

Tahun XX No. 1
Juli 1996
ISSN 0216 - 9363

media GIZI & KELUARGA



JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

MEDIA GIZI DAN KELUARGA

Tahun XX No. 1
Juli 1996

DAFTAR ISI

	Halaman
1. Studi Transisi Keluarga dan Sistem Gotong Royong Ratna Megawangi, Hartoyo, Suprihatin Guhardja, Ujang Sumarwan, dan Yayat Heryanto	1
2. Studi Transisi Keluarga, Konsumsi Pangan dan Gizi dan Status Gizi Anak Balita Melly Latifah, Ratna Megawangi, Suprihatin Guhardja, Hartoyo, Ujang Sumarwan, dan Yayat Heryanto	17
3. Beberapa Variable yang Berhubungan dengan Tingkat Kecerdasan Anak Usia 2-5 Tahun Ani Mutmainah, dan Ujang Sumarwan.....	25
4. Status Gizi Balita, Ibu Balita dan Faktor yang Mempengaruhinya di Desa Sukosewu dan Desa Semen, Kabupaten Blitar, Jawa Timur Fauzia Djamilus	35
5. Studi Mekanisme Interaksi antara Sektor Pertanian dan Kesehatan di Kabupaten Bandung, Jawa Barat Sudjana Sibarani, Dodik Briawan, Djiteng Roedjito, M. Khumaidi, dan Djoko Susanto	39
6. Permintaan Cabe pada Tingkat Rumah Tangga, Restoran, Industri, dan Propinsi Dodik Briawan	46
7. Preferensi dan Persepsi Konsumsi terhadap Makanan Tradisional Sunda Fenty Candraningsih, dan Ujang Sumarwan	53
8. Studi Preverensi Makanan Tradisional di Jawa Tengah, Aceh, dan Sulawesi Selatan Ali Khomsan, Amini Nasoetion, Hadi Riyadi, Faisal Anwar, dan Ahmad Sulaeman	61
9. Studi Identifikasi Rasa Spesifik Makanan Tradisional di Jawa Tengah, Aceh, dan Sulawesi Selatan Faisal Anwar, Ahmad Sulaeman, Amini Nasoetion, Ali Khomsan, dan Hadi Riyadi	68
10. Upaya Peningkatan Konsumsi Pangan Asal Ternak di Indonesia Mewa Ariani, dan Gatoet Sroe Hardono.....	79
11. Economic Evaluation on Iodine Interventions Hartoyo, dan Hadi Riyadi	86

PREFERENSI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL SUNDA

(Consumer's Preference and Perception
on Sundanese Traditional Foods)

Fenty Candraningsih¹⁾ dan Ujang Sumarwan²⁾

ABSTRACT. *The purpose of this study was to identify consumer's preference and perception on Sundanese traditional foods. Data were gathered from two sundanese restaurants in Kotamadya Bogor. About 100 respondents were interviewed during their visit to the restaurants. Respondents were asked to indicate their preferences on different kinds of fish and meats, vegetables, and snack foods; and their perceptions on food attributes: taste, price, appearance, nutrition contents, service, and processing. The results of the study showed that respondents still preferred Sundanese traditional foods, even they chose to eat traditional foods when they visited restaurants. The respondents also perceived traditional foods as tasty, relatively less expensive, interesting appearance, nutritious, and quickly served.*

PENDAHULUAN

Penganekaragaman pangan melalui upaya pengembangan pangan tradisional adalah langkah yang amat strategis karena pangan tradisional umumnya berupa makanan yang bahan bakunya berasal dari sumber lokal, diolah menurut resep setempat dan sesuai dengan selera masyarakat. Makanan tradisional Sunda merupakan salah satu makanan tradisional yang kaya akan serat tetapi bila melihat bahan baku sayuran yang digunakan sebagian besar sayuran pekarangan yang nilai ekonomisnya relatif murah. Sedangkan dilihat dari cara pengolahan, makanan tradision-al Sunda kaya akan makanan yang diproses dengan dipepes, direbus, ditumis, dan dibakar. Hal-hal tersebut tentunya mempunyai sisi yang menguntungkan dilihat dari segi kesehatan (Tjahjadi, 1994).

