

HASIL CEK_Bisma_jurnal_7

by Cek_bisma_jurnal_7 Wardiyanta

Submission date: 29-Dec-2020 08:44AM (UTC+0700)

Submission ID: 1481781758

File name: 0511116501_Bisma_Jurnal_5.pdf (287.13K)

Word count: 4925

Character count: 31669

MAKAN DI LUAR SEBAGAI TREN REKREASI KELUARGA MASYARAKAT SLEMAN
YOGYAKARTA

Oleh

Wardiyanta¹⁾, M. Syamsu Hidayat²⁾ & Fitroh Adila³⁾

^{1,2,3} Universitas Ahmad Dahlan

Email: ¹Wardiyanta@culinary.uad.ac.id, ²hidayatmuhammadsyamsu@gmail.com &
³fitroh.adhilla@mgm.uad.ac.id

Abstrak

Makan di luar bersama anggota keluarga adalah fenomena baru kehidupan keluarga di Sleman Yogyakarta. Studi ini meneliti hubungan orang dengan lingkungan makanan modern. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif-kualitatif menggunakan kuesioner yang diperoleh dari 200 keluarga di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta yang dilakukan pada 2019. Pendekatan ini digunakan untuk memahami proses pengambilan keputusan ketika mereka memutuskan untuk makan di luar rumah atau makan di restoran. Studi ini mengeksplorasi lingkungan makanan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang mengapa orang membuat pilihan untuk makan di luar, bagaimana orang menggunakan restoran, dan peran restoran di masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa di masyarakat Sleman Yogyakarta telah terjadi perubahan budaya makan. Beberapa keluarga, terutama kelas menengah dan atas sekarang lebih suka memilih berbagai restoran dan tempat lain yang menjual makanan. Namun, sangat sedikit penelitian yang meneliti kebutuhan psikososial dan motif rekreasi yang terjadi dalam fenomena makan di luar. Penelitian ini menunjukkan bahwa motif kreatif untuk makan di luar adalah "identitas diri". Ada beberapa alasan yang membuat keluarga memilih untuk makan di luar pada hari-hari tertentu, termasuk: mencari pengalaman yang menyenangkan, membangun kebersamaan keluarga dan melarikan diri dari rutinitas.

Kata Kunci: Makan di luar, rekreasi keluarga, masyarakat Yogyakarta & Pelatihan

PENDAHUALUAN

Makan adalah bagian dari budaya yang terus berubah seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat. Perilaku makan terkait dengan kebutuhan manusia dan penentuan pola makan, yaitu sarapan, makan siang dan makan malam. Dalam praktik keluarga agraris tradisional, makan umumnya dilakukan di rumah, dilakukan di waktu luang. Namun, tidak dapat dikatakan bahwa makan adalah kegiatan kreatif untuk bersenang-senang karena dalam hal ini makan lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan dasar, yaitu untuk mengatasi rasa lapar. Sekarang, makan telah mengalami transformasi sosial, telah mengalami perubahan nilai makanan sebagai akibat dari kehidupan modern. Makan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar lapar, tetapi juga dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan kreatif yang dilakukan di luar

rumah. Makan menjadi salah satu manifestasi dari perubahan sosial.

Kini beberapa keluarga di Sleman Yogyakarta, terutama kelas menengah dan atas, memiliki sejumlah pilihan terkait makan sehari-hari. Mereka bisa makan di rumah dengan menyiapkan makanan buatan sendiri dari bahan-bahan yang benar-benar mentah. Mereka juga dapat membuat makanan di rumah menggunakan campuran bahan baku dan makanan jadi atau mereka dapat menyiapkan makanan hanya dengan menggunakan makanan yang ada. Mereka juga dapat memilih untuk menyiapkan makanan mereka sendiri atau membeli di restoran atau tempat pilihan mereka dan makan di rumah atau mereka dapat memilih untuk makan di luar / makan di restoran. Pilihan makan sekarang dapat diterapkan pada semua jenis makanan; sarapan, makan siang atau makan malam. Secara umum,



pilihan orang / keluarga untuk makan di luar dilakukan setidaknya sekali sehari.

Penelitian ini berfokus pada memahami kebiasaan makan keluarga. Dalam hal ini lingkungan makanan dieksplorasi dari sejumlah arah yang berbeda untuk memahami bagaimana orang membuat keputusan untuk makan. Pertama, lingkungan makanan dilihat dari alasan orang memilih untuk makan di luar dan bagaimana orang menggunakan restoran. Selain itu, lingkungan makanan dilihat dari sudut pandang fungsi yang dimiliki restoran di masyarakat modern sebagai tempat untuk koneksi sosial dan sumber daya untuk ide-ide baru. Masalah utama yang dieksplorasi adalah alasan mengapa orang membuat keputusan untuk makan di luar. Pertanyaan itu adalah awal dari pertanyaan penelitian.

