

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki kekayaan budaya dan sumber daya alam yang melimpah, yang menjadi modal penting dalam pengembangan sektor ekonomi nasional. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan pesat dalam dua dekade terakhir adalah sektor ekonomi kreatif, yang berperan besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui inovasi berbasis kearifan lokal. Di antara berbagai subsektor ekonomi kreatif yang ada, sektor kuliner menjadi penyumbang terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan laporan *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2023)*, subsektor kuliner menyumbang lebih dari 40% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia.¹

Kota Padang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi kuliner sangat kuat dan berakar pada tradisi masyarakat Minangkabau. Makanan khas daerah tidak hanya menjadi ikon kuliner daerah, tetapi juga telah dikenal luas hingga mancanegara sebagai simbol kekayaan rasa dan identitas budaya Sumatera Barat. Berdasarkan data *Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang (2023)*, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum memberikan kontribusi sebesar 1,37 persen terhadap total PDRB Kota Padang tahun 2023.²

¹BEKRAF, "Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia," 2023, <https://maritim.go.id/uploads/magazine/20240702093010-2024-07-02magazine093007.pdf>.

² Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Regional Bruto Kota Padang Menurut Lapangan Usaha Tahun 2020–2024" 17 (1385): 302.

Dalam konteks budaya Minangkabau khususnya di Kota Padang, kuliner tradisional tidak hanya sekedar mengonsumsi makanan, tetapi juga merupakan bagian dari identitas budaya lokal yang dipertahankan secara turun-temurun. Makanan khas menjadi simbol warisan budaya yang berdampak pada pengalaman budaya dan komunikasi sosial masyarakat. Di tengah besarnya potensi tersebut, kuliner tradisional Minangkabau di Kota Padang menghadapi berbagai tantangan diantaranya perubahan gaya hidup masyarakat, modernisasi, serta masuknya budaya konsumsi global telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Secara sosial, terjadi pergeseran preferensi konsumsi, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung lebih memilih makanan modern dan cepat saji dibandingkan makanan tradisional. Kondisi ini berdampak pada melemahnya permintaan terhadap produk kuliner tradisional Minangkabau, meskipun produk tersebut memiliki nilai budaya dan ekonomi yang tinggi. Fenomena ini menunjukkan adanya masalah sosial dan ekonomi yang perlu dikaji secara ilmiah khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi permintaan produk kuliner tradisional.

Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan produk adalah kepercayaan konsumen terhadap produsen dan produk yang ditawarkan. Kepercayaan mencerminkan kesediaan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu berdasarkan keyakinannya bahwa pihak lain dalam transaksi akan memenuhi harapannya. Dengan adanya kepercayaan tersebut, hubungan antar pihak dapat terbangun secara positif dan menumbuhkan niat

baik dalam setiap interaksi ekonomi.³ Kepercayaan yang tinggi akan mendorong konsumen merasa aman terhadap kualitas, kebersihan, dan kehalalan suatu produk, sehingga meningkatkan keputusan pembelian dan permintaan produk. Dengan demikian, membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen menjadi aspek strategis bagi pelaku usaha kuliner dalam menjaga stabilitas permintaan di tengah meningkatnya kompetisi pasar dan kesadaran konsumen.

Selain kepercayaan, faktor lain yang juga berpengaruh terhadap permintaan produk kuliner adalah jaringan sosial (*social network*). Jaringan sosial memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pengalaman, dan rekomendasi di antara konsumen, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan pembelian. Dalam era digital, jaringan sosial tidak hanya terbentuk melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Di Kota Padang, banyak pelaku usaha kuliner tradisional yang mulai memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, namun efektivitas penggunaannya masih bervariasi tergantung pada kemampuan mereka membangun hubungan sosial dan citra kepercayaan secara digital.

Secara umum, permintaan terhadap kuliner seharusnya terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan nilai budaya dan potensi ekonomi lokal yang terkandung di dalamnya. Namun,

³ Asmai Ishak and Zhafitri Luthfi, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs," *Jurnal Siasat Bisnis* 15, no. 1 (2011): 55–66, <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5>.

secara faktual, minat terhadap kuliner tradisional justru menunjukkan kecenderungan menurun, terutama di kalangan generasi muda yang lebih terpengaruh oleh gaya hidup modern dan tren makanan cepat saji.⁴ Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara harapan dan kenyataan, yang menunjukkan perlunya kajian mendalam untuk memahami faktor-faktor sosial yang memengaruhi perubahan perilaku konsumsi masyarakat terhadap kuliner tradisional. Apabila permasalahan ini tidak segera diatasi, maka bukan hanya sektor ekonomi lokal yang akan mengalami perlambatan, tetapi juga keberlanjutan warisan kuliner Minangkabau yang menjadi bagian penting dari identitas budaya daerah dapat terancam hilang.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa permintaan produk tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, tetapi juga oleh faktor-faktor lain.

Penelitian Daeng Genteng, Achyar Eldine, dan Leny Muniroh (2022) menganalisis pengaruh kualitas produk dan kebijakan harga terhadap permintaan produk kawat galvanis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kebijakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan, baik secara parsial maupun simultan.⁵ Temuan ini menegaskan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk merupakan faktor penting dalam mendorong peningkatan

⁴ Elsa Veronica, Lusianus Kusdibyo, and Widi Senalasari, "Persepsi Generasi Milenial Terhadap Masakan Lokal Indonesia," *Industrial Research Workshop and National Seminar* 12, no. 1 (2021): 1442-48.