Dengan masuknya restoran *fast food* ala Barat di berbagai kota di Indonesia, makanan tradisional sunda serta makanan tradisional lainnya memperoleh pesaing dalam mempe-

rebutkan konsumen melalui industri jasa boga. Industri jasa boga fast food ala Barat terutama dengan jaringan waralabanya (franchise) tumbuh dengan pesat di berbagai kota bahkan mengalahkan pertumbuhan jaringan industri jasa boga tradisional. Salah satu faktor penyebabnya adalah *fast food* memiliki nilai sosial ekonomi tinggi sehingga membawa makanan itu bergengsi, termasuk orang yang mengkonsumsinya (Suhardjo, 1993). Para remaja di kota kini mulai menyukai *burger, hot dog, pizza, atau fried chicken* daripada lotek, comro, laksa ayam, dan jenis-jenis makanan Sunda lain ketika mereka makan di luar rumah.

Faktor penyebab terdesaknya makanan tradisional oleh *fast food* karena makanan tradisional mempunyai kesan kurang bergengsi, kurang bersih, kurang aman, kurang menarik, kuno, tidak praktis, dan mutunya beragam (Noor & Zuheid, 1994). Penyebab tidak populernya makanan tradisional Sunda adalah karena sangat kurangnya sentuhan teknologi dan reka boga. Padahal ditinjau dari sudut gizi dan gaya hidup masa kini makanan tradisional Sunda jauh lebih sehat (Tjahjadi, 1994). Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran dan keprihatinan apakah memang benar bahwa konsumen sudah mulai

1) Lulusan Jurusan GMSK, Faperta IPB

2) Staf Pengajar Jurusan GMSK, Faperta IPB

beralih ke fast food ala Barat dan mulai meninggalkan makanan tradisional terutama tradisional Sunda.

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan persepsi konsumen terhadap makanan tradisional Sunda. Penelitian ini akan memberikan informasi yang berharga kepada para pengambil keputusan mengenai berbagai macam makanan tradisional Sunda yang disukai oleh konsumen serta bagaimana persepsi atau penilaian konsumen terhadap berbagai atribut makanan tersebut.

Kerangka Pemikiran

Tjahjadi (1994) mengemukakan bahwa makanan tradisional Sunda adalah makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Sunda, diolah dengan menggunakan bahan yang diproduksi dari usaha pertanian sekitarnya serta memiliki rasa khas untuk selera masyarakat Sunda. Makanan tradisional ini dapat berupa makanan utama (nasi dan lauk pauknya), makanan selingan, ringan atau makanan jajanan seperti onde-onde, keripik, opak, kelontong, simping, rangginang; dan makanan dan minuman menyegarkan seperti rujak, asinan, manisan dan es cincau.

Preferensi terhadap makanan didefinisikan sebagai derajat kesukaan atau ketidaksukaan terhadap makanan dan preferensi akan berpengaruh terhadap konsumsi makanan (Suhardjo, 1989). Sedangkan Engel, Blackwell, Miniard (1993) mengartikan persepsi dengan sikap sebagai keseluruhan evaluasi. Evaluasi ini dapat bersifat dari ekstrim positif hingga ekstrim negatif. Persepsi konsumen terhadap makanan tradisional Sunda berarti tanggapan dan penilaian konsumen terhadap karakteristik atau atribut dari makanan tradisional tersebut. Konsumen akan menilai terhadap rasa, bentuk ataupun harga dari berbagai jenis makanan tradisional tersebut. Sadli (1985) mengemukakan bahwa persepsi seseorang mengenai sesuatu dipengaruhi oleh

fungsi sosial dan personal. Fungsi sosial yang dimaksud disini adalah karakteristik atau ciri khas dari sesuatu atau objek tersebut.

