

Preferensi Turis Dalam Memilih Makanan Ramen Di Area Canggu

Audric Elvettio Hardjono¹, Billy Tanius², Ni Ketut Veri Kusumaningrum³

Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali¹²³

email : audricelvettio@gmail.com¹

Received: 19/05/2023

Revised: 31/05/2023

Accepted: 06/06/2023

Abstrak

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan para konsumen dari berbagai jasa yang ada, baik bentuk fisik maupun nonfisik. Preferensi juga dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi dan dipengaruhi oleh persepsi individu tersebut. Di area Canggu, di mana turisme Bali sedang berkembang dengan pesat, berbagai restoran ramen muncul walaupun makanan yang tidak berasal dari Bali ataupun Indonesia. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi para konsumen. Penelitian ini menggunakan *mixed method* dengan data kualitatif dari observasi dan studi literatur dan data kuantitatif yang didapatkan dari kuesioner yang diberikan kepada para turis di restoran ramen area Canggu. Penelitian ini dilakukan untuk menguji preferensi dan persepsi para turis di area Canggu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi dan preferensi. Setelah dilakukan penelitian ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi tersebut yaitu karakteristik ramen, umur konsumen, frekuensi mengkonsumsi ramen, dan persepsi konsumen terhadap budaya Jepang.

Kata Kunci: Preferensi, Ramen, Persepsi, Canggu

Abstract

Consumer preferences indicate the preferences of consumers for various existing services, both physical and non-physical. Preferences can also be defined as someone's liking or disliking of a product, goods, or services consumed, influenced by the individual's perception. In the Canggu area, where Bali's tourism is thriving, various ramen restaurants have emerged, despite the food not originating from Bali or Indonesia. This research addresses the problem formulation related to the factors that influence consumer preferences. The study uses a mixed method approach, with qualitative data from observations and literature studies, and quantitative data obtained from questionnaires given to tourists in ramen restaurants in the Canggu area. The research is conducted to examine the preferences and perceptions of tourists in the Canggu area and identify the factors that influence their perceptions and

preferences. After conducting the research, it was found that the factors influencing these preferences are ramen characteristics, consumer age, frequency of consuming ramen, and consumer perception of Japanese culture.

Keywords: *Preference, Ramen, Perception, Canggung*

1. PENDAHULUAN

Washoku (和食) memiliki makna kuliner Jepang, kata washoku (和食) terdiri dari dua kanji (huruf yang digunakan dalam bahasa Jepang yang mengambil sistem penulisan bahasa Cina) yaitu kanji 和 yang memiliki makna harmonis, dan kanji 食 yang memiliki makna makanan. Istilah washoku muncul di era Meiji (1868-1912) pada awal masa industrialisasi dan modernisasi Jepang. Masa tersebut dinamakan dengan restorasi Meiji dan juga awal Jepang membuka perbatasannya dengan negara lain untuk mendapatkan kesepakatan berdagang dengan negara-negara barat dan juga negara Asia lain.

Dengan pembukaan perbatasan Jepang, banyak budaya baru dari dunia barat masuk kedalam budaya Jepang termasuk budaya kuliner yang sebelumnya tidak pernah ada. Sebelum restorasi Meiji, penduduk Jepang dilarang memakan daging dikarenakan melawan ajaran agama Budha. Kaisar Meiji bermakna untuk menjauhkan agama negara dari agama Budha menjadi agama Shinto dengan salah satu caranya mengumumkan bahwa dia memeluk budaya barat dan juga memakan daging, sebuah berita yang mengubah perkembangan kuliner di Jepang sampai sekarang memasuki daftar warisan budaya UNESCO.

Pada saat ini kuliner Jepang sudah terkenal di seluruh dunia dengan beberapa restoran Jepang memiliki bintang tiga Michelin. Salah satu kuliner Jepang yang terkenal adalah ramen yang berasal dari budaya kuliner Cina dan merupakan makanan yang populer di dalam dan diluar Jepang. Ramen merupakan salah satu makanan yang berasal dari Jepang.

Kata ramen berasal dengan meminjam dari bahasa Cina yaitu, *lāmiàn* (拉麵) yang memiliki arti mie tarik. Akan tetapi banyak debat berada dengan asal kata ramen dikarenakan sejarahnya yang kurang jelas, dengan sejarawan Barak Kushner mengatakan bahwa peminjaman kata tersebut terjadi secara surut, dan banyak penggantian kata Cina oleh penduduk Jepang menyebabkan mereka untuk memanggilnya sebagai ramen. Tetapi, mie tersebut juga pernah dipanggil dengan nama *chūka Soba* (中華そば) yang memiliki arti mie Cina dan *shina soba* (支那そば), yang memiliki arti sama tetapi dengan kata Shina sebagai penghinaan terhadap orang Cina. Walaupun asal ramen tidak bisa dikatakan dengan sebenar-benarnya, awal muncul ramen dapat dijejak sekitar tahun 1880-an, ketika migran asal Guandong datang ke Yokohama dan bekerja sebagai pemasak di berbagai restoran yang melayani orang asing. Tidak lama kemudian beragam restoran lain muncul yang dijalankan oleh orang Jepang dengan pegawai Cina yang menyebabkan resep mie Cina untuk memiliki bahan-bahan yang sebelumnya tidak ada, seperti, babi bakar, saus kecap, dan rebung.

