

PENGARUH *CHOOSING MENU* PADA MASYARAKAT TERHADAP MUNCULNYA MIE RAMEN (ラーメン) DI KOTA PADANG

Indah Anugrah¹⁾, Irma²⁾

¹⁾Mahasiswa Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta
E-mail : indahanugrah2908@gmail.com

²⁾Dosen Prodi Sastra Jepang, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Bung Hatta
E-mail : irma@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Ramen merupakan salah satu makanan khas Jepang yang tersebar hingga diseluruh penjuru dunia termasuk Indonesia dan mulai berkembang di kota Padang. Munculnya ramen di kota Padang berhasil bersaing dengan makanan lokal maupun manca negara lainnya, semua ini tidak terlepas dari faktor *choosing menu* masyarakat sebelum menentukan pilihan makanan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengamati bagaimana Mie Ramen memengaruhi pola pemilihan menu masyarakat di Kota Padang. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan subjek penelitiannya adalah 50 responden yang tau dan pernah mengkonsumsi ramen di kota Padang. Teknik pengambilan data penelitian menggunakan kuesioner berupa *google foam* dan observasi langsung ke beberapa kedai ramen di Kota Padang dan di olah menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *choosing menu* memiliki enam indikator yang seluruhnya diteliti yaitu indikator biaya/harga, gizi, waktu penyajian, jumlah orang yang makan, kombimasi makanan, dan pemilihan bahan. Kesimpulannya seluruh faktor pada *choosing menu* sangat mempengaruhi keinginan konsumen kota Padang untuk mengkonsumsi ramen.

Kata kunci : *Choosing Menu, Ramen*

PENDAHULUAN

Negara Jepang juga memiliki budaya yang ikonik dimana hampir seluruh penduduk dunia termasuk Negara Indonesia tau kalau budaya tersebut dari Negara Jepang, Seperti seni melipat kertas yang dikenal dengan nama "origami", pakaian khas jepang yaitu "kimono dan yukata", hingga yang paling terkenal adalah aneka masakan/kuliner asal Jepang. Masakan Jepang (日本料理 *nihon ryōri*, *nippon ryōri*) merujuk pada makanan yang disiapkan dan dimasak dengan metode yang khas di Jepang. Masakan Jepang sangat dihargai karena pemanfaatan bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi, serta penerapan teknik memasak yang mendalam seperti ramen.

Ramen (ラーメン) adalah salah satu makanan yang sangat populer di Jepang dan telah menjadi salah satu ikon budaya masyarakatnya. Asal kata 'ramen' memang berasal dari bahasa Tionghoa (Cina). Kata "lamien" dalam bahasa Tionghoa adalah "la" yang berarti menarik atau mengulurkan, dan "mien" yang berarti mie. Istilah ini mengacu pada proses

pembuatan mie yang melibatkan penguluran dan penarikan adonan untuk mencapai tekstur yang tepat.[1]

Mie ramen masuk ke Indonesia dimulai saat zaman penjajahan Jepang dahulu, yaitu sekitar tahun 1940-an, namun pada masa itu ramen belum begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat mulai mengenal ramen dimulai pada awal abad ke 20 akhir melalui manga/komik Jepang yang waktu itu menjadi bacaan populer bagi masyarakat generasi muda. Setelah itu visualisasi ramen makin terlihat menggiurkan kala animasi Jepang/Anime dan Tokosatsu melalui media televisi mulai merajai tontonan masyarakat khususnya dihari weekend.[2]

Berdasarkan riset yang dilakukan peneliti bahwa gerai ramen dikota Padang muncul pertama kali yaitu Oishi Ramen yang didirikan oleh ibu Dian pada tahun 2010. Sang pemilik dahulunya pernah bekerja di Jepang, setelah itu beliau kembali ke kota Padang dengan membawa resep-resep makanan Jepang yang sebelumnya sudah beliau pelajari. Gerai Oishi Ramen pertama kali berdiri di jl. Raya Siteba setelah

jembatan Siteba menawarkan banyak menu, tidak hanya ramen tapi ada udon, tempura, jenis katsu, sushi serta makanan dan minuman Jepang lainnya.[3] Meskipun dikota Padang banyak pilihan menu (*choosing menu*) makanan tapi ramen tetap digemari, ini terlihat dari gerai ramen dikota Padang terlihat selalu ramai oleh pengunjung seperti pada gambar berikut:



Sumber: Google Map Review “Ramen One Transmart Padang”

Gambar 1: Pengunjung Kedai Ramen One

Terlihat pada gambar, meskipun Ramen One merupakan salah satu kedai ramen terbaru di Kota Padang yaitu letaknya di Mall Transmart Padang, dan hingga sekarang sangat banyak menarik konsumen untuk makan di tempat ini, meskipun di Transmart Padang memiliki *choosing menu* yang sangat banyak untuk pengunjung seperti KFC, Solaria, Imperial Dimsum, Bakso Lapangan Tembak, Richeese Factory dll. Ramainya Ramen One karena memiliki menu yang best seller yaitu Ramen Mala dengan cita rasa kuah kari daging dan pedas, ini sesuai dengan konsep kreatifitas dan cocok dengan lidah mayoritas penduduk Kota Padang.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain.[4]

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Disini penulis menggunakan data angket melalui kuesioner online yaitu *google form*.[5]

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner atau angket adalah salah satu teknik pengumpulan

data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[5]

Teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah teknik analisa data yang bersifat deskriptif kausatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis data yaitu melalui penyebaran kuesioner untuk para responden yang diteliti sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan setelah itu diolah menggunakan aplikasi SPSS terbaru untuk melihat hasil data dari kuesioner tersebut, seperti melihat uji pengaruh munculnya Mie Ramen (ラーメン) terhadap *choosing menu* pada masyarakat kota Padang. Analisis data dalam penelitian ini mencakup beberapa metode, seperti regresi linear sederhana, analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari sebaran questioner maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden yang tau dan pernah mengkonsumsi ramen di kota Padang didominasi oleh jenis kelamin wanita, dengan rentang umur 18 s/d 25 tahun, dan memiliki profesi sebagai pelajar/mahasiswa.

2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 1. Tabel Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_Biaya	50	8.00	15.00	11.4600	1.71678
X2_Gizi	50	8.00	15.00	11.8000	1.81827
X3_Waktu_Penyajian	50	8.00	15.00	11.8000	1.82946
X4_Jumlah_Orang_yang_Makan	50	9.00	15.00	11.7400	1.79353
X5_Kombinasi_Makanan	50	9.00	15.00	11.7600	1.77925
X6_Pemakaian_Bahan	50	9.00	15.00	11.7400	1.78211
Y_Ramen	50	9.00	15.00	11.7800	1.76462
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Olahan SPSS dari Sebaran Questioner

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada tabel diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

- Variabel Biaya (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan membeli ramen antara rentang 8-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,46. Hal ini diduga harga ramen di kota Padang cukup terjangkau.
- Variabel Gizi (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan memilih ramen berdasarkan gizi yang dikandungnya adalah rentang 8-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,80. Hal ini diduga kandungan gizi yang terkandung dalam

ramen di kota Padang cukup baik karena komposisi karbohidrat, protein, mineral, lemak dan kandungan gizi lainnya bisa terpenuhi dari ramen.

- c. Variabel Waktu Penyajian (X3), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan memilih ramen berdasarkan waktu penyajian antara rentang 8-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,80. Hal ini diduga karena penyajian ramen yang cukup cepat dan hangat serta tidak perlu menunggu lama, hal ini yang membuat orang/konsumen di kota Padang lebih memilih ramen dari pada makanan cepat saji lainnya.
- d. Variabel Jumlah Orang yang Makan (X4), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan memilih ramen berdasarkan jumlah orang yang bisa makan ramen secara bersamaan antara rentang 9-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,74. Hal ini diduga karena orang yang makan di kedai ramen kota Padang lebih nikmat disantap bersama keluarga, teman dan orang terdekat lainnya.
- e. Variabel Kombinasi Makanan (X5), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan memilih ramen berdasarkan kombinasi makanan antara rentang 9-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,7. Hal ini diduga karena ramen dapat dikombinasikan dengan makanan lain tanpa merusak cita rasa ramen itu sendiri, seperti ramen dengan kombinasi tempura, ramen dengan kombinasi karage serta ramen dengan kombinasi katsu.
- f. Variabel Pemakaian Bahan (X6), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa orang/konsumen akan memilih ramen berdasarkan pemakaian bahan antara rentang 9-15, dan ini cukup tinggi jika dilihat dari nilai rata-rata 11,74. Hal ini diduga karena komposisi pemakaian bahan dari ramen tergolong cukup fress terlebih untuk mie ramen yang dibuat dari mie basah yang pasti diolah tiap hari.
- g. Variabel Ramen (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa konsumen ramen di kota Padang memiliki jumlah penikmat yang cukup tinggi yaitu rentang 9-15 dengan nilai rata-rata penikmat ramen 11,78 hal ini didasarkan oleh ke 6 variabel indikator Choosing Menu (X).