Sebagai dasar penelitian, ditinjau sejumlah penelitian untuk melihat kekuatan dan kelemahan mereka. Keputusan untuk makan di luar akan terlihat dalam dua pandangan, yaitu 1) keputusan untuk memasak dan 2) keputusan untuk tidak memasak. Penelitian ini penting untuk memahami pergeseran sumber makanan dari dapur rumah ke restoran, dibawa pulang, supermarket dan toko. Ini akan dibahas dalam konteks menggunakan makanan cepat saji saat memasak, jadi dalam konteks memilih untuk tidak memasak, dan akhirnya dalam konteks alasan orang membuat keputusan untuk makan di luar.

LANDASAN TEORI

Rekreasi Keluarga

Rekreasi keluarga adalah "komitmen orang tua, yang diorganisasi dan disiapkan untuk kepentingan anak-anak dan keluarga secara keseluruhan" (Shaw dan Dawson, 2001). Rekreasi keluarga dapat memberikan pengalaman keluarga yang positif bagi orang tua dan anak-anak. Orang tua selalu memikirkan manfaat bagi anak-anak dari partisipasi mereka dalam rekreasi keluarga, anak-anak adalah prioritas utama dalam membuat keputusan rekreasi keluarga. Selain itu, orang tua menggunakan rekreasi keluarga untuk

menunjukkan kepada anak-anak mereka rasa memiliki dan kepemilikan keluarga dan kehidupan keluarga yang baik.

Hornig (2006) menyebut rekreasi keluarga sebagai rekreasi bersama, yaitu, dalam setiap kegiatan rekreasi, semua anggota keluarga ikut serta. Pelaku kegiatan rekreasi keluarga adalah keluarga sebagai institusi. Mengenai tempat pelaksanaannya, Shaw dan Dawson (2001) menjelaskan bahwa rekreasi keluarga dapat dilakukan di luar rumah atau di rumah.

Dengan kondisi dan batasan itu, rekreasi keluarga disebut sebagai *purposive leisure*, yaitu rekreasi yang tujuan utamanya bukan hanya bersenang-senang, tetapi memiliki tujuan lain yang lebih bermanfaat bagi anak-anak (Shaw dan Dawson, 2001). Definisi tersebut adalah untuk menggambarkan upaya orang tua dalam membuat, mengatur, memfasilitasi dan memberikan pengalaman rekreasi bersama yang "berguna" untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh orang tua, yaitu memperkuat ikatan keluarga dan memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk belajar tentang nilai-nilai kehidupan. Rekreasi yang bertujuan dapat dilihat sebagai konsep untuk mengamati dan memahami motivasi orang tua dan pilihan keluarga dalam rekreasi. Orang tua mengaitkan harapan mereka dengan pengalaman rekreasi keluarga itu sendiri.

Kebiasaan Makan

Kebiasaan makan akan membentuk pola konsumsi makanan / makan seseorang. Pola konsumsi adalah serangkaian cara di mana makanan diperoleh, jenis makanan dikonsumsi, jumlah makanan yang mereka makan dan gaya hidup mereka, termasuk berapa kali mereka makan dalam sehari atau frekuensi makan. Menurut Suhardjo (2006), pola konsumsi seseorang adalah salah satu bagian dari aspek antropologis yang mempelajari perilaku manusia sebagai suatu kelompok, perilaku ini juga mencakup pertanyaan yang berkaitan dengan makanan, misalnya cara manusia mendapatkan, mengolah, dan mengonsumsi makanan yang terjadi dari waktu demi waktu. dari zaman kuno hingga zaman modern saat ini. Almtsier (2004) berpendapat bahwa pola makan adalah cara bagi



seseorang atau sekelompok orang untuk menggunakan makanan yang tersedia sebagai reaksi terhadap tekanan ekonomi dan sosial-budaya yang mereka alami. Pola konsumsi makanan adalah kegiatan sosial-budaya yang memiliki pengaruh kuat pada apa dan bagaimana makanan dimakan. Manifestasi yang dihasilkan oleh keluarga ini akan menghasilkan struktur perilaku konsumsi makanan atau kebiasaan makan. Jadi, pola konsumsi atau kebiasaan makan adalah perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka akan makanan; termasuk sikap, kepercayaan, dan pilihan makanan. Sikap didasarkan pada nilai-nilai "afektif" yang berasal dari lingkungan alam, sosial, budaya dan ekonomi. Sementara kepercayaan orang-orang terkait dengan nilai-nilai "kognitif", pilihan makanan berdasarkan pada sikap dan keyakinan adalah proses "psikomotoris".

Kebiasaan makan tidak diwariskan sejak lahir tetapi merupakan hasil belajar (Suhardjo, 2006). Kebiasaan makan merupakan akumulasi pengalaman seseorang dalam menjalani proses kehidupan yang terkait dengan makanan. Dengan kompleksitas lingkungan yang dihadapinya, kebiasaan makan seseorang akan selalu berubah. Perubahan kebiasaan makan dapat disebabkan oleh pendidikan gizi dan kesehatan dan kegiatan pemasaran atau distribusi makanan. Selain itu, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lingkungan seperti lingkungan budaya, lingkungan alam, dan populasi (Hartog, Staveren & Brouwer, 1995). Kebiasaan makan akan membentuk pola makan. Setiap lingkungan / wilayah / negara memiliki pola makan yang berbeda, termasuk di Indonesia. Perbedaan ini terkait dengan perbedaan bahan baku, tradisi dan kebiasaan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian metode campuran, menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menggabungkan hasil penelitian (Johnson dan Onwuegbuzie, dalam Damanik et al, 2012). Pendekatan ini dipilih menjadi sebab penelitian

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

berkaitan dengan kompleksitas pemahaman orang tentang kehidupan sosial yang mengelilinginya. Hasil survei kemudian dieksplorasi melalui wawancara yang pertanyaannya dibingkai dengan teori dan konsep psikologi, sosial dan budaya sebagai acuan.

Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mengeksplorasi wawasan awal responden tentang topik rekreasi keluarga dan tujuan kuliner. Selanjutnya, wawancara mendalam dilakukan dengan informan untuk mengkonfirmasi hasil kuesioner dan memberikan konteks yang lebih luas dari pemahaman mereka tentang rekreasi keluarga, tujuan kuliner dan semua hal terkait. Pada saat wawancara, peneliti memberikan kesempatan kepada informan untuk menjelaskan pemahaman mereka tentang dua konsep utama, dan hal-hal yang mendorongnya untuk makan bersama keluarga. Selanjutnya peneliti mendorong informan untuk membangun pemahaman mereka sendiri.

Data primer untuk penelitian ini adalah pengalaman keluarga makan di restoran bersama anggota keluarga. Untuk melengkapinya, data sekunder digunakan dalam bentuk data statistik dan hasil studi terkait keluarga yang dilakukan oleh keluarga Yogyakarta. Karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menangkap informasi sebanyak mungkin dari berbagai sumber yang memiliki akses ke informasi tentang masalah yang diteliti, penelitian ini menggunakan teknik multistage random sampling yang dilakukan melalui cluster.

Data dianalisis dengan perangkat lunak paket statistik SPSS 15.0 yang mencakup analisis deskriptif dan inferensial. Analisis regresi digunakan untuk menentukan hubungan antara memahami pariwisata dan manfaatnya dengan membuat keputusan keluarga untuk makan bersama anggota keluarga

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekreasi Keluarga

Wardiyanta (2017) yang meneliti mengenai kegiatan rekreatif keluarga di Yogyakarta, menemukan beberapa kegiatan yang



digunakan untuk mengisi waktu luang, kegiatan itu secara berurutan sebagai berikut:

- Mengunjungi objek wisata
- Makan di luar bersama keluarga
- Bepergian bersama anggota keluarga
- Mengunjungi keluarga
- Berenang
- Membersihkan rumah
- Menonton TV

Data itu menunjukkan bahwa makan di luar bersama anggota keluarga dimaknai sebagai bersenang-senang bagi sebagian besar keluarga. Ini berarti makan di luar bersama keluarga dipandang sebagai kegiatan rekreatif/ kegiatan yang dapat menyenangkan keluarga. Dari berbagai kegiatan pengisi waktu luang, makan bersama keluarga adalah kegiatan terpopuler kedua setelah mengunjungi objek wisata. Fakta ini juga bisa menjadi petunjuk bahwa makan bersama keluarga dipahami oleh sebagian besar keluarga untuk bersenang-senang selain untuk menghilangkan rasa lapar.

Fenomena makan di luar menjadi kegiatan yang sangat disukai oleh masyarakat Yogyakarta. Ini sama dengan apa yang terjadi di kota-kota besar lainnya di Indonesia. Makan di luar kini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban / urban. Makan didefinisikan sebagai kegiatan konsumsi makanan yang dilakukan di luar rumah maupun di rumah dengan cara memasak. Fenomena makan ini berpengaruh dalam menentukan apakah akan makan di restoran, kafe, food court, restoran, warung makan di pusat perbelanjaan dan di luar pusat perbelanjaan. Selain itu, fenomena ini juga merupakan faktor pendukung pengembangan wisata kuliner. Dalam hal ini kuliner / makanan menjadi daya tarik bagi wisatawan / konsumen untuk mengunjungi tempat makan.

Bagi sebagian orang, konsumsi makanan bukan hanya kebutuhan biologis untuk memenuhi kelaparan, tetapi makan menjadi gaya hidup yang akan menandakan identitas, kelas, diri dan kelompok. Oleh karena itu, makan di luar muncul sebagai komoditas dalam kehidupan sosial masyarakat perkotaan. Tempat makan dan

jenis makanan yang dipilih dapat menentukan kelas sosial seseorang. Kota-kota dengan berbagai pusat perbelanjaan dan tempat makan telah menjadi medan pertempuran, tidak hanya bagi produsen dalam mendapatkan konsumen, tetapi juga bagi konsumen dalam menunjukkan status dan kelas sosial mereka melalui jenis makanan dan tempat makan yang dipilih.