METODE PENELITIAN

Pemilihan Lokasi dan Contoh

Lokasi penelitian adalah Kotamadya Bogor. Dua rumah makan Sunda, yaitu Rumah Makan Ponyo dan Bu Mimi dipilih secara purposive dari 19 rumah makan Sunda. Pemilihan ini berdasarkan karakteristik pengunjung, jumlah pengunjung, lokasi rumah makan, kenyamanan di rumah makan, ragam menu dan daya tampung rumah makan. Responden atau contoh adalah konsumen yang sedang mengunjungi rumah makan tersebut. Pemilihan contoh dilakukan dengan metode *mall intercept* yaitu mewawancarai konsumen yang bersedia diwawancarai di rumah makan tersebut. Sebanyak lima puluh orang konsumen diwawancarai di tiap rumah makan, sehingga jumlah responden seluruhnya adalah 100. Pengambilan data dilakukan antara bulan Mei sampai Juni 1995.

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Semua data yang dikumpulkan merupakan data primer, yaitu identitas konsumen, preferensi, dan persepsi konsumen terhadap makanan tradisional Sunda. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung terhadap konsumen. Dalam wawancara digunakan alat bantu kuesioner.

Pengolahan dan Analisis Data

Data tentang preferensi dan persepsi dikelompokkan berdasar jawaban yang sama dan kemudian dipersentasekan berdasar jumlah konsumen. Persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti. Preferensi konsumen terhadap makanan tradisional

Sunda (lauk pauk, sayuran, dan selingan) digolongkan dalam tiga kelompok, yaitu disukai dan tidak disukai.

Konsumen memberikan penilaian terhadap atribut rasa, harga, penampilan, kandungan gizi, cepat saji, serta mudah didapat dan diolah untuk masing-masing jenis makanan yang telah dipilih berdasarkan skala (lima skor). Semakin tinggi skor maka penilaian konsumen terhadap atribut rasa, harga, penampilan, kandungan gizi, cepat saji, serta mudah didapat dan diolah semakin bagus. Dari penilaian ini dapat diketahui persepsi konsumen terhadap makanan tradisional Sunda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keragaan Responden

Responden berjumlah seratus orang, terdiri dari 56% laki-laki dan 44% wanita. Sebagian besar konsumen adalah suku Sunda, yaitu sebesar 67% dan sisanya 33% adalah suku Jawa, Bali, Betawi, Flores, Minang, dan Menado.

Umur responde berkisar antara 17 - 63 tahun. Dengan mengacu pada karakter umur menurut Karjadi (1988), maka konsumen terdiri dari 4% remaja (13-20 tahun), 74% dewasa awal (21-39 tahun), 21% dewasa tengah (40-60 tahun), dan sisanya 1% dewasa akhir. Tingkat pendidikan responden tergolong tinggi. Kurang lebih 54% berpendidikan sarjana/Diploma/Akademi, 41% berpendidikan SMA, dan 3% berpendidikan SMP. Hanya 2% konsumen berpendidikan SD.

Sebanyak 36% konsumen bekerja sebagai karyawan swasta, 23% sebagai pegawai negeri, 17% bekerja sebagai wiraswasta, 13% sebagai ibu rumah tangga, 8% sebagai pelajar/mahasiswa, dan lain-lain sebanyak 3%. Sebagian besar responden yang sudah berkeluarga berpendapatan antara Rp. 500.000,00 - Rp. 1.000.000,00/bulan (38,9%), sedangkan konsumen yang belum berkeluarga berpendapatan kurang dari

Rp 500.000,00/bulan (67,9%). Pendapatan keluarga adalah gabungan pendapatan suami dan istri atau pendapatan suami saja bila istri tidak bekerja. Pendapatan konsumen yang belum berkeluarga adalah pendapatan individu konsumen.

Preferensi.

Tabel 1. menunjukkan preferensi responden terhadap lauk pauk. Sebagian besar responden suku Sunda dan bukan Sunda menyukai ayam goreng. Sedangkan jenis makanan lainnya yang menduduki ranking kedua dan ketiga yang disukai oleh responden adalah ikan goreng dan ayam bakar, dan tempe goreng bakar lebih disukai oleh responden suku Sunda dibandingkan bukan Sunda. Perbedaan preferensi konsumen dalam menyukai lauk pauk diduga dipengaruhi karakteristik makanan (rasa, rupa, tekstur, dan bentuk), selera, atau pengalaman konsumen berkenaan dengan makanan yang dipilih (Soesanto, 1988).

