

HUBUNGAN KARAKTERISTIK KONSUMEN DENGAN KARAKTERISTIK WARUNG LESEHAN DI KOTA SURAKARTA

Edi Wibowo

Setyaningsih Sri Utami

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between consumer characteristics with the characteristics of stalls to choose eating stall in the city of Surakarta. Consumer characteristics are studied, gender, marital status, age, education, income, and employment of consumers, while the stall characteristics completeness of the product consists of attributes, taste, price, cleanliness, location and service. The population of consumers who eat at food stalls in the city of Surakarta amount is not known for sure. Sample approach with an error probability of 10%, 5% significance level. The number of samples used 100 respondents with accidental sampling technique. Chi Square data analysis techniques and Contingency Coefficient primary consideration of consumers choose to eat at the stall factor is service, backed out of the calculation of the value of the difference Coefficient of Contingency and value C_{mak} in which the relationship between marital status with service has the smallest difference value (0.412). Factor services that are most closely linked to the consumer's decision to select stalls Surakarta area.

Keywords: *consumer characteristics, stall characteristics, informed choice to eat at stalls*

PENDAHULUAN

Tujuan pembangunan nasional adalah mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Pembangunan merupakan salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut. Selama ini pembangunan selalu diprioritaskan pada sektor ekonomi, sedangkan sektor lainnya hanya bersifat menunjang dan melengkapinya. Adanya pembangunan selain mem-

berikan dampak positif juga memberikan dampak negatif terutama ditunjukkan oleh berbagai masalah tenaga kerja dan kesempatan kerja. Hal ini menjadi masalah yang sangat serius bagi bangsa Indonesia, mengingat jumlah penduduk yang pada gilirannya merupakan penawaran tenaga kerja yang berlebihan, sedangkan permintaan tenaga kerja di pasar tenaga kerja sangat terbatas. Hal ini

menambah angka pengangguran serta akan menimbulkan keresahan sosial.

Lapangan kerja pada sektor formal menjadi prioritas utama bagi para tenaga kerja, namun akibat adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia banyak terjadi PHK pada sektor ini. Untuk itu perlu dikembangkan lapangan kerja pada sektor informal. Yang bisa menjadi penyelamat bagi masalah ketenagakerjaan yang dihadapi. Banyak bidang informal yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan income keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Usaha berdagang merupakan salah satu alternatif lapangan kerja informal, yang ternyata banyak menyerap tenaga kerja, seperti usah warung lesehan di kota Surakarta. Pada umumnya para pengusaha lesehan mempunyai tujuan utama mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal) dan mempertahankan atau semakin berusaha meningkatkannya.

Salah satu kegiatan bisnis yang berbasis ekonomi kerakyatan adalah dijakannya pemenuhan kebutuhan makan, terutama makan malam dalam bentuk lesehan. Makan secara lesehan merupakan cara makan tradisional dengan duduk di atas tikar dengan menggunakan meja pendek yang diberi alas tikar atau sejenisnya. Di wilayah kota Surakarta ternyata usaha lesehan banyak jumlahnya dan banyak terdapat di berbagai tempat, dari sekian banyak pengusaha lesehan

di kota Surakarta ternyata banyak berhasil dan mampu menghidupi keluarganya. Keberhasilan usaha membuka warung lesehan khususnya di wilayah Surakarta sangat relevan terutama bila dikaitkan dengan upaya memperbaiki ekonomi rakyat sebagai penopang kesejahteraan masyarakat kota Surakarta

Ketatnya persaingan antar bisnis lesehan atau perubahan pada diri konsumen seperti selera, harga atau aspek psikologis menuntut pemasar untuk memberikan perhatian pada pentingnya memahami perilaku konsumen. Berdasarkan informasi dari media masa serta pengamatan awal dan diskusi dengan para pelaku penjual makanan lesehan saat ini dirasakan keberadaannya kurang adanya pembinaan yang mengarah untuk memaju nasib mereka. Dalam kenyataannya para pengusaha pedagang lesehan belum bekerja sesuai dengan kunci-kunci manajemen terutama menyangku mutu maupun manajemen pemasaran, mereka masih berorientasi pada keuntungan semata tanpa memperhatikan keinginan pasar yang selalu berubah dalam tuntutan mutu maupun selera. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikansi hubungan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung lesehan di wilayah Surakarta dan untuk menganalisis hubungan yang paling kuat terhadap keputusan konsumen memilih makan malam di warung lesehan wilayah kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah beberapa warung lesehan di kota Surakarta yang tersebar di empat wilayah yaitu, kota barat, Jl Slamet Riyadi, Jl Gajah Mada, dan seputar Jl Urip Sumoharjo (Mesen). Berdasarkan survai penelitian terdapat lima belas pengusaha warung lesehan yang akan dijadikan sebagai objek penelitian yaitu seperti tabel 1 di bawah ini:

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang makan malam di warung lesehan di wilayah kota Surakarta. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka sampel yang diambil tergantung pada besar-

nya tingkat signifikansi dan kesalahan (*error*) yang diharapkan, oleh karena itu jika dalam suatu penelitian dengan populasi yang cukup besar digunakan tingkat signifikansi (α) = 5% dan *error* yang diharapkan terjadi (e) tidak melebihi 10%, maka banyaknya sampel yang diambil adalah 96, dengan dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel tanpa perencanaan secara seksama, responden yang dimintai informasi diperoleh secara kebetulan tanpa pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini responden terpilih adalah konsumen yang ditemui pada saat sedang makan di warung lesehan di kota Surakarta.

Tabel 1
Nama dan Lokasi Warung Lesehan di Surakarta

No	Nama warung lesehan	Lokasi
1	Nasi goreng Surabaya Cak Fin	Kawasan Kota Barat
2	Ikan bakar Sukowati	Kawasan Kota Barat
3	Ayam tulang lunak teladan	Kawasan Kota Barat
4	Aneka masakan ayam	Kawasan Kota Barat
5	Ayam Pak Keceng	Kawasan Kota Barat
6	Lesehan Makobar	Kawasan Kota Barat
7	Lesehan Mbak Uut	Kawasan Kota Barat
8	Sop kaki kambing sudi mampir	Kawasan Kota Barat
9	Lesehan Mbak Nur	Kawasan Kota Barat
10	Special burung dara	Kawasan Kota Barat
11	Lesehan Mbak Room	Jl Slamet Riyadi(Pengadilan Negeri)
12	Lesehan Pak Brewok	Jl Slamet Riyadi(Depan THR Sriwedari)
13	Lesehan Mbak Imah	Jl slamet Riyadi(Depan BCA Gladak)
14	Bandeng segar Mbak Mar	Jl Gajah Mada
15	Ayam bakar Mesen (Bu Katman)	Jl Urip Sumoharjo

Sumber: hasil survei warung lesehan di Surakarta

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah deskriptif kuantitatif serta deskriptif kualitatif. Teknik analisis kuantitatif yang dipergunakan adalah Chi Square.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif

1. Jenis kelamin

Konsumen warung lesehan yang menjadi responden terdiri dari laki-laki sebanyak 53 orang (53%) dan perempuan 47 orang (47%), sehingga proporsinya hampir seimbang. Keinginan laki-laki dan perempuan apabila ditinjau dari faktor demografi cenderung memiliki minat yang sama dalam memilih makan di warung lesehan wilayah Surakarta.

2. Status perkawinan

Sebagian besar responden 59 orang berstatus menikah (59%) dan yang tidak menikah atau single sebanyak 41 orang (41%).

3. Usia

Sebagian besar responden 60 (60%) berusia antara 21- 45 tahun, 20 orang (20%) berusia lebih dari 45 tahun dan 18 orang (18%) berusia kurang sama dengan 21 tahun.

4. Pendidikan

Sebagian besar responden 66 orang (66%) berpendidikan perguruan tinggi, 23 orang (23%) berpendidikan SLTA, 8 orang (8%) berpendidikan SMP dan 3 orang (3%) berpendidikan SD.

5. Pendapatan

Terdapat 67 orang (67%) berpendapatan sedang, yaitu sekitar 1,5

– 3 juta rupiah, 22 orang (22%) berpendapatan rendah yaitu kurang dari atau sama dengan 1,5 juta dan 11 orang (11%) berpendapatan tinggi yaitu lebih dari 3 juta rupiah.

6. Pekerjaan

Pekerjaan sebagian besar 29 orang (29%) adalah kelompok PNS, selanjutnya kelompok mahasiswa sebanyak 24 orang (24%), kelompok karyawan swasta sebanyak 23 orang (23%), kelompok pedagang/wiraswasta sebanyak 15 orang (15%) dan sisanya 9 orang (9%) adalah kelompok TNI/ polri.