Makan bersama anggota keluarga, baik di rumah maupun di luar biasanya disertai dengan percakapan santai antara orang tua dan anak-anak untuk menciptakan suasana terbuka. Kegiatan makan bersama juga sebagai cara untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara anggota keluarga. Ketika mereka makan bersama, kegiatan yang dilakukan tidak hanya makan tetapi juga saling bercerita tentang kegiatan yang dilakukan selama satu hari. Makan bersama juga bisa menjadi tempat untuk membahas masalah keluarga atau masalah lainnya.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Perubahan Perilaku Makan

Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat

Dalam lima tahun terakhir, telah terjadi perubahan struktural dalam perekonomian Provinsi Yogyakarta, terutama di bidang bisnis / pekerjaan penduduk, dari sektor primer ke sektor tersier. Perubahan itu mempengaruhi perilaku seseorang / masyarakat. Awalnya, mata pencaharian utama sebagian besar penduduk Provinsi Yogyakarta adalah di sektor pertanian, dengan budaya tradisional dan agraria, sekarang mengalami pergeseran menuju ekonomi bisnis jasa yang diikuti oleh perilaku baru yang lebih modern dan konsumtif. Termasuk dalam hal ini adalah budaya mengkonsumsi makanan. Jika dalam budaya agraria pangan bukan komoditas bisnis dan untuk mendapatkannya tidak perlu membayar, kini pangan telah menjadi komoditas bisnis.

Hingga tahun 2017, struktur ekonomi Provinsi Yogyakarta didominasi oleh empat sektor bisnis, yaitu: pertanian, perdagangan, hotel dan restoran; sektor pelayanan; dan sektor industri pengolahan. Kondisi seperti itu berpengaruh terhadap pola kerja masyarakat yang



selanjutnya akan berdampak pada diet atau pemilihan pola makan, baik tata cara maupun menu makan seseorang. Orang-orang yang bekerja di sektor pertanian pada umumnya masih mempertahankan budaya tradisional mereka dan mereka tidak memandang makan secara komersial. Hal itu berbeda dengan orang yang bekerja di sektor sekunder dan tersier yang lebih mudah memahami masalah komersialisasi yang terjadi dalam kegiatan makan. Inilah yang mendorong tumbuhnya koersialisasi layanan makan / jasa kuliner.

Peningkatan Pendapatan per kapita

PDRB per kapita adalah salah satu tolok ukur kesejahteraan keluarga. Pendapatan Per kapita penduduk Provinsi Yogyakarta telah meningkat (BPS, 2016). Dengan melihat pendapatan per kapita dalam tiga tahun terakhir, dapat dikatakan bahwa kesejahteraan penduduk Provinsi Yogyakarta meningkat. Peningkatan ini tentu saja positif untuk pengembangan pariwisata kuliner Yogyakarta dan pariwisata umumnya. Itu berarti meningkatnya potensi penduduk Provinsi Yogyakarta untuk melakukan kegiatan rekreasi karena mereka telah mampu memenuhi kebutuhan dasar mereka dan meningkat untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier.

Data berikut menunjukkan peningkatan kesejahteraan keluarga DIY dalam lima tahun terakhir karena peningkatan pendapatan masyarakat. Ada korelasi positif antara peningkatan pendapatan dan peningkatan pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan meningkatnya pendapatan, potensi komunitas DIY untuk memenuhi kebutuhan, hingga kebutuhan tersier, dapat semakin terpenuhi.

Tabel 1: PDRB per kapita Provinsi Yogyakarta dengan Harga Pasar Saat Ini 2012 - 2016 (rupiah).

Kabupaten / kota	2013	2014	2015	2016
Sleman	24.782.8 19	26.775.4 11	29.005.7 56	31.377.2 50
Kulonprogo	16.096.0 61	17.307.8 64	18.611.3 18	19.949.1 09
Bantul	17.040.6 84	18.430.3 69	19.891.9 04	21.275.4 41

Gunungkidul	16.467.4 22	17.741.5 62	19.291.2 12	20.737.0 11
Kota Yogyakarta	55.969.6 23	60.501.0 60	64.919.7 52	69.218.9 03

Sumber: BAPPEDA DIY 2017

Peningkatan pendapatan masyarakat pada umumnya akan diikuti oleh kecenderungan untuk meningkatkan pengeluaran. Secara umum, perilaku konsumsi tidak didasarkan pada teori kebutuhan belaka, tetapi didorong oleh kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumsi tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi didasarkan pada motivasi untuk: mendapatkan tantangan, sensasi, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stres, memberikan pengetahuan baru, perkembangan tren baru dan model baru dan untuk menemukan barang yang baik dan berharga baginya (Arnold dan Reynolds, 2003). Dengan demikian semakin tinggi tingkat penghasilan seseorang, semakin besar dan beragam konsumsi.

Pola Pengeluaran / Belanja

Pola pengeluaran adalah salah satu variabel untuk mengukur tingkat kesejahteraan (ekonomi) suatu populasi, sedangkan pergeseran komposisi pengeluaran dapat mengindikasikan perubahan tingkat kesejahteraan suatu populasi. Jumlah pengeluaran merupakan salah satu indikator kesejahteraan. Semakin besar pengeluaran penduduk, semakin tinggi tingkat kesejahteraannya. Ada dua jenis pengeluaran, yaitu: pengeluaran untuk makanan dan non-makanan.