Tabel 1. Preferensi Konsumen terhadap Lauk Pauk

Jenis Lauk Pauk	Suku Sunda n=67	Bukan Sunda n=33
	----- % -----	
Ayam goreng	66	64
Ikan goreng	45	33
Ayam bakar	21	22
Ikan pepes	27	28
Ikan bakar	22	42
Sambal goreng	14	12
Ungkep jerohan	15	21
Pepes peda	23	-
Tahu goreng	32	22
Tempe goreng	40	57
Opor	15	6
Semur tahu	3	12
Laksa ayam	3	12
Oseng ikan asin	11	9
Kerupuk	14	3
Pepes oncom	13	9
Tahu sumedang	4	18
Udang goreng	15	22
Surundeng	-	-
Galendo	3	-
Pindang telur	3	9
Semur ayam	12	6

Tabel 2 menunjukkan berbagai jenis sayuran yang disukai oleh responden. Jenis sayuran yang paling banyak disukai oleh sebagian besar responden suku Sunda maupun bukan suku Sunda menyukai sayur asam, kemudian disusul oleh tumis kangkung, karedok dan lalapan. Persamaan preferensi konsumen dalam menyukai lalapan diduga karena lalapan bagus dari segi kesehatan yaitu mengandung serat tinggi. Bagi suku Sunda lalapan adalah sayuran yang dikonsumsi sejak kecil dan menjadi preferensinya sampai dewasa. Hal ini sesuai dengan pernyataan Suhardjo (1989) pangan yang disenangi pada masa kanak-kanak umumnya dilanjutkan terus menjadi preferensinya sampai tumbuh dewasa.

Tabel 2. Preferensi Konsumen terhadap Sayuran

Jenis Sayuran	Suku Sunda n=67	Bukan Sunda n=33
	----- % -----	
Karedok	57	43
Tumis kangkung	76	55
Sayur asam	84	82
Sayur bening	38	57
Lodeh	36	33
Urap sayur	21	36
Lalapan	43	58
Tumis genjer	15	6
Ulukutek leunca	12	6
Toge goreng	11	12
Acar bonteng	13	12
Angeun poloy	-	-

Tabel 3 menunjukkan jenis makanan selingan yang disukai oleh responden. Beberapa jenis makanan selingan yang disukai oleh lebih dari 20 persen responden Sunda adalah dadar gulung, bugis, onde-onde, rangginang, comro, kolak pisang, dan keripik sale. Sedangkan lebih dari 20 persen suku bukan Sunda menyukai manisan buah kering, cendol, comro, kolak pisang, gemblong, onde-onde. Suku bukan Sunda menyukai cendol, hal ini disebabkan persentase terbesar suku bukan Sunda adalah suku Jawa (27%) yang menyukai jenis selingan yang mengandung gula tinggi. Hal ini sesuai dengan

pernyataan Swasono (1995) bahwa makanan selingan yang biasa dikonsumsi masyarakat Jawa adalah dominan unsur karbohidrat dan gula.

Tabel 3. Preferensi Konsumen terhadap Makanan Selingan

Jenis Lauk Pauk	Suku Sunda n=67	Bukan Sunda n=33
	----- % -----	
Manisan buah kering	12	27
Dodol sirsak	14	6
Lupis	12	18
Dadar gulung	22	12
Carabikang	11	13
Kue ali	9	3
Apem	8	10
Bugis	23	15
Talam	6	-
Cendol	18	29
Candil	6	6
Onde-onde	23	25
Gemblong	11	22
Dodol	6	6
Ulen	5	-
Opak	6	9
Rangginang	24	21
K.jengkol	9	9
Kembang goyang	5	3
Katimus	12	-
Comro	30	30
Colenak	14	12
Talam ubi	5	6
Kolak pisang	36	20
Kolak ubi	11	6
Keripik-sale	24	12
Noga	-	9
Misro	11	9
Karemes	3	3
Lotek	6	9
Sampeu	13	3
Cuhcur	5	12
Koya	-	3
Peucang	-	-
Leupeut	3	3

Persepsi.

