

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat semakin hari semakin berkembang mengikuti perubahan zaman yang mengacu dan bergerak kepada modernitas. Gaya hidup bisa dikatakan menjadi sebuah tren dan kebutuhan bagi setiap masyarakatnya. Modernitas dapat dijadikan sebuah acuan untuk mengarah pada kemajuan di setiap sektor yang ada, seperti teknologi, perindustrian, infrastruktur, gaya hidup sehari-hari, sampai pola pikir dan tingkah laku manusia. Gaya hidup yang modern cenderung menyajikan dan menyediakan hal-hal yang praktis, ringkas, dan aktual. Namun, gaya hidup modern seringkali diidentikkan dengan masyarakat golongan atas atau kaum *elite*. Gaya hidup manusia terus berubah.

Gaya hidup kota yang serba praktis memungkinkan masyarakat modern sulit untuk menghindar dari *fast food*. *Fast food* memiliki beberapa kelebihan antara lain penyajian yang cepat sehingga tidak menghabiskan waktu lama dan dapat dihidangkan kapan dan dimana saja, higienis dan dianggap sebagai makanan bergensi dan makanan gaul (Irianto, 2007). Perubahan dari pola makan tradisional ke pola makan barat seperti *fast food* yang banyak mengandung kalori, lemak dan kolesterol, ditambah kehidupan yang disertai stress dan kurangnya aktivitas fisik, terutama di kota-kota besar mulai menunjukkan dampak dengan meningkatnya masalah gizi lebih

(obesitas) dan penyakit degeneratif seperti jantung koroner, hipertensi dan diabetes mellitus (Khasanah, 2012).

Dengan adanya transisi ekonomi, juga berpengaruh terhadap pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat. Perubahan pola konsumsi mulai terjadi di kota-kota besar, yaitu dari pola makanan tradisional yang banyak mengandung karbohidrat, protein, serat, vitamin dan mineral bergeser ke pola makanan berat yang cenderung banyak mengandung lemak, protein, gula dan garam serta miskin serat, vitamin dan mineral sehingga mudah merangsang terjadinya penyakit-penyakit gangguan saluran pencernaan, penyakit jantung, obesitas dan kanker (Elnovriza, 2008). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Health Education Authority* (2002), usia 15 – 34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast food*. Keadaan tersebut dapat dipakai sebagai cermin dalam tatanan masyarakat Indonesia, bahwa rentang usia tersebut adalah golongan pelajar dan pekerja muda.

Data demografi menunjukkan bahwa remaja merupakan populasi yang besar dari penduduk dunia. Menurut WHO dalam Soetjiningsih (2007) sekitar seperlima dari penduduk dunia adalah remaja berumur 10-19 tahun. Sekitar 900 juta berada di negara sedang berkembang. Data Depkes RI (2006), menunjukkan jumlah remaja umur 10-19 tahun di Indonesia sekitar 43 juta (19,61%) dari jumlah penduduk. Perkembangan dari seorang anak menjadi dewasa pasti melalui fase remaja. Pada fase ini fisik seseorang terus berkembang, demikian aspek sosial dan psikologisnya. Perubahan ini membuat seorang remaja mengalami ragam gaya hidup, perilaku, tidak

terkecuali pengalaman dalam menentukan makanan apa yang dikonsumsi. Hal terakhir inilah yang akan berpengaruh pada keadaan gizi seorang remaja ketika menginjak tahap independensi. Remaja bisa memilih makanan apa saja yang disukainya, bahkan tidak berselera lagi makan bersama keluarga di rumah. Aktivitas yang banyak dilakukan di luar rumah membuat seorang remaja sering dipengaruhi teman sebayanya. Pemilihan makanan tidak lagi didasarkan pada kandungan gizi tetapi sekadar bersosialisasi, untuk kesenangan dan supaya tidak kehilangan status (Khomsan, 2004).

Masa remaja adalah masa yang sangat labil dan masa dimana mudah sekali terpengaruh oleh lingkungan dan orang-orang terdekat. Mudah mengikuti alur zaman seperti *mode* dan *trend* yang sedang berkembang di masyarakat khususnya dalam hal makanan modern (Thyana dalam Kristianti, 2009). Menurut Moehji (2003) kebiasaan makan yang kurang pada remaja berawal pada kebiasaan makan keluarga yang tidak baik yang sudah tertanam sejak kecil dan akan terus terjadi pada usia remaja mereka makan seadanya tanpa mengetahui kebutuhan akan zat-zat gizi dan dampak tidak terpenuhinya kebutuhan zat gizi tersebut terhadap kesehatan mereka. Kebiasaan makan yang diperoleh semasa remaja akan berdampak pada kesehatan dalam fase kehidupan selanjutnya (Arisman, 2009).

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik mengangkat penelitian tentang “Prola Pemilihan Produk Makanan Siap Saji Berdasarkan Presepsi Konsumen Dari Aspek Nilai Produk Dan Gaya Hidup Pada Mcdonalds Slamet Riyadi Solo”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dibentuk rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah nilai produk berpengaruh signifikan terhadap pola pemilihan makanan siap saji?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola pemilihan makanan siap saji?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh nilai produk terhadap pemilihan makanan siap saji.
2. Untuk menganalisis gaya hidup terhadap pemilihan makanan siap saji.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penulisan dalam melakukan penelitian ini berhaap bahwa hasil dari penulisan peneltianya ini memiiki manfaat yang membangun,adapun harapan tersebut:

1. Bagi pemilik usaha

Bagi pemilik usaha Mc Donalds hasil penelitian ini penulis berharap bahwa penelitian yang dilakukanya ini dapat membantu pemilik usaha untuk mengetahui peranan dan dampak suatu nilai produk dan gaya hidup terhadap pola pemilihan produk makanan siap saji.

## 2. Bagi penulis

Hasil penelitian ini bagi penulis penelitian sendiri merupakan suatu kesempatan yang baik untuk dapat menambah pengetahuan dalam penerapan teori yang telah di peroleh di bangku kuliah ke dalam kegiatan praktek.

### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yang tersusun sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan mengenai landasan teori tentang motivasi afiliasi yang terdiri dari Perbandingan Sosial, Perhatian, Dukungan Emosional, Stimulasi Positif dan Minat Wirausaha. Pada bab ini juga menjelaskan kerangka pemikiran, penelitian-penelitian terdahulu dan hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, populasi dan sample, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan

sumber data, metode pengumpulan data, alat analisis data, serta metode analisis data yang digunakan.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai deskripsi responden, analisis data dan pembahasan (mencakup metode penelitian pada bab III, perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ditentukan, pembuktian hipotesis, serta jawaban atas pertanyaan pada perumusan masalah).

#### BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran dari penelitian.