Pengeluaran terkait dengan pendapatan. Secara umum, peningkatan pendapatan disertai dengan pergeseran pola pengeluaran. Ketika pendapatan meningkat, porsi pengeluaran untuk makanan berkurang, sedangkan porsi pengeluaran untuk bukan makanan meningkat. Di negara-negara berkembang, memenuhi kebutuhan makanan masih menjadi prioritas utama, karena untuk memenuhi kebutuhan gizi, sehingga pengeluaran makanan lebih tinggi dari yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan non-makanan. Kondisi ini berbeda dari apa yang terjadi di negara-negara maju di mana



pengeluaran masyarakat sebagian besar dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan non-pangan: perumahan, barang dan jasa, pakaian, dan barang tahan lama (kendaraan, perhiasan, dll.).

Dalam dua tahun (2010-2012), ada peningkatan pembelanjaan untuk konsumsi di daerah perkotaan (35,84%) dan daerah pedesaan (44,68%). Berdasarkan komposisi pengeluaran, tampaknya ada perubahan, jika pada tahun 2010 pengeluaran untuk konsumsi makanan dan non-makanan. Data juga menunjukkan perbedaan dalam komposisi pengeluaran antara keluarga perkotaan dan keluarga pedesaan. Keluarga pedesaan membelanjakan lebih banyak uangnya untuk mengonsumsi makanan yang merupakan kebutuhan primer, sementara keluarga perkotaan membelanjakan lebih banyak untuk konsumsi non-makanan, mungkin untuk memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier. Di kelompok menengah dan atas orang menganggap makan tidak lagi hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar tetapi untuk memenuhi kebutuhan tersier / bersenang-senang.

Kesejahteraan Penduduk

Ada dua versi pengukuran kesejahteraan penduduk, yaitu tindakan kesejahteraan yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). BPS, misalnya, mengukur kesejahteraan dilihat dari konsep kebutuhan pengeluaran proxy minimum, yaitu rata-rata Rp. 152.847, - per kapita per bulan (SUSENAS, 2006), BKKBN membagi kesejahteraan keluarga menjadi tiga kebutuhan, yaitu: (1) kebutuhan dasar yang terdiri dari makanan, pakaian, tempat tinggal dan kesehatan, (2) kebutuhan psikologis sosial yang terdiri dari pendidikan, rekreasi, transportasi, interaksi sosial internal dan eksternal, dan (3) kebutuhan pengembangan yang terdiri dari tabungan, pendidikan khusus / kejuruan, dan akses ke informasi.

Dengan menggunakan parameter yang digunakan oleh BKKBN, keluarga di DIY dapat dikelompokkan menjadi: Pra sejahtera, Sejahtera I, Sejahtera II, Sejahtera III, dan Sejahtera III plus. Pada 2008 kelompok kekayaan III dan III

plus berjumlah 34,79%, pada 2009 sebanyak 35,40%; pada 2010 sebanyak 36,07%; dan pada 2011 38,46%. Grup adalah grup yang telah dapat melakukan kegiatan rekreasi karena mereka sudah memiliki penghasilan yang cukup. Mereka sudah memiliki penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan "bersenang-senang". Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam empat tahun sejak 2008, keluarga di DIY yang memiliki potensi untuk melakukan rekreasi telah mengalami peningkatan sekitar 1% setiap tahun.

Dengan memperhatikan pendapatan, pengeluaran, pendidikan, dan kesejahteraan, dapat disebutkan bahwa di DIY kelas menengah telah berkembang. Kelas menengah dicirikan oleh tingkat pendidikan dan pendapatan yang tinggi, dan memiliki penghargaan tinggi untuk: kerja keras, pendidikan, kebutuhan tabungan dan perencanaan masa depan, dan mereka terlibat dalam kegiatan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Giddens (2001) yang menyatakan bahwa kelas menengah adalah mereka yang karena pendidikan dan kualifikasi teknisnya, dapat menjual energi dan pikiran mereka untuk menemukan mata pencaharian yang hasilnya secara material dan budaya jauh di atas pekerja. Mereka dicirikan oleh pendidikan tingkat sarjana dan memiliki dorongan untuk selalu maju dalam karier mereka. Mereka melihat sumber daya manusia, seperti pendidikan, pengetahuan, dan tabungan, penting bagi kehidupan mereka. Mereka adalah pemilik bisnis dengan jumlah karyawan 1-10 orang, manajer, atau karyawan swasta di tingkat pengawas.

Secara umum, strata sosial kelas menengah lebih berpendidikan dan memiliki kecenderungan untuk berinvestasi dalam pendidikan dan sekolah untuk anak-anak mereka. Kelas menengah adalah lapisan masyarakat yang terdiri dari siswa, profesional, dan pemilik usaha kecil dan menengah. Kelompok menengah ini sering rela membayar ekstra untuk produk-produk berkualitas tinggi, yang pada gilirannya dapat mendorong permintaan akan barang-barang berkualitas tinggi.