Tabel 4 menunjukkan persepsi responden terhadap makanan. Tidak ada perbedaan persepsi konsumen suku Sunda dan bukan suku Sunda terhadap lauk pauk, sayuran dan selingan yang disukai. Persepsi sebagian besar konsumen suku Sunda dan bukan Sunda terhadap lauk pauk, sayuran, dan selingan yang disukai dari segi rasa adalah lezat, harga murah untuk sayuran dan selingan sedangkan untuk lauk pauk harganya biasa, penampakan menarik, bergizi, cepat saji, serta mudah didapat dan diolah. Harga lauk

adalah biasa dibandingkan harga sayur dan selingan karena harga lauk relatif lebih mahal dibandingkan harga sayur dan selingan. Jadi ada hubungan antara preferensi dengan persepsi konsumen terhadap makanan tersebut. Menurut Sadli (1985) sesuatu yang bernilai (disukai) bagi seseorang mengalami "Perceptual Accentuation". Orang yang bersangkutan cenderung mempersepsikan obyek tersebut secara positif dan dengan berlebihan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara persepsi dengan preferensi untuk atribut rasa dan penampakan. Preferensi positif terhadap makanan diikuti dengan persepsi konsumen yang bagus terhadap makanan tersebut dari segi rasa dan penampakan. Dalam hal ini rasa makanan masih merupakan faktor utama yang mempengaruhi seleksi makanan (Miles, 1989). Menurut Maynard (1965) dalam Sanjur (1982), rasa dan penampakan merupakan hal

Tabel 4. Persepsi Responden terhadap Berbagai Atribut Makanan

Atribut	Lauk Pauk		Sayuran		Selingan	
	S n=67	BS n=33	S n=67	BS n=33	S n=67	BS n=33
----- % -----						
<u>Rasa</u>						
Tidak lezat	21	15	19	14	20	15
Biasa	79	85	81	86	80	85
Lezat						
<u>Harga</u>						
Mahal	3	6	19	0	-	6
Biasa	69	70	21	16	22	22
Murah	28	24	60	86	78	78
<u>Penampakan</u>						
Tidak menarik	3	3	9	3	11	6
Biasa	34	39	22	30	16	36
Menarik	63	58	69	67	73	58
<u>Gizi</u>						
Tidak bergizi	2	0			18	23
Biasa	10	11	22	12	28	23
Bergizi	88	89	78	88	54	54
<u>Cepat Saji</u>						
Lambat	3	5	2	3	11	18
Biasa	14	5	11	7	11	18
Cepat	83	90	87	90	78	64
<u>Kemudahan Didapat dan Diolah</u>						
Sulit	-	-		3	8	4
Biasa	-	3	-	-	2	9
Mudah	100	97	100	97	90	87

yang paling penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen. Untuk makanan yang tidak disukai, tidak berarti konsumen mempersepsikannya tidak bergizi, tidak cepat saji, tidak mudah didapat dan diolah, serta mahal.

Konsumsi Makanan Tradisional Sunda.

Sebagian besar konsumen (81%) memutuskan untuk mengonsumsi makanan tradisional Sunda dibandingkan mengonsumsi *fast food* (9%), jika berada di luar rumah. Namun ada juga yang bergantian mengonsumsi makanan tradisional Sunda atau *fast food* (10%). Alasan konsumen mengonsumsi makanan tradisional Sunda adalah masalah selera (55%), bergizi (14%), waktu (11%), nikmat (9%), murah (3%), kebiasaan (2%), jenuh (2%), diajak teman (1%), kepuasan (1%), dan coba-coba (1%). Hal ini sesuai dengan pernyataan Soesanto (1988) bahwa landasan dalam memilih makanan bersumber dari beberapa faktor, antara lain adalah enak, mengenyangkan, murah, tidak membosankan, dan berharga. Namun selera makanan masih merupakan faktor utama pemilihan makanan (Miles, 1991).

Untuk lauk pauk, sayuran, dan selingan yang disukai, sebagian besar konsumen suku Sunda dan bukan suku Sunda mengkonsumsinya 1-2 kali/minggu baik di dalam maupun di luar rumah. Faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan untuk dikonsumsi sering atau tidak adalah penilaian konsumen terhadap makanan tradisional Sunda tersebut, dalam hal ini rasa makanan merupakan faktor utama. Tersedianya pilihan makanan di luar rumah memungkinkan konsumen memilih, membeli, dan mengonsumsi makanan yang lebih disukai lebih sering daripada makanan yang tidak disukai.

