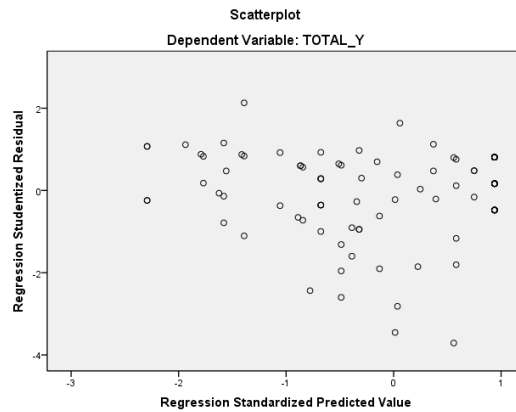
Berdasarkan data output hasil uji normalitas pada *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* bahwa nilai Asymp. Sig (2 tailed) lebih besar 0.05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Colinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Citarasa (X1)	0,251	3,983	Bebas Multikolineritas
Persepsi (X2)	0,251	3,983	Bebas Multikolineritas

Nilai variabel Citarasa (X₁) dan Persepsi (X₂) terhadap nilai tolerance $\geq 0,10$ maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas didalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas



Dengan melalui uji *Scatterplot* dapat dilihat pada titik-titik pada *Scatterplot* yang menyebar secara acak. Maka dapat ditarik kesimpulan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas diantara kedua variabel.

ANALISIS DATA

Tabel 6. Hasil Uji Analisi Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.809	1.095		2.566	.012
TOTAL_X1	.491	.093	.527	5.305	.000
TOTAL_X2	.433	.120	.360	3.621	.000

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.809 + 0.491X_1 + 0.433X_2$$

KOEFISIEN KORELASI (R) dan KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Tabel 7. Koefisien korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.857 ^a	.735	.730	1.570	1.731

Nilai R² atau R square yang diperoleh 73,5% yang memiliki arti bahwa pengaruh Citarasa (X1) dan Persepsi (X2) terhadap masakan Jawa di Gudang Bu Irma, Tiban Center Batam, adalah sebesar 73,5% dan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam model regresi.

UJI PARSIAL

Tabel 8. Hasil Uji (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.809	1.095		2.566	.012
TOTAL_X1	.491	.093	.527	5.305	.000
TOTAL_X2	.433	.120	.360	3.621	.000

1. Variabel Citarasa (X_1) diketahui nilai sig. variabel citarasa $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $5,305 > 0,00023$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka Citarasa (X_1) berpengaruh terhadap masakan jawa di Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center
2. Variabel Persepsi (X_2) diketahui nilai sig. variabel persepsi $0,000 > 0,05$ dan nilai t hitung $3,621 > 0,00023$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka persepsi (X_2) berpengaruh terhadap masakan jawa di Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center.

UJI SIMULTAN

Tabel 9. Hasil Uji (f)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	731.682	2	365.841	148.384	.000 ^a
Residual	263.809	107	2.466		
Total	995.491	109			

Diperoleh nilai f adalah 148,384 maka, f hitung $148,389 > f$ tabel 3,087 . Kesimpulan dari perbandingan tersebut Citarasa (X_1) dan Persepsi (X_2) berpengaruh bersama-sama atau simultan terhadap masakan jawa Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center.

KESIMPULAN

1. Variabel (X_1) Citarasa berpengaruh terhadap masakan jawa di Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel citarasa berpengaruh terhadap masakan jawa, dan mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan atau penurunan jumlah pengunjung di Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam dipengaruhi oleh citarasa, namun citarasa dapat menjadi sebuah pertimbangan pengusaha dalam mencari strategi penjualan yang tepat untuk sebuah usaha.
2. Variabel (X_2) Persepsi berpengaruh terhadap masakan jawa di Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam. Hal ini menunjukkan konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam, dimana persepsi masyarakat tentang produk konsisten yang selalu memberikan kualitas baik pada konsumen.
3. Kedua variabel yaitu citarasa (X_1) dan persepsi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel masakan jawa (Y) di Gudeg Joja Bu Irma, Tiban Center Batam, hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan variabel secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap masakan jawa, oleh karena itu kedua faktor ini merupakan

penting yang harus di perhatikan agar meningkatkan lagi para konsumen untuk berkunjung dan menikmati Gudeg Jogja Bu Irma, Tiban Center Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Deriyanto, D., Qorib, F., Komunikasi, J. I., Tribhuwana, U., & Malang, T. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jisip*, 7(2), 77. www.publikasi.unitri.ac.id
- Dewi, Y. K., & Gosal, J. (2020). Pengaruh persepsi konsumen dan gaya hidup pada kesediaan membayar harga premium produk wagyu. *Business Management Journal*, 16(2), 129–144. <http://dx.doi.org/10.30813/bmj>
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2020). *Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media*. 1(1), 25–40.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Eni. (2022). Buku Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Iii, B. A. B. (2018). Metope. *Oxford Art Online*, 31–38. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t057475>
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). JURNAL EKOBIS : EKONOMI , BISNIS & MANAJEMEN Vol 12 Nomor 2 (2022) PENGARUH PERSEPSI KUALITAS , CITRA MEREK DAN JURNAL EKOBIS : EKONOMI , BISNIS & MANAJEMEN. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 12, 3–6. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis/article/view/564>
- Latif, J. (2017). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Terhadap Perilaku Pedagang*. 7–33.
- Leni, Ratna, W. (2017). *Persepsi peserta didik SMP N 14 Bandar Lampung dalam mengenakan hijab*. 10–49.
- Mardiyah, L. N., & Soegesti, D. G. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Desain Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman (Survei Pada Konsumen Xi Bo Ba Bandar Lampung). *Duniabisnis.Org*, 2(1), 1–17.
- Orami Author. (n.d.). *No Title*. <https://www.arami.co.id/magazine/makanan-khas-jawa?page=all>
- Pramana, C., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(08).
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2016, 32–41.
- Tehamen, I., Andaki, J. A., Tambani, G. O., Durand, S. S., & Pangemanan, J. F. (2022). PESISIR PANTAI SINDULANG DI KECAMATAN TUMINTING KOTA MANADO 1 . Apa saja layanan usaha rumah makan di Kelurahan Sindulang Kecamatan Tuminting 2 . Bagaimana persepsi konsumen terhadap layanan usaha rumah makan di Kelurahan Sindulang Kecamatan Tuminting Kot. 10(2), 490–502.
- Utami, S. (2018). Kuliner Sebagai Identitas Budaya. *Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36–44.
- Wahyudi, W. (2022). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Sistem Informasi Penjualan Tiket Konser Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs) Pada Website Motikdong.Com. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(4), 73. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i4.1989>
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