Giddens (2002) menyatakan bahwa kelas menengah memiliki penghasilan sekitar Rp. 1.900.000 / bulan dan pengeluaran Rp. 750.000 - Rp. 1.900.000 per bulan atau Rp. 25.000 - Rp. 63.300 per hari. dalam laporan pertengahan 2010 ADB mengklasifikasikan kelas menengah di Asia berdasarkan tingkat pengeluaran per kapita per hari, menjadi: kelas menengah bawah dengan pengeluaran US \$ 2-4 (Rp. 20.000 - Rp. 40.000 / orang / hari); kelas menengah-menengah dengan pengeluaran 4-10 dolar AS (Rp. 40.000 - Rp. 100.000 / orang / hari); dan kelas menengah ke atas dengan biaya 10-20 dolar AS (Rp. 100.000 - Rp. 200.000 / orang / hari) (ADB, 2010).

Dengan menggunakan basis-basis ini, terutama parameter ADB (2010), dapat disebutkan bahwa kelas menengah yang berkembang di DIY sebagian besar masih berada di kelas bawah (pada 2012, pendapatan rata-rata adalah Rp. 45.417 per hari dan pengeluaran adalah Rp. 26.717 per hari). Salah satu dasar penilaian ini adalah jumlah pengeluaran / jumlah uang yang dibelanjakan oleh warga DIY. Selanjutnya, dapat dilihat bahwa populasi kelas menengah DIY adalah sekitar 38,46%. Ini menunjukkan bahwa penghuni DIY memiliki potensi untuk dapat memenuhi kebutuhan tersier.

Makan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia atau kebutuhan dasar. Karena itu termasuk kebutuhan dasar, pemenuhan makanan adalah hal yang mutlak jika manusia ingin dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Setelah kebutuhan dasar terpenuhi, orang-orang baru akan dapat berpikir untuk mencapai kebutuhan lain. Kebutuhan sosial, kepercayaan diri dan aktualisasi diri adalah tiga kebutuhan manusia yang paling pokok.

Namun, ini tampaknya tidak berlaku lagi. Makanan bukan lagi produk konsumen untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia saja. Makanan telah menjadi gaya hidup baru di masyarakat. Makanan diubah menjadi industri kuliner yang tidak hanya menyediakan rasa tetapi juga pemenuhan kebutuhan manusia untuk bersosialisasi dan mengaktualisasikan. Karena industri makanan saat ini juga menyediakan

3 ang bagi konsumen untuk dapat berkumpul
<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

dengan komunitas mereka melalui layanan kamar dan layanan lainnya. Tidak mengherankan, industri makanan saat ini tumbuh sangat subur. Ada beberapa hal yang mengindikasikan hal ini. Ini bisa dilihat setidaknya dari pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih dari memasak (BPS, 2012). Selain itu, dari tahun ke tahun, bisnis makanan atau restoran terus meningkat.

Pengembangan Rumah Makan dan Restoran

Masyarakat kini dihadapkan dengan kondisi lingkungan pangan "obesogenik". Swinburn dkk. (2002) mendefinisikan lingkungan obesogenic sebagai lingkungan yang mempromosikan peningkatan asupan makanan, makanan tidak sehat, dan kurangnya aktivitas fisik. Lingkungan 'obesogenic' dianggap sebagai kekuatan pendorong di belakang meningkatnya epidemi obesitas. Kegemukan dan obesitas tidak disebabkan oleh faktor tunggal. Lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap diet, aktivitas fisik, dan obesitas. Salah satu contoh lingkungan ini adalah perkembangan industri makanan yang tentunya memberikan banyak kemudahan dan daya tarik bagi masyarakat untuk makan di luar rumah mereka.

Keberadaan industri makanan di DIY akan mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap makanan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu industri makanan yang kini berkembang pesat di DIY adalah restoran dan restoran. Banyaknya restoran dan restoran akan membuat orang lebih tertarik dan lebih mudah makan di luar rumah, baik untuk makanan sehari-hari maupun makan bersama dalam situasi khusus tertentu. Situasi selanjutnya akan mengkondisikan bagaimana orang melakukan diet yang akan membentuk diet.

Perkembangan restoran dan restoran di DIY disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor ukuran pasar yaitu populasi, tingkat pertumbuhan populasi, ukuran kelas menengah, meningkatnya daya beli masyarakat yang meliputi tingkat pendapatan per kapita, tingkat pertumbuhan, dan ukuran dari peran sektor modern.

Keberadaan perusahaan makanan dan minuman menjadi semakin penting, bahkan dapat disebut sebagai kebutuhan dasar manusia.

Vol.14 No.3 Oktober 2019



Kebutuhan akan makanan dan minuman terus meningkat. Hal ini menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan makanan dan minuman di DIY. Itu bisa dilihat dari banyaknya produk yang ditawarkan oleh produsen makanan dan minuman, kita juga bisa melihat di berbagai media yang menampilkan iklan makanan dan minuman.