Ramen berkembang didalam Jepang menjelang perjalanannya menuju tahun 1930-an dengan berbagai macam daerah memiliki cara sendiri untuk membuatnya. Dengan perkembangan yang pesat, ramen merupakan sebuah makan yang disukai oleh berbagai macam individu karena harga terjangkau, penyiapan yang cepat, kuah dan lemak yang mengenyangkan, dan juga mie yang terbuat dari tepung terigu,

membuatnya sebuah kepokokan dalam kehidupan industri modern Jepang. Tetapi karena kekurangan bahan pokok yang terjadi berkat perang dunia kedua, ramen susah dinikmati oleh penduduk Jepang dari tahun 1937 sampai 1947, dimana impor darurat gandum militer Amerika Serikat menghidupkannya kembali.

Ramen terdiri dari mie, kuah atau kaldu yang kental, dan saus perasa. Kuah ramen dibuat dengan cara mendidihkan air dengan kombinasi daging, sayuran, dan juga tulang. Beberapa resep ramen menggunakan daging babi, tetapi beberapa restoran tradisional ramen ada juga yang tidak menggunakan babi. Saus yang sering disebut tare, ada tiga jenis yang sudah menjadi rasa standar; tare yang berbasis garam (shio), tare yang berbasis kecap asin (shoyu), dan tare yang berbasis kacang kedelai yang telah difermentasi (miso). Dari tiga rasa dasar ini, banyak restoran dan koki yang membuat resep sendiri dengan rasa unik milik mereka baik dengan bawang putih, kacang, ataupun cara penyajiannya yang berbeda seperti menganginkan kuahnya atau memakai nitrogen cair untuk memasaknya.

Penyebaran ramen sebagai makanan cepat saji yang berasal dari Jepang semakin banyak di Bali khususnya di area Canggu. Menu yang disajikan dominan ramen dibandingkan menu lainnya. Restoran yang menyajikan menu ramen mementingkan rasa ramen yang unik untuk memberi pengalaman yang tidak terlupakan. Tentunya hal tersebut juga menyebar ke Canggu yang merupakan pusat pariwisata Bali. Menurut James J. Spillane (1982:20), pariwisata adalah aktivitas untuk mengunjungi suatu tempat dengan tujuan menikmati kegiatan, objek wisata, ataupun istirahat, baik secara domestik ataupun non-domestik. Bali merupakan tujuan pariwisata untuk para turis di Indonesia baik mereka domestik atau non-domestik. Dari tahun ke tahun pariwisata di Bali berkembang dengan pesat. Beberapa area di Bali juga berkembang untuk mengakomodasikan para turis baru yang berdatangan. Salah satu area tersebut adalah area Canggu, dimana beberapa tahun yang lalu hanya memiliki akomodasi rumah tamu untuk para turis, sudah menjadi tujuan pariwisata dengan beragam kuliner dan hiburan. Salah satu kuliner yang berkembang di area tersebut adalah makanan ramen dimana terdapat tidak kurang dari lima restoran yang berspesialisasi dalam makanan tersebut.

Perkembangan area pariwisata di Canggu dan perkembangan restoran ramen terjadi secara bersamaan yang membantu kedua secara mutualisme. Ketika restoran ramen baru terdiri dan berkembang, tujuan kuliner di Canggu juga berkembang dan bertambah untuk para turis menikmatinya. Tentunya setiap restoran tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dengan rasa ramen dan juga penampilan maupun topping-nya. Ramen memiliki berbagai jenis dengan karakteristik yang berbeda, baik dalam kuah, mie, ataupun topping yang diberikan ramen. Untuk analisis ini, penulis memutuskan untuk memisahkan jenis ramen berdasarkan kuahnya yaitu: Shio, Shoyu, dan Miso. Walaupun restoran-restoran tersebut memiliki berbagai macam kuah yang lain, ketiga kuah tersebut adalah rasa standar yang akan berbeda dengan restoran lain. Dengan perbedaan rasa kuah setiap restoran, maka akan terbentuklah sebuah preferensi turis untuk memilih ramen yang spesifik.