Penilaian Responden mengenai Karakteristik Warung Lesehan

Hasil penilaian 100 responden mengenai karakteristik warung lesehan di wilayah Surakarta dapat diuraikan sebagai berikut:

Hasil penilaian mengenai kelengkapan produk menunjukkan bahwa 74 orang (74%) menilai lengkap, 18 orang (18%) menilai cukup lengkap dan 8 orang (8%) menilai sangat lengkap. Hasil penilaian menginformasikan bahwa sebagian besar konsumen warung lesehan di Surakarta memiliki sikap positif terhadap kelengkapan produk yang diperdagangkan oleh pengusaha lesehan.

Penilaian untuk rasa makanan menunjukkan bahwa 44 orang (44%) menilai cukup enak, 28 orang (28%) menilai enak dan 28 orang (28%) menilai kurang enak. Harga makanan menunjukkan 64 orang (64%) menilai sedang, 25 orang (25%) menilai

murah dan 11 orang (11%) menilai mahal. Untuk penilaian tingkat kebersihan warung lesehan menunjukkan bahwa 65 orang (65%) menilai cukup bersih, 19 orang (19%) menilai kurang bersih dan 16 orang (16%) menilai bersih, sedangkan penilaian mengenai lokasi menunjukkan bahwa 50 orang (50%) menilai cukup strategis, 46 orang (46%) menilai sangat strategis dan 4 orang (4%) menilai kurang strategis, serta hasil penilaian mengenai pelayanan warung lesehan menunjukkan bahwa 68 orang (68%) menilai cukup memuaskan, 18 orang (18%) menilai kurang memuaskan dan 14 orang (14%) menilai sangat memuaskan.

Analisis Chi Square

Analisis ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik pedagang warung lesehan di kota Surakarta, dengan melakukan tiga tahap, yaitu menganalisis hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan karakteristik pedagang warung lesehan, hubungan antara status perkawinan konsumen dengan karakteristik pedagang warung lesehan, dan hubungan antara pendapatan konsumen dengan karakteristik pedagang warung lesehan.

Analisis *Coefficient of contingency*

Bertujuan menganalisis hubungan paling erat antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung lesehan di wilayah Surakarta. Langkah-langkah perhitungannya

dengan menghitung nilai C (*Coefficient of Contingency*) dan nilai C maksimum. Agar nilai C yang diperoleh dapat digunakan untuk menilai derajat asosiasi antara faktor C yang satu dengan faktor yang lain maka perlu dibandingkan dengan nilai C maksimum. Bila harga *coefficient of contingency* semakin dekat dengan C maksimum atau menunjukkan selisih terkecil maka semakin besar tingkat /derajat hubungan antara kedua faktor tersebut, dengan kata lain faktor yang satu semakin berkaitan dengan faktor yang lain.

Dengan membandingkan antara nilai C (*Coefficient of Contingency*) dengan nilai C_{mak} diketahui bahwa hubungan antara status perkawinan dengan pelayanan warung lesehan memiliki nilai selisih terkecil (0,412). Dengan demikian diketahui bahwa pelayanan merupakan pertimbangan paling penting bagi konsumen dalam memilih warung lesehan di wilayah Surakarta, hal ini terutama menjadi pertimbangan konsumen dengan status perkawinan menikah.

Pembahasan

Berdasarkan analisis Chi Square diperoleh temuan sebagai berikut:

- Karakteristik konsumen menurut jenis kelamin mempunyai hubungan yang signifikan dengan kebersihan dan lokasi warung lesehan.
- Karakteristik konsumen menurut status perkawinan mempunyai hubungan yang signifikan dengan rasa produk dan pelayanan warung lesehan.