⁵ Daeng Genteng et al., "Pengaruh Mutu Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Permintaan Produk Kawat Galvanis" 5, no. 3 (2022): 346-51.

permintaan, meskipun penelitian dilakukan pada sektor industri manufaktur.

Penelitian Salsabila dan Sulistyowati (2025) mengkaji pengaruh *online customer review* terhadap permintaan produk makanan pada platform GoFood di Kabupaten Mojokerto menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis skala inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan daring yang mencakup penilaian, komentar, dan pengalaman konsumen lain berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk makanan.⁶ Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung memanfaatkan pengalaman konsumen lain sebagai dasar dalam membentuk persepsi kualitas dan kepercayaan terhadap produk, sehingga berdampak pada peningkatan permintaan.

Penelitian oleh Yuliana Simbolon dkk. (2024) yang berjudul Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Permintaan Produk Kerupuk Opak UD. Karya Bersama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda terhadap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan, sedangkan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap permintaan.⁷ Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk, seperti rasa dan tingkat kepuasan

⁶ Produk Makanan and D I Kabupaten, “Pengaruh Online Review Gofood Terhadap Permintaan Produk Makanan Di Kabupaten Mojokerto” 8, no. 2 (2025): 73–82.

⁷ No Mei et al., “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Permintaan Produk Kerupuk Opak UD. KARYA BERSAMA” 4, no. 2 (2025).

konsumsi, menjadi faktor utama dalam mendorong permintaan produk makanan tradisional, sementara harga bukan satu-satunya penentu keputusan pembelian.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian antara kerangka teoritis dan temuan empiris. Secara teoritis, kepercayaan dan jaringan sosial dipandang berpengaruh terhadap permintaan produk, namun secara empiris penelitian yang secara spesifik dan terukur menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap permintaan produk kuliner tradisional minangkabau oleh masyarakat masih terbatas, khususnya di Kota Padang.

Berdasarkan penjelasan fenomena, kondisi empiris, serta hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan temuan yang belum konsisten, peneliti merasa perlu melakukan kajian lebih mendalam terhadap pengaruh kepercayaan dan jaringan sosial terhadap permintaan produk kuliner tradisional minangkabau oleh masyarakat di Kota Padang. Penelitian ini juga memperhatikan konteks sosial dan membentuk interaksi serta keputusan konsumsi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Jaringan Sosial terhadap Permintaan Produk Kuliner Tradisional Minangkabau oleh masyarakat di Kota Padang.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap permintaan produk kuliner tradisional Minangkabau oleh masyarakat di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh jaringan sosial terhadap permintaan produk

kuliner tradisional Minangkabau oleh masyarakat di kota padang?

3. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan jaringan sosial bersama-sama terhadap permintaan produk kuliner tradisional minangkabau oleh masyarakat di Kota Padang?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, beberapa batasan masalah telah ditetapkan guna menjaga fokus dan ruang lingkup pembahasan, yaitu sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada masyarakat di Kota Padang, khususnya masyarakat yang aktif melakukan pembelian produk kuliner tradisional minangkabau
2. Fokus penelitian terbatas pada pengaruh kepercayaan dan jaringan sosial terhadap permintaan produk kuliner tradisional Minangkabau oleh masyarakat di Kota Padang.
3. Produk kuliner yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk kuliner khas Minangkabau
4. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat yang memenuhi kriteria sebagai responden.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap permintaan produk kuliner tradisional minangkabau oleh masyarakat di kota padang

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh jaringan sosial terhadap permintaan produk kuliner tradisional Minangkabau oleh masyarakat di kota padang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan dan jaringan sosial secara Bersama-sama terhadap permintaan produk kuliner tradisional Minangkabau oleh masyarakat kota padang

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, batasan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya kajian tentang faktor-faktor sosial seperti kepercayaan dan jaringan sosial yang berpengaruh terhadap permintaan produk, terutama dalam konteks ekonomi kreatif produk kuliner di Indonesia.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji kepercayaan dan jaringan sosial dalam memengaruhi permintaan pada produk kuliner maupun ekonomi lainnya.
- c. Dapat memperdalam pemahaman tentang bagaimana kepercayaan dan jaringan sosial berperan dalam membentuk keputusan konsumsi, khususnya pada produk kuliner tradisional yang memiliki nilai budaya dan ekonomi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha kuliner (UMKM) di Kota Padang, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi peningkatan permintaan produk melalui penguatan kepercayaan konsumen dan pemanfaatan jaringan sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian, pelaku usaha dapat mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing produk kuliner.
- b. Bagi pemerintah daerah atau instansi terkait Penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan produk kuliner lokal. Dengan mempertimbangkan aspek sosial seperti kepercayaan dan jaringan sosial, kebijakan yang dibuat dapat lebih tepat sasaran dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing kuliner di Kota Padang
- c. Bagi masyarakat dan konsumen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mendukung dan melestarikan kuliner tradisional Minangkabau sebagai bagian dari identitas budaya daerah. Selain itu, masyarakat dapat lebih memahami bagaimana kepercayaan dan jaringan sosial berperan dalam membentuk keputusan konsumsi yang cerdas dan berpihak pada produk lokal.

F. Sistematika Penulisan

Adapun gambaran secara umum sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan: Berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori: Membahas teori-teori yang relevan, seperti teori permintaan, kepercayaan dan jaringan sosial

BAB III Metode Penelitian: Metode penelitian membahas tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan pengukuran analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan: Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V Penutup: Berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran berisi himbauan penulis kepada pembaca atau agar saran yang diuraikan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.