Bali tidak asing dengan turis domestik ataupun non-domestik dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat. Berbagai turis tersebut memiliki latar belakang yang berbeda tetapi dapat memiliki preferensi yang serupa. Canggu yang memiliki restoran ramen yang banyak dan berbeda, turis yang mengunjungi dan tinggal di area tersebut, juga masih memiliki kesempatan berkembang lebih jauh menjadi sebuah objek penelitian yang menarik. Turis domestik dan non-domestik akan bercampur dan memiliki preferensi yang serupa atau sebaliknya, dan dapat digunakan sebagai objek penelitian.

Ramen adalah objek yang menarik untuk di analisa dikarenakan ramen bukanlah makanan yang asli dari Indonesia. Di dalam statistik yang dianalisa oleh pemerintah Bali, dapat ditentukan bahwa pengunjung non-domestik yang paling banyak berasal dari Australia. Preferensi para turis tersebut untuk memilih ramen berhubungan dengan karakteristik makanan dan juga persepsi para turis. Dari analisis ini, penulis berharap dapat mengidentifikasi sebuah trend dari berbagai turis yang berdasar dalam preferensi mereka. Ketika trend tersebut telah teridentifikasi maka perkembangan sebuah area wisata dapat diantisipasi dan juga menjadi kesempatan untuk pemilik bisnis memanfaatkan perkembangan tersebut sebelum tertinggal oleh trend yang muncul.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul “Preferensi Turis dalam Memilih Makanan Ramen di Area Canggu”. Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan observasi awal di area Canggu, pusat turisme Bali untuk mengidentifikasi preferensi. Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan garis dasar untuk mengidentifikasi preferensi menjadi lebih jelas. Penelitian ini dilakukan dengan ramen di area Canggu sebagai objek penilitan utama. Penelitian preferensi sebelumnya belum dilaksanakan di area Canggu yang berhubungan dengan makanan ramen. Penulis juga berharap analisis ini dapat digunakan sebagai contoh untuk memaksimalkan perkembangan kuliner ketika terjadi perubahan pusat pariwisata yang tidak bisa dihindari. Ketika preferensi para turisme menjadi jelas maka perkembangan yang perlu dilakukanpun menjadi jelas.

2. LITERATURE REVIEW

a. Teori Preferensi

Penelitian ini akan menggunakan teori preferensi dari Phillip Kotler (2000). Menurut Philip Kotler, preferensi konsumen menunjukkan kesukaan para konsumen dari berbagai jasa yang ada, baik bentuk fisik maupun nonfisik. Philip Kotler juga mendefinisikan preferensi sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi (Philip Kotler, 2000: 154).

Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, sepasang dokter psikologi, di dalam buku yang ditulis oleh mereka, mendefinisikan bahwa minat atau preferensi adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari preferensi atau minat tersebut dengan perasaan senang dan puas. Sedangkan menurut Prof. Dr. Andi Mappiere, preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Preferensi tersebut memiliki faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan dapat dikelompokkan secara garis besar menjadi dua yaitu: 1) Dari dalam diri individu yang bersangkutan seperti umur, jenis kelamin, kepribadian dan pengalaman, dan 2) berasal dari luar yang mencakup lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Menurut Lester D. Crow dalam buku an Outline of General Psychology, ada tiga faktor yang menimbulkan minat atau preferensi, yaitu: 1) Dorongan dari dalam individu, seperti dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, dan juga minat atau preferensi terhadap produksi makanan dan lain-lain. 2) Motif sosial, minat dan preferensipun dapat terbangkit dikarenakan motif sosial seseorang individu melakukan suatu kegiatan atau aktivitas. 3) Faktor emosional, sebuah minat atau preferensi dapat terpengaruhi, terbangkit, ataupun terhapus ketika

individu memiliki hubungan erat dengan emosinya yang mencakup kegiatan atau aktivitas tersebut.

b. Teori Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang diawali oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan saraf ke otak sebagai pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang diindera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan (Walgito, 2002: 53). Sehingga dapat dikemukakan bahwa persepsi itu merupakan proses pengorganisasian, penginter-pretasikan terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.

Walgito (2010: 53) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Walgito juga menambahkan, bahwa persepsi adalah suatu kesan terhadap suatu objek yang diperoleh melalui proses penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap obyek tersebut yang diterima oleh individu, sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas integrated dalam diri individu. Pendapat ini tidak bertentangan dengan pendapat sebelumnya, tetapi justru lebih menjelaskan proses terjadinya yaitu setelah penyerapan maka gambaran-gambaran yang diperoleh lewat panca indera itu kemudian diorganisir, kemudian diinterpretasi (ditafsirkan) sehingga mempunyai arti atau makna bagi individu, sedang proses terjadinya persepsi tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas dalam diri individu.