Waktu mengonsumsi makanan tradisional Sunda di rumah makan yang paling sering adalah siang hari (79%). Sedangkan di rumah, waktu yang paling sering untuk mengonsumsi makanan tradisional Sunda

adalah malam hari (57%) Hal ini sesuai dengan Suhardjo (1989) yang mengatakan bahwa kesibukan kerja masyarakat moderen menyebabkan hampir semua orang menghabiskan waktu dari pagi sampai sore di tempat kerja sehingga kesempatan untuk makan di rumah adalah malam hari.

Sebagian besar konsumen pergi ke rumah makan bersama keluarga (46%), teman (44%), sendiri (4%), saudara (3%), dan relasi (3%). Penilaian responden terhadap makanan yang dikonsumsinya adalah sebanyak 79% konsumen menyatakan puas, 15% konsumen menyatakan biasa, dan 16% konsumen menyatakan sangat puas.

Hubungan Antara Variabel Pendidikan, Pendapatan, dan Suku dengan Frekuensi Konsumsi Makanan Tradisional Sunda

Tabel 5 menunjukkan analisis chi-square hubungan antara variabel suku dengan frekuensi konsumsi dan analisis korelasi spearman hubungan antara pendidikan dan pendapatan dengan frekuensi konsumsi. Nilai yang tercantum di dalam tabel adalah koefisien korelasi (rs). Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan antara pendidikan dengan frekuensi mengonsumsi makanan tradisional Sunda (lauk pauk, sayuran, dan selingan) di dalam dan di luar rumah. Ini berarti tingkat pendidikan seseorang tidak mempengaruhi frekuensi mengonsumsi makanan tradisional Sunda di dalam dan di luar rumah. Salah satu faktor penyebab adalah tidak bervariasinya tingkat pendidikan responden, karena sebagian besar responden berpendidikan SLA dan Perguruan Tinggi. Menurut Berg (1986) pendidikan bukan merupakan faktor yang paling menentukan kuantitas dan kualitas makanan yang dikonsumsi konsumen.

Ada hubungan nyata positif ($\alpha=0,05$) antara pendapatan dengan frekuensi mengonsumsi makanan tradisional Sunda yang disukai di dalam dan di luar rumah. Menurut Soerjodibroto (1995) dengan semakin tinggi pendapatan, konsumen akan mudah dalam

Tabel 5. Analisis Statistik Hubungan antara Variabel Suku, Pendidikan, dan Pendapatan dengan Frekuensi Konsumsi

	Uji Chi-Square		Uji Korelasi Spearman	
	Suku	Pendidikan	Pendapatan	
Frekuensi Konsumsi				
Di dalam Rumah				
1. Lauk Pauk	1,266	0,104	0,243*	
2. Sayuran	3,267	0,072	0,123	
3. Selingan	2,754	-0,023	0,004	
Frekuensi Konsumsi				
Di luar Rumah				
1. Lauk Pauk	1,816	0,071	0,199*	
2. Sayuran	5,012	0,105	0,124	
3. Selingan	1,102	0,080	0,117	

* taraf nyata pada $p < 0,05$

memilih jenis dan variasi makanan yang dikonsumsi. Menurut Einhoven dan Pilgrim (1960) dalam Bass dkk. (1980) ada hubungan nyata antara preferensi makanan dan konsumsinya. Preferensi dan faktor ekonomi mendorong konsumsi makan seseorang (Sartiningih, 1993).

Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan antara suku dengan frekuensi mengkonsumsi makanan tradisional Sunda di dalam dan di luar rumah. Hal ini disebabkan sebagian besar konsumen (64%) adalah suku Sunda. Diduga faktor biogenik (memenuhi kebutuhan perut) yang mendorong konsumen untuk mengkonsumsi makanan tradisional Sunda).