Tabel 2: Jumlah Restoran dan Restoran di D.I. DIY (2013 - 2016)

Deskripsi	2013	2014	2015	2016
Restoran	66	279	421	961
Rumah Makan	650	745	787	1226

Sumber: Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka, 2018

Data menunjukkan perkembangan keberadaan restoran dan restoran. Ini tentu akan mempengaruhi minat masyarakat untuk makan di luar. Masyarakat menjadi lebih mudah dan lebih tertarik pada menu yang dilayani oleh rumah makan dan restoran. Cita rasa orang terhadap makanan dan minuman selalu berubah dan bervariasi. Ini bisa menjadi perhatian perusahaan makanan dan minuman untuk menciptakan produk makanan dan minuman yang dapat beradaptasi dengan perubahan selera orang terhadap makanan dan minuman. Perusahaan yang dapat terus menciptakan produk yang sesuai dengan selera makanan dan minuman masyarakat yang pada akhirnya masyarakat akan mengikuti apa yang disediakan oleh industri makanan dan minuman. Dengan demikian perusahaan akan terus mengalami pertumbuhan.

Alasan Memilih Makan di Luar

Ada tiga alasan yang mendorong keluarga di Sleman, bagian dari Provinsi Yogyakarta untuk makan bersama keluarga mereka, yaitu: mendapatkan pengalaman menyenangkan; melarikan diri dari rutinitas; dan membangun kebersamaan. Alasan pertama, dan yang paling banyak diungkapkan adalah mencari pengalaman baru yang mengesankan. Res²⁰ dan mengatakan bahwa mereka tertarik makan makanan yang belum pernah mereka coba sebelumnya. Mencari pengalaman baru itu menempatkan aktivitas makan makanan ke level

yang lebih besar dari sekedar mencoba mendapatkan makanan (Kim, dkk., 2009). Lebih jauh dikatakan bahwa dari sudut pandang psikologis, makanan yang menarik adalah makanan yang dapat menyatukan harapan dan kepuasan dan bahkan dapat menjadi cara untuk meningkatkan diri Anda secara emosional. Rust, dkk. (2000) setuju dengan ide makan di restoran dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan, tetapi juga meningkatkan harapan untuk makan berikutnya karena ingatan terkait dengan pengalaman sebelumnya seseorang akan tertarik mengunjungi restoran. Costa, dkk. (2007) lebih lanjut mendukung gagasan bahwa makan di luar itu menarik karena umumnya "kegembiraan / petualangan menciptakan peluang untuk bersentuhan dengan makan yang berbeda budaya.

Alasan berikutnya yang mendorong orang untuk makan di luar bersama keluarga mereka adalah untuk melarikan diri dari rutinitas makan di rumah. Dalam studi Kim dkk. (2009) ditemukan bahwa makan di restoran saat 19 jam perjalanan atau liburan adalah cara untuk melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Ashley, dkk. (2004) setuju dengan ide ini dengan mengatakan "makan di luar dilakukan sesekali, acara-acara khusus, untuk dinikmati sebagai keberangkatan dari pengalaman sehari-hari,". Mampu melarikan diri dari rutinitas. Makan diluar memungkinkan orang untuk menikmati makanan yang berbeda tanpa harus meninggalkan area nyaman mereka dalam menyiapkan makanan.

Alasan selanjutnya terkait dengan masalah sosial. Memperkuat ikatan antar anggota keluarga. Kebersamaan atau aspek sosial dari makan di luar rumah merupakan faktor yang sangat penting dalam membuat pilihan untuk makan di luar rumah. Jarang melihat orang makan di restoran sendirian. Warde, dkk. (2000) menemukan bahwa dalam survei yang berfokus pada makan di luar, 75% orang setuju dengan pernyataan "Saya tidak suka makan sendirian." Makan di luar adalah cara untuk berkenalan dengan orang asing, untuk membangun atau 3 mempertahankan hubungan romantis, dan untuk

<http://ejournal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems



merayakan acara-acara penting dengan teman dan keluarga. Secara umum, makan di luar dapat memenuhi kebutuhan sosial seseorang (Warde, dkk., 2000). Bagi sebagian orang, makan di luar bisa menjadi kewajiban sosial bagi teman atau anggota keluarga meskipun mereka tidak suka makan di luar rumah. Ini karena makan di luar diterima sebagai cara bersosialisasi dengan orang lain dan bagi banyak orang makanan yang dikonsumsi tidak terlalu penting. Selain mengalami hubungan sosial, makan di luar adalah simbol status dan perbedaan dalam kelas sosial. Menurut Ashley, dkk. (2004) merasa nyaman dengan ciri-ciri terstruktur (mis. Menu, urutan makanan yang disajikan, cara berpakaian, dll.) Dari berbagai restoran dapat menunjukkan tingkat perbedaan sosial seseorang.

Ada diskursus mengenai penggunaan restoran sebagai tempat untuk interaksi sosial. Peneliti seperti Warde dkk. (2000) menyatakan restoran adalah lingkungan positif untuk interaksi sosial, karena restoran menciptakan lingkungan yang dapat digunakan oleh banyak orang untuk interaksi sosial tanpa tekanan individu dalam rapat. Selanjutnya, Warde dkk. (2000) menyatakan bahwa makan di restoran tidak akan berdampak negatif pada sosialisasi keluarga dan dalam banyak kasus dapat meningkatkan sosialisasi keluarga melalui makanan berbeda yang dipilih oleh keluarga.