Adapun menurut Robbins (2007:175), persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Perilaku individu seringkali didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri. Istilah persepsi sering dikacaukan dengan sensasi. Sensasi hanya berupa kesan sesaat, saat stimulus baru diterima otak dan belum diorganisasikan dengan stimulus lainnya dan ingatan-ingatan yang berhubungan dengan stimulus tersebut. Sebagai misal meja yang terasa kasar, yang berarti sebuah sensasi dari rabaan terhadap meja. Sebaliknya persepsi memiliki contoh meja yang tidak enak dipakai menulis, saat otak mendapat stimulus rabaan meja yang kasar, penglihatan atas meja yang banyak coretan, dan kenangan di masa lalu saat memakai meja yang mirip lalu tulisan menjadi jelek.

Menurut Davidoff, persepsi merupakan cara kerja atau proses yang rumit dan aktif, karena tergantung pada sistem sensorik dan otak (Davidoff, 1988: 273). Bagi manusia, persepsi merupakan suatu kegiatan yang fleksibel, yang dapat menyesuaikan diri secara baik terhadap masukan yang berubah-ubah. Dalam kehidupan sehari-hari, tampak bahwa persepsi manusia mempunyai kemampuan menyesuaikan diri dengan

baik terhadap lingkungan dan budayanya. Dalam konteks ini, pengalaman-pengalaman pada berbagai kebudayaan yang berbeda dapat mempengaruhi bagaimana informasi penglihatan itu diproses.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian mixed method yaitu metode yang menggabungkan dua bentuk penelitian yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, data kualitatif yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan observasi tersamar diagarkan tidak terjadi perubahan aktivitas dan perilaku objek observasi. Data kuantitatif yang digunakan adalah kuesioner yang akan mengumpulkan data berhubungan asal, umur, jenis kelamin, dan ramen favorit. Terdapat juga pertanyaan yang menguji organoleptik para turis untuk menentukan bagaimana karakteristik ramen tersebut dapat mempengaruhi prefensi para konsumen. Hasil pengumpulan data tersebut dapat di campur untuk mendapatkan konklusi penelitian ini.

Instrumen yang digunakan adalah kuisisioner. Kuisisioner atau angket adalah instrument berupa daftar pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya (Sanjaya, 2015). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan kuisisioner. Studi literatur yang dikumpulkan oleh peneliti merupakan informasi dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal ilmiah, situs resmi, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti juga menyebarkan kuisisioner di lokasi penelitian untuk memperoleh data agar mencapai tujuan dari penelitian ini.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif yaitu analisis data yang berasal dari data yang berhubungan dengan pengumpulan data seperti, rekam dan catat, tinjauan pustaka, wawancara, serta partisipasi (Rohmadi dan Nasucha, 2015). Sedangkan teknik analisis data kuantitatif adalah teknik yang mengolah atau mengelola data bersifat angka atau statistik. Analisis kualitatif dari penelitian ini adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dan juga studi literatur yang digunakan sebagai referensi untuk penelitian ini. Analisis Kuantitatif dilakukan dengan pengumpulan kuisisioner yang disebarkan oleh peneliti ke berbagai turis yang menjadi objek penelitian. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif yaitu analisis data yang berasal dari data yang berhubungan dengan pengumpulan data seperti, rekam dan catat, tinjauan pustaka, wawancara, serta partisipasi (Rohmadi dan Nasucha, 2015). Sedangkan teknik analisis data kuantitatif adalah teknik yang mengolah atau mengelola data bersifat angka atau statistik. Analisis kualitatif dari penelitian ini adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dan juga studi literatur yang digunakan sebagai referensi untuk penelitian ini. Analisis Kuantitatif dilakukan dengan pengumpulan kuisisioner yang

disebarkan oleh peneliti ke berbagai turis yang menjadi objek penelitian. Teknik penyajian hasil analisis data pada penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu teknik formal dan informal.

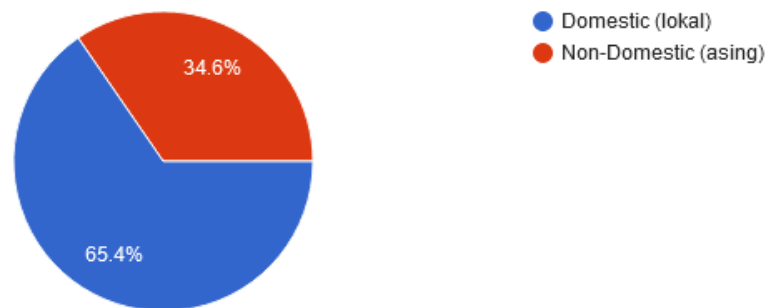
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik ramen mempengaruhi preferensi konsumsi ramen di area Canggu dilakukan melalui kuisisioner para turis kuliner pada lokasi-lokasi yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya. Berikut adalah hasil dari kuisisioner yang telah dikumpulkan:

Are you a domestic or non-domestic tourist?

(Apakah anda turis lokal atau asing?)