Tabel 2
Hasil Analisis Chi Square dan *Coefisient of Contingency*

Karakteristik konsumen	Karakteristik warung lesehan	X ² hit	Sig	Uji hipotesis	C	M	C _{maks}	Selisih c-C _{mak}
Jenis kelamin	Kelengkapan produk	0.418	0.811	-	0.065	2	0.707	0.642
	Rasa	0.147	0.929	-	0.038	2	0.707	0.669
	Harga	5.97	0.051	-	0.237	2	0.707	0.470
	Kebersihan	6.103	0.047	*	0.240	2	0.707	0.467
	Lokasi	6.758	0.034	*	0.252	2	0.707	0.455
	pelayanan	0.208	0.901	-	0.046	2	0.707	0.661
Status perkawinan	Kelengkapan produk	4.361	0.113	-	0.204	2	0.707	0.603
	Rasa	6.248	0.044	*	0.243	2	0.707	0.464
	Harga	4.313	0.116	-	0.203	2	0.707	0.504
	Kebersihan	0.754	0.686	-	0.087	2	0.707	0.620
	Lokasi	1.826	0.401	-	0.134	2	0.707	0.573
	Pelayanan	9.522	0.009	**	0.295	2	0.707	0.412
Tingkat usia	Kelengkapan produk	5.501	0.240	-	0.228	3	0.816	0.588
	Rasa	8.303	0.081	-	0.277	3	0.816	0.539
	Harga	3.583	0.465	-	0.186	3	0.816	0.630
	Kebersihan	3.069	0.546	-	0.173	3	0.816	0.643
	Lokasi	2.587	0.629	-	0.159	3	0.816	0.657
	Pelayanan	18.783	0.001	**	0.398	3	0.816	0.418
Tingkat pendidikan	Kelengkapan produk	11.664	0.070	-	0.323	3	0.816	0.493
	Rasa	0.663	0.995	-	0.081	3	0.816	0.735
	Harga	3.857	0.696	-	0.193	3	0.816	0.623
	Kebersihan	6.96	0.325	-	0.255	3	0.816	0.561
	Lokasi	16.468	0.011	*	0.376	3	0.816	0.440
	Pelayanan	19.269	0.004	**	0.402	3	0.816	0.414
Tingkat pendapatan	Kelengkapan produk	8.482	0.075	-	0.280	3	0.816	0.536
	Rasa	1.87	0.760	-	0.135	3	0.816	0.681
	Harga	2.487	0.647	-	0.156	3	0.816	0.660
	Kebersihan	6.203	0.185	-	0.242	3	0.816	0.574
	Lokasi	2.292	0.682	-	0.150	3	0.816	0.666
	Pelayanan	17.062	0.002	**	0.382	3	0.816	0.434
Tingkat pendapatan	Kelengkapan produk	9.246	0.322	-	0.291	3	0.816	0.525
	Rasa	6.033	0.644	-	0.239	3	0.816	0.577
	Harga	3.733	0.880	-	0.190	3	0.816	0.626
	Kebersihan	17.369	0.026	*	0.385	3	0.816	0.431
	Lokasi	14.378	0.072	-	0.355	3	0.816	0.461
	Pelayanan	19.123	0.014	*	0.401	3	0.816	0.415

Sumber data primer diolah

Keterangan:**: signifikan pada $\alpha = 0,01$

* : signifikan pada $\alpha = 0,05$

_ : tidak signifiikan

- Karakteristik konsumen menurut tingkat usia mempunyai hubungan yang signifikan dengan pelayanan warung lesehan
- Karakteristik konsumen menurut tingkat pendidikan mempunyai hubungan yang signifikan dengan lokasi dan pelayanan warung lesehan
- Karakteristik konsumen menurut tingkat pendapatan mempunyai hubungan yang signifikan dengan pelayanan warung lesehan
- Karakteristik konsumen menurut tingkat pekerjaan mempunyai hubungan yang signifikan dengan kebersihan dan pelayanan warung lesehan.

Perilaku konsumen untuk memilih makan di warung lesehan kota Surakarta pada dasarnya merupakan suatu proses pengambilan keputusan terhadap pembelian produk makanan dan minuman sesuai yang diinginkan. Proses tersebut diawali dari tahap evaluasi konsumen terhadap produk yang akan di beli, hal ini menyangkut kegiatan fisik konsumen untuk mencari informasi warung lesehan, menilai dan mempertimbangkan kualitas produk yang diinginkan. Berdasarkan tahap evaluasi tersebut, keputusan untuk memilih makan di warung makan lesehan juga tergantung *purchase intention* dalam arti ada atau tidak adanya niat pembelian konsumen. Faktor lain yang juga mempengaruhi perilaku pembelian adalah rangsangan pemasaran maupun pengaruh sikap orang lain.

Preferensi konsumen untuk memilih makan di warung lesehan di wilayah Surakarta dapat dipengaruhi terhadap faktor ekonomi, yang bisa ditinjau dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, kemampuan meminjam. Ditinjau dari faktor personal, keputusan konsumen untuk memilih makan di warung lesehan dapat dipengaruhi oleh faktor pendapatan. Adanya tingkat pendapatan tinggi, sedang dan rendah mengakibatkan perbedaan daya beli yang lebih tinggi dibanding yang berpendapatan lebih rendah.