3. Analisis Data

- a. Uji Validitas

Item pernyataan dikatakan memiliki sebaran data yang valid harus ditunjukkan dengan nilai r hitung $>$ r tabel, jika tidak sebaran data dianggap tidak valid. Nilai r -tabel dapat dilihat dari nilai n dan nilai (df) yg didapat dari rumus:

r tabel

$$n = 50$$

Tingkat signifikansi yang digunakan: 0,05 (uji satu arah)

$$(df) = 50 - 2 = 48$$

$$\text{Nilai } r \text{ tabel} = 0.2353$$

Hasil pengolahan menunjukkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r -hitung yang valid yaitu diatas nilai r -tabel

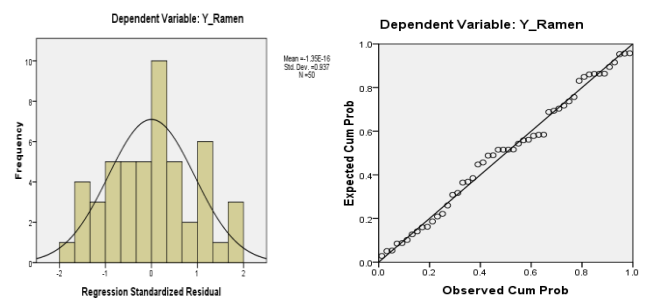
- b. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, data dikatakan handal apabila nilai cronbach's alpha $>$ dari nilai batas reliabilitas yaitu 0,60. Setelah dilakukan pengolahan data maka diperoleh seluruh nilai cronbach's alpha lebih besar dari pada ketentuan reliabilitas.

4. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Berdasarkan ketiga jenis uji normalitas dapat disimpulkan bahwa sebaran data dalam penelitian ini sudah dikatakan normal, karena pada curva histogram memiliki bentuk seperti gunung dengan 1 puncak serta Sebaran data pada p-plot sudah mengikuti jalur diagonal.



Gambar 1. Histogram dan P-Plot

Selain itu nilai signifikasi data (Asymp.sig 2-tailed) $>$ 0.05. dapat diartikan semua variabel choosing menu dengan 6 indikatornya mampu mempengaruhi masyarakat untuk mengkonsumsi ramen.

Tabel 2: One Sample Kolmogorov- Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57484968
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.497
Asymp. Sig. (2-tailed)		.966

a. Test distribution is Normal.

5. Uji Hipotesis dan Pembahasan

Uji hipotesis adalah uji yang terakhir untuk menentukan apakah variabel independen (choosing menu dengan 6 indikatornya) mempengaruhi variabel dependen (ramen). Untuk uji hipotesis sendiri terdapat dua jenis uji yaitu uji t dan uji f.

a. Uji t

Terlihat seluruh indikator pada variabel *choosing menu* yang diuji memiliki pengaruh signifikan terhadap munculnya keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi ramen di kota Padang yang dilihat pada kolom t-hitung lebih besar dari t-tabel (2.01669) dan nilai kolom Sig juga kecil dari 0,05 batas signifikan.

Tabel 3: Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.152	4.167		6.624	.000
X1_Biaya	.335	.148	.334	3.175	.017
X2_Gizi	.328	.132	.336	2.470	.016
X3_Waktu_Penyajian	.294	.136	.201	2.422	.016
X4_Jumlah_Orang_yang_Makan	.342	.169	.344	2.840	.026
X5_Kombinasi_