52 responses



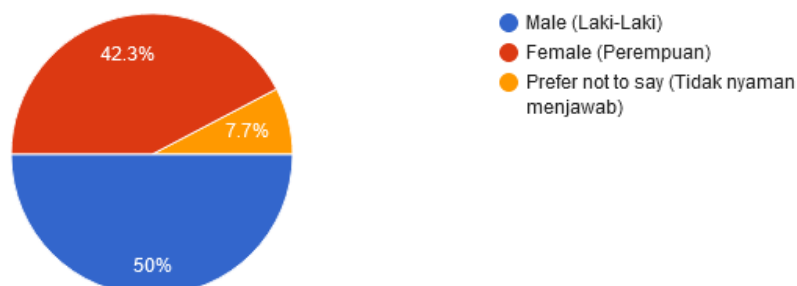
Gambar 1. Responden Berdasarkan Turis Lokal Atau Asing
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa terdapat 65.4% dari 52 responden adalah turis domestik atau turis lokal dibandingkan turis non-domestik atau turis asing yang terdapat 34.6% dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar turis yang berada di area Canggu masih lebih dominan turis lokal.

What is your gender?

(Apakah jenis kelamin anda?)

52 responses

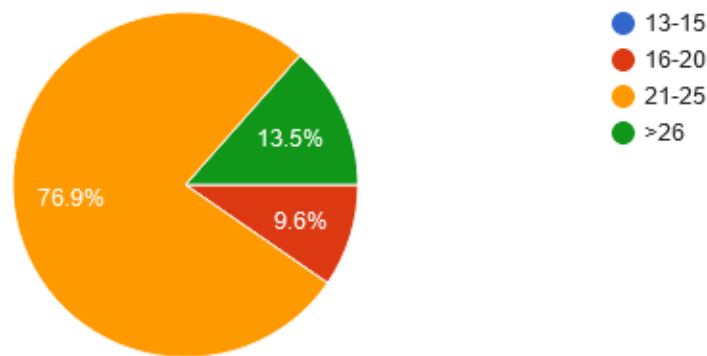


Gambar 2. Responden Berdasarkan gender
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa dari 52 responden terdapat 50% berjenis kelamin laki-laki, 42.3% perempuan, dan 7.7% tidak nyaman menjawab pertanyaan tersebut. Dari data diatas, dapat dikonklusikan bahwa pengunjung restoran-restoran ramen tersebut lebih dominan laki-laki, tetapi dengan perbedaan yang tidak terlalu signifikan.

What is your age range? (Berapa umur anda?)

52 responses

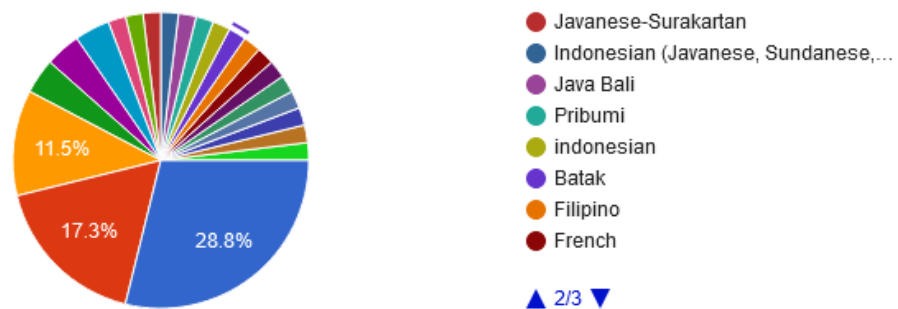


Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia
(Sumber : Penelitian, 2023)

Dalam pertanyaan berhubungan dengan jarak umur para responden di atas, dapat diketahui bahwa dari 52 responden, 76.9% berumur antara 21-25, 13.5% lebih tua dari 26, 9.6% berumur antara 16-20. Data ini menjelaskan bahwa sebagian besar turis yang makan ramen di area Canggü lebih dominan pengunjung yang jarak umurnya antara 21-25, grup yang disebut sebagai dewasa muda.

What is your ethnicity? (Apakah etnis anda?)

52 responses

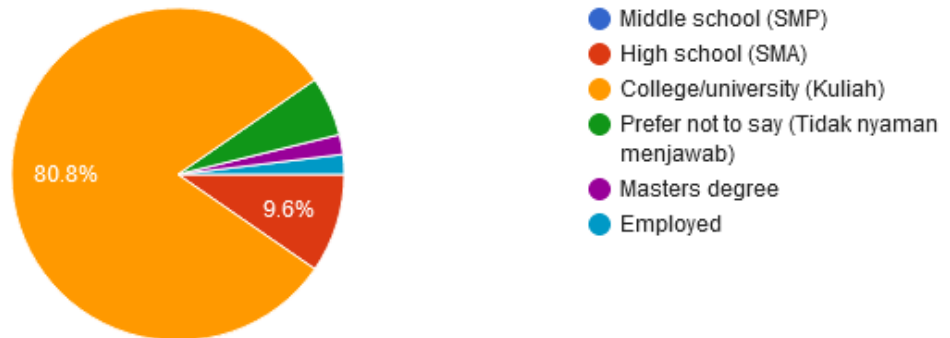


Gambar 4. Responden Berdasarkan Etnis
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa dari 52 responden, terdapat beragam etnis yang memakan ramen di area Cangu. Hal ini menunjukkan bahwa makanan ramen dimakan oleh turis dari berbagai ragam latar belakang etnis yang berada di area Cangu.