Peneliti lain tidak melihat restoran positif sebagai tempat untuk sosialisasi. Sebagai contoh, Finkelstein (1989) mengatakan lingkungan di restoran jauh dari kontrol orang yang berinteraksi sehingga percakapan dan interaksi sosial akan dapat berdampak negative.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan alasan mengapa orang membuat pilihan untuk makan di luar. Responden memanfaatkan rumah makan dan restoran untuk tujuan berikut: sebagai sumber daya untuk hiburan / pengalaman baru yang menarik, untuk interaksi sosial dan untuk mencoba makanan baru.

Penelitian ini menunjukkan bahwa di DIY telah terjadi perubahan sosial terkait masalah makan. Dalam hal ini mengenai pola makan, bahkan tempat yang digunakan untuk makan. Temuan ini tentu akan bermanfaat bagi pengembangan rumah makan dan restoran di DIY khususnya dan di Indonesia pada umumnya karena dalam hal ini ditunjukkan oleh beragamnya peran rumah makan dan restoran dalam kehidupan masyarakat.

Saran

Penelitian ini belum sampai pada menu yang dipilih masyarakat. Maka perlu adanya penelitian mengenai detail menu yang disenangi masyarakat, sehingga dapat mendukung berkembangnya industri kuliner yang dapat mendukung pengembangan destinasi wisata kuliner di Yogyakarta

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Almtsier, S. (2004). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta.P T. Gramedia Pustaka Umum.
- [2] Arnold, M.J., dan K.E. Reynolds, (2003). Hedonic shopping motivation, *J. Retail*. 79 (hlm 77).
- [3] Ashley B, dkk. (2004). *Journal of Food and Cultural Studies*. London: Routledge.
- [4] Warde, dkk. (2007). To cook or not to cook: a means-end study of motivations for choice of meal solutions. *Food Quality and Preference*. January; 18 (1). (hlm 77-88).
- [5] Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. (2006). *Perencanaan Ekowisata dari Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- [6] Finkelstein J. (1989). *Dining out: a sociology of modern manners*. New York: New York University Press.
- [7] Giddens A. (2002). *Runaway World. How globalization is reshaping our lives*. Profile Books: London, UK
- [8] Hartog, Staveren & Brouwer, (1995). *Manual for Social Surveys on Food Habits and Consumption in Developing Countries*. Darmstadt: Margraf Publishers GmbH,
- [9] Hornig, E. F. (2005). Bringing family back to the Park. *Parks & Recreation*, 40 (7), 47-50.



-
- [10] Kim YG, dkk (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: a grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*. February; 28 (3). (hlm. 423-31).
- [11] Rust RT, Oliver RL. (2000). Should we delight the customer? *Journal of the Academy of Marketing Science*. December; 28 (1). (hlm. 86-94).
- [12] Shaw, S. M, dan Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure Studies*, 23, 217-231.
- [13] Suhardjo, (2003). *Berbagai Cara Mendidikan Gizi*. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- [14] Swinburn B, Egger G. (2002). Preventive strategies against weight gain and obesity. *Obesity Reviews*; 3(4). (hlm. 289-301)
- [15] Warde A, Martens L., (2000). *Eating out*. New York: Cambridge University Press.
- [16] Wardiyanta. (2017), *Rekreasi keluarga oleh masyarakat DIY dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, *Disertasi*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

HASIL CEK_Bisma_jurnal_7

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	2%
2	jurnal.ugm.ac.id Internet Source	2%
3	www.researchgate.net Internet Source	1%
4	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	1%
5	www.emerald.com Internet Source	<1%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%
7	Submitted to Anglia Ruskin University Student Paper	<1%
8	Submitted to University of Glamorgan Student Paper	<1%
9	Submitted to Universitas Gunadarma Student Paper	<1%

10	Arianne Carvalhede Reis, Anna Thompson-Carr, Brent Lovelock. "Parks and families: addressing management facilitators and constraints to outdoor recreation participation", <i>Annals of Leisure Research</i> , 2012 Publication	<1%
11	Submitted to University of Malaya Student Paper	<1%
12	Submitted to uvt Student Paper	<1%
13	docobook.com Internet Source	<1%
14	jurnalktiku.blogspot.com Internet Source	<1%
15	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%
16	digitalcommons.uri.edu Internet Source	<1%
17	tjaecon.nchu.edu.tw Internet Source	<1%
18	scialert.net Internet Source	<1%
19	www.jurnalkommas.com Internet Source	<1%

20 www.trans7.co.id Internet Source <1%

21 id.123dok.com Internet Source <1%

22 www.prosehat.com Internet Source <1%

23 Lydia Martens. "Chapter 5 Loving: Emotional Movements", Springer Science and Business Media LLC, 2018
Publication <1%

24 Marco Sonnberger. "Der Erwerb von Photovoltaikanlagen in Privathaushalten", Springer Science and Business Media LLC, 2015
Publication <1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On