KESIMPULAN

Makanan tradisional Sunda masih diminati oleh konsumen terutama konsumen suku Sunda. Tidak ada perbedaan penilaian antara konsumen suku Sunda dan bukan Sunda terhadap lauk pauk, sayuran, dan selingan yang disukai dari segi rasa, harga, penampakan, kandungan gizi, cepat saji, serta mudah didapat dan diolah.

Makanan tradisional Sunda masih merupakan pilihan utama untuk dikonsumsi ketika responden makan di luar rumah, dan alasan utama mengkonsumsi adalah selera kemudian kandungan gizi. Pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi frekuensi konsumsi makanan tradisional Sunda. Semakin tinggi pendapatan, semakin sering konsumsi makanan tersebut baik di dalam maupun luar rumah.

Hasil penelitian ini menyiratkan bahwa kekhawatiran terhadap semakin kurangnya preferensi masyarakat kepada makanan tradisional Sunda tidak terbukti. Sebagian besar masyarakat masih menyukai berbagai jenis makanan tradisional. Namun kesukaan ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap berbagai atribut makanan tersebut, seperti rasa, harga dan penampakan. Atribut ini dinilai sangat penting, karena itu industri jasa boga makanan tradisional Sunda harus senantiasa memperbaiki atribut-atribut ini agar memikat konsumen. Industri juga harus memperhatikan atribut lainnya seperti cepat saji serta cepat olah, serta sanitasi dan higienitas dari makanan. Atribut-atribut seperti inilah yang dimiliki oleh fast food ala Barat

yang menjadikan mereka dapat berkembang dengan pesat dan menarik banyak konsumen untuk bersantap. Tanpa memperbaiki atribut seperti ini, tidak mustahil bahwa industri jasa boga makanan tradisional tidak akan menjadi tuan di negeri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Almatsier, S., I. Jus'at, & Akmal. 1993. Persepsi Pasien terhadap Makanan di Rumah Sakit. *Gizi Indonesia*, Volume XVII, no. 1-2, hlm 87-96.
- Kottler, P. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Erlangga, Jakarta.
- Lyman, B. 1989. *A Psychology of Food More Than A Matter of Taste*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Miles. 1991. *New Technologies & The Future of Food and Nutrition*. Dalam G.E. Gaull & Goldberg (Eds.), *Proceeding of The First Series Conference Williamsburg*. New York.
- Noor & Zuheid. 1994. Upaya penganeekaragaman makanan tradisional melalui peningkatan mutu. *Majalah Pangan*, hlm 52-54
- Sadli, S. 1985. Persepsi Masyarakat Mengenai Tempe. *Simposium Pemanfaatan Tempe dalam Peningkatan Upaya Kesehatan dan Gizi*. Puslitbang Gizi, Bogor.
- Sanjur, D. 1982. *Social and Cultural Perspective in Nutrition*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New York.
- Soerjodibroto, S.W. 1995. Hubungan Antara Makanan Tradisional dan Tingkat Kebugaran Masyarakat di Indonesia. Makalah Disajikan dalam Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, Jakarta, 9-11 Juni.
- Suhardjo. 1989. *Sosio Budaya Gizi*. Penelaah: Hidayat Syarief. Pusat Antar Universitas, Institut Pertanian Bogor.
- . 1993. Masalah Pengembangan Pangan Tradisional dalam Rangka Penganekaragaman Penyediaan Pangan Indonesia. Makalah Disajikan dalam Seminar Pengembangan Pangan Tradisional dalam Rangka Penganekaragaman Pangan. Jakarta, 12 Oktober.
- Susanto, D. 1988. Tinjauan Aspek Sosial Budaya dalam Diversifikasi Pangan. Makalah Disampaikan pada Forum Diskusi Diversifikasi Pangan. Bogor, 18 Juli.
- Swasono, M.F. Makanan Kelompok Lanjut Usia dalam Konteks Budaya. 1995. Makalah Disajikan dalam Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, Jakarta, 9-11 Juni.
- Tjahjadi, C. 1994. Prospek pengembangan makanan tradisional rakyat Jawa Barat. *Majalah Pangan*, hlm 23-28.
- Triyoga, R.S. 1995. Pengembangan Perilaku yang Menyukai Makanan Tradisional Indonesia. Makalah Disajikan dalam Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional, Jakarta, 9-11 Juni.