What is your most recent education?
(Apakah pendidikan terakhir anda?)

52 responses

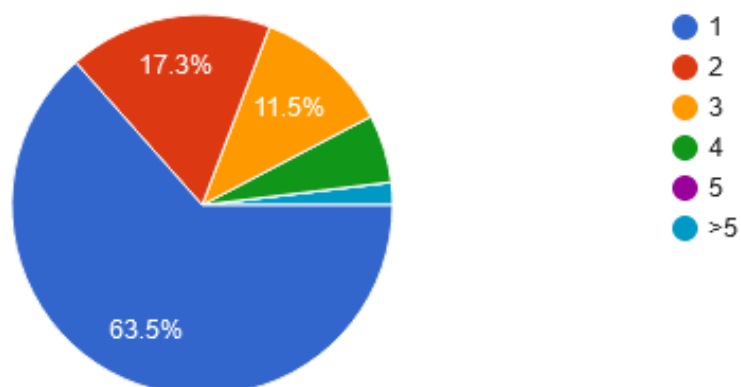


Gambar 5. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas, dari 52 responden terdapat 83.7% yang sudah tamat kuliah, 9.6% tamat SMA, 1.9% telah tamat masters degree, dan 5.8% tidak nyaman menjawab. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar turis sudah menyelesaikan pendidikan sehingga kuliah dibandingkan dengan pendidikan yang lain.

How often do you eat ramen in a month?
(Seberapa sering anda memakan ramen dalam satu bulan?)

52 responses



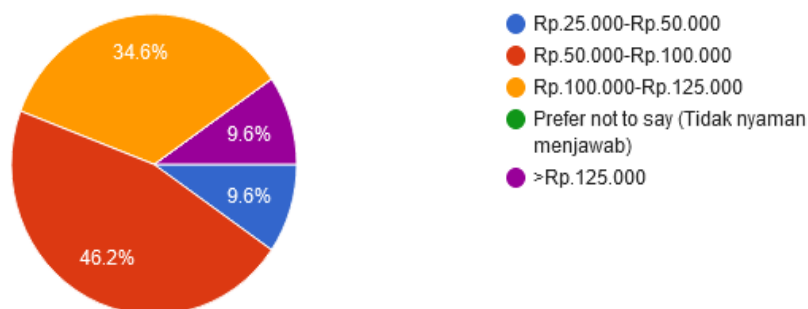
Gambar 6. Responden Berdasarkan Keseringan Memakan Ramen
(Sumber : Penelitian, 2023)

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa dari 52 responden, 63.5% makan ramen sekali dalam sebulan, 17.3% makan dua kali sebulan, 11.5% makan tiga kali

sebulan, 5.8% makan 4 kali sebulan, dan 1.9% makan lebih dari lima kali sebulan. Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden hanya makan ramen paling banyak sekali dalam satu bulan.

How much money are you willing to spend on food?
(Berapa pengeluaran yang anda niat untuk makanan?)

52 responses

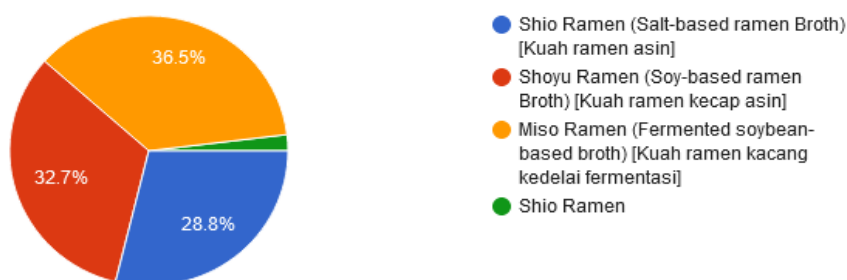


Gambar 7. Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Makan
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa dari 52 responden, 46.2% niat mengeluarkan Rp.50.000-Rp.100.000 untuk makanan, 34.6% niat mengeluarkan Rp.100.000-Rp.125.000, 9.6% niat mengeluarkan lebih dari Rp.125.000, dan 9.6% niat mengeluarkan Rp.25.000-50.000. Dari gambar tersebut, sebagian besar responden lebih niat mengeluarkan uang sebanyak Rp.50.000-100.000 dengan Rp.100.000-125.000 kedua lebih banyak.