Selain ditinjau dari faktor personal (pendapatan) keputusan memilih makan di lesehan dapat dipengaruhi oleh faktor *psychological* antara lain persepsi. Persepsi, keinginan, sikap konsumen mengenai karakteristik warung lesehan (kelengkapan produk, rasa, harga, kebersihan, lokasi dan pelayanan) di kota Surakarta akan membentuk perilaku untuk melakukan pembelian makanan dan minuman di warung lesehan. Hal ini ditunjukkan adanya perbedaan persepsi atau sikap terhadap keenam atribut warung lesehan tersebut. Ditinjau karakteristik konsumen keputusan pembelian konsumen warung lesehan di kota Surakarta juga dipengaruhi oleh faktor demografi seperti jenis kelamin, status perkawinan, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan konsumen yang memilih makan di warung lesehan kota Surakarta adalah laki-laki dan perempuan dengan status perkawinan single mau-

pun menikah, berusia mulai dari 15 tahun, berpenghasilan mulai dari \leq 1,5 juta rupiah, pendidikan mulai SD sampai Perguruan tinggi dan berasal dari berbagai jenis pekerjaan (pelajar/mahasiswa, TNI/Polri, PNS, Swasta dan Pedagang/Wiraswasta)

Masyarakat kota Surakarta pada dasarnya berasal dari kelas-kelas sosial seperti tingkat pekerjaan, pendapatan, pendidikan, di mana ketiga faktor tersebut dipandang sebagai karakteristik yang dapat berpengaruh terhadap tingkat persepsi, selera dan sikap konsumen terhadap karakteristik warung lesehan. Dengan demikian pemahaman terhadap perilaku pembelian konsumen sangat kompleks karena banyaknya variabel yang saling berhubungan.

Pertimbangan yang utama mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih makan di warung lesehan adalah faktor pelayanan, yang didukung dari perhitungan nilai selisih *Coefficient of Contingency* dan nilai C_{mak} di mana hubungan antara status perkawinan dengan pelayanan memiliki nilai selisih terkecil (0,412). Dengan demikian faktor pelayanan memiliki hubungan yang paling erat terhadap keputusan konsumen untuk memilih warung lesehan di wilayah Surakarta.

KESIMPULAN

Hasil analisis hubungan antara konsumen dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta melalui uji Chi Square diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil analisis hubungan antara karakteristik jenis kelamin dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta adalah terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kebersihan warung lesehan dan terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan lokasi warung lesehan.
- Hasil analisis hubungan antara status perkawinan dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta adalah terdapat hubungan yang signifikan antara status perkawinan dengan rasa produk warung lesehan dan terdapat hubungan yang signifikan antara status perkawinan dengan pelayanan warung lesehan.
- Hasil analisis hubungan antara usia dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta menunjukkan tingkat usia konsumen berhubungan dengan pelayanan warung lesehan.
- Hasil analisis hubungan antara tingkat pendidikan konsumen dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta adalah terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan konsumen dengan lokasi warung lesehan dan terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan konsumen dengan pelayanan warung lesehan.
- Hasil analisis hubungan antara pendapatan konsumen dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta menunjukkan

tingkat pendapatan konsumen berhubungan dengan pelayanan warung lesehan.

- Hasil analisis hubungan antara tingkat pekerjaan konsumen dengan karakteristik warung lesehan di kota Surakarta adalah terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pekerjaan konsumen dengan kebersihan warung lesehan dan terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pekerjaan konsumen dengan pelayanan warung lesehan.

Perilaku konsumen untuk memilih makan di warung lesehan dapat dipengaruhi stimulus pelayanan melalui faktor personal dan persepsi, di mana faktor pelayanan merupakan stimulus terkuat yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih makan di warung lesehan kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Sulistyو Budi, 2006. “Kajian Lokasi Pedagang kaki lima berdasarkan preferensi PKL serta Persepsi Masyarakat Sekitar di Kota Pematang” (Penelitian).
- Basu Swastha dan T Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisa perilaku Konsumen*, edisi pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Boedyo Supono, 2010, Analisis keterkaitan karakteristik dengan pendapatan penjual wedang jahe (HIK) di Surakarta. *Eksplorasi UNISRI Vol XXII No 1*. 2010.
- Djoko Suseno. 2003. “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di sekitar embarkasi haji Donohudan kabupaten Boyolali”. *Eksplorasi UNISRI Vol XV No 2*. 2003.
- Fandy Tjiptono.2002. *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Jogiyanto, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis: salah kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, BPFE, Yogyakarta.
- Moh As ad, 2001, *Psikologi Industri*, Liberty, Yogyakarta.
- Untung Sriwidodo dan Ernawati, 2011, “Keterkaitan antar karakteristik warung dengan karakteristik konsumen untuk memilih makan di warung hik (survei di daerah Karanganyar)” hasil penelitian Fakultas Ekonomi UNISRI.