Out of the these ramen flavors, which one do you eat and enjoyed the most?
(Dari rasa ramen berikut, yang mana yang lebih sering dimakan dan paling disukai?)

52 responses

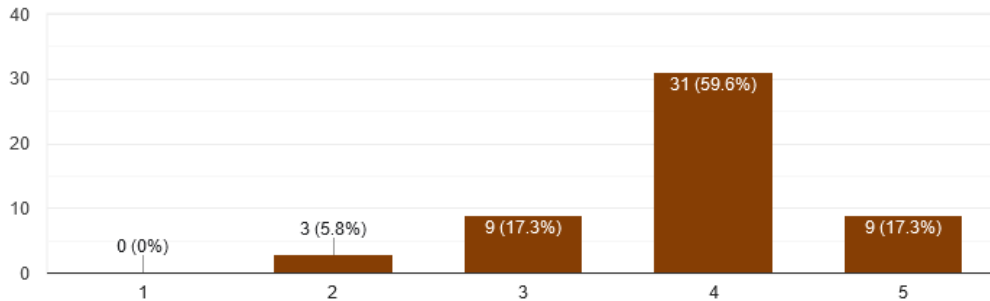


Gambar 8. Responden Berdasarkan Rasa Paling Disukai
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa dari 52 responden, 32.7% lebih menyukai shoyu ramen, 30.7% lebih menyukai shio ramen, dan 36.5% lebih menyukai miso ramen. Dengan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa dari semua responden, perbedaan kesukaan ketiga rasa hanya sedikit dengan rata-rata 33.3% dari semua responden menyukai salah satu rasa tersebut.

How important is the look of the ramen?
(Seberapa penting penampilan ramen?)

52 responses

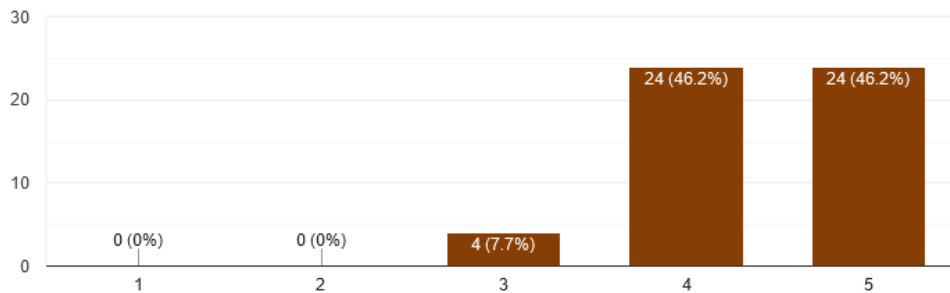


Gambar 9. Responden Berdasarkan Penampilan Ramen
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan grafik diatas dapat dijelaskan bahwa dari 52 responden, 3 menyatakan bahwa penampilan ramen kurang penting, 9 menyatakan bahwa kepentingan penampilan biasa saja, 31 menyatakan bahwa penampilan penting, dan 9 menyatakan bahwa penampilan penting sekali. Grafik tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden mengatakan bahwa penampilan ramen tersebut penting tetapi masih bukan karakteristik terpenting dalam makanan tersebut.

How important is the smell of the ramen?
(Seberapa penting aroma ramen?)

52 responses

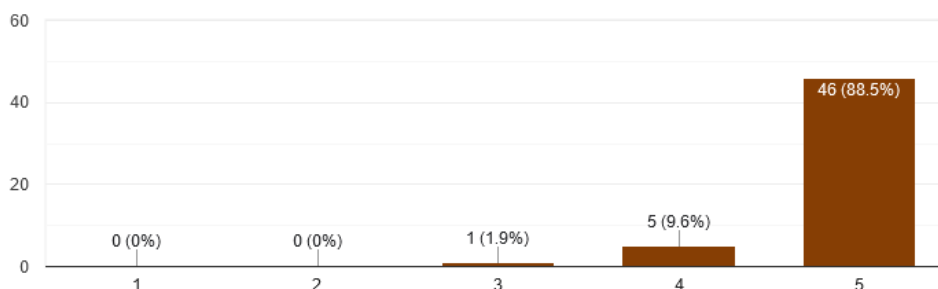


Gambar 10. Responden Berdasarkan Aroma Ramen
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan grafik diatas diketahui bahwa dari 52 responden, 4 menyatakan bahwa kepentingan aroma ramen normal, 24 menyatakan bahwa aroma penting, dan 24 menyatakan bahwa aroma sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa aroma sebuah ramen dapat dinyatakan penting ataupun penting sekali.

How important is the taste of the ramen?
(Seberapa penting rasa ramen?)

52 responses

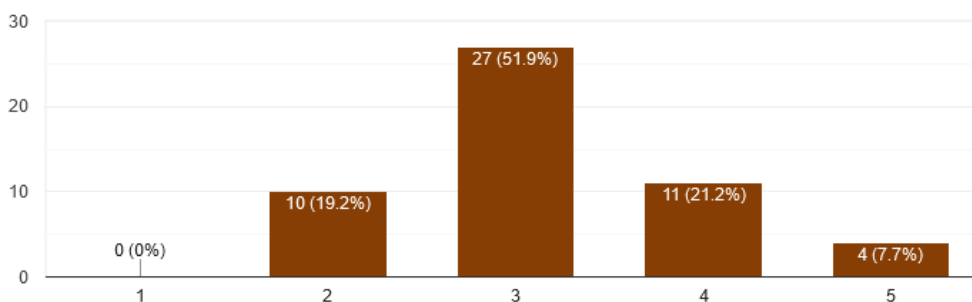


Gambar 11. Responden Berdasarkan Rasa Ramen
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa dari 52 responden, 1 menyatakan bahwa kepentingan rasa ramen normal, 5 menyatakan rasa penting, dan 46 menyatakan bahwa rasa sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa rasa ramen adalah karakteristik terpenting untuk makanan tersebut.

What is your preferred firmness of the ramen noodle?
(Apa tingkat Kekenyalan mie ramen yang anda sukai?)

52 responses



Gambar 12. Responden Berdasarkan Kekenyalan Ramen
(Sumber : Penelitian, 2023)

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa dari 52 responden, 10 menyatakan bahwa mereka menyukai mie yang lumayan kenyal, 27 menyukai kekenyalan yang normal, 4 suka yang lumayan tangguh, dan 4 suka mie yang tangguh. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyukai kekenyalan mie mereka yang normal, tidak kenyal maupun tangguh.

Dari hasil jawaban para responden terhadap kuisisioner, maka menjadi jelas karakteristik-karakteristik apa saja yang mempengaruhi preferensi para turis. Dengan rasa yang menjadi alasan utama yang mempengaruhi preferensi para turis untuk memilih ramen. Karakteristik-karakteristik tersebutpun menjadi pengaruh yang mengubah atau membentuk preferensi para turis, baik dengan rasa, aroma, dan ketangguhan mie.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti menjelaskan bahwa para turis yang memilih makanan ramen ingin makanan yang mengenyangkan, mengandung mie, dan juga memiliki kuah kental. Karakteristik-karakteristik tersebut belum dipenuhi oleh kuliner lain yang berada di area Cangg, dan jika telah dipenuhi, rasa dan persepsi para turis tersebut belum terbentuk sebagai positif maka mempengaruhi preferensi mereka dalam memilih makanan ramen.

Berdasarkan studi literatur yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi mempengaruhi bagaimana seorang konsumen berpikir dalam membeli sesuatu baik jasa atau barang konsumsi. Persepsi yang dimiliki oleh para responden berhubungan dengan karakteristik ramen yang termasuk sebagai makanan mie yang memiliki kuah kental dan cita rasa yang berdasar dari Jepang dan juga termasuk sebagai salah satu makanan terkenal yang berhubungan dengan budaya Jepang dengan beberapa responden menyatakan Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi memilih ramen di area cangg berhubungan dengan persepsi makanan dan budaya makanan tersebut, dan juga dengan keunikan makanan tersebut yang membentuk sebuah persepsi di dalam benak konsumen yang mengakibatkan terbentuknya preferensi positif, alasan untuk preferensi positif mereka berhubungan dengan budaya dan juga film yang berasal dari Jepang.

6. REFERENSI

- Abdul Rahman Shaleh; Muhib Abdul Wahab. Psikologi suatu pengantar : dalam perspektif Islam / Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab. Jakarta :: Kencana,, 2004
- Andi Mappiare, Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan, Surabaya: Usana Offset Printing, 1994, hlm 62.
- Bimo Walgito. 2002. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi Offset
- Crow, Lester D a.o. An Outline of General Psychology / Lester D Crow, and Alice Crow. Paterson: Littlefield, 1963.
- Paku, Kayoko Hirata. "What Is Washoku? 和食とは." *Just One Cookbook*, 25 Sept. 2022, <https://www.justonecookbook.com/washoku/>.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Prehalindo, Jakarta, Cet Ke-10, 2000, h. 154.
- Rohmadi, M. & Nasucha, Y. 2015. Dasar-Dasar Penelitian. Surakarta: Pustaka Brilliant.
- Sanjaya, W. 2015. Penelitian Pendidikan. Jakarta: Prenada Media Group
- Trott, Russell. "Japanese Cuisine Added to UNESCO 'Intangible Heritage' List." *BBC News*, BBC, 5 Dec. 2013, <https://www.bbc.com/news/av/world-asia-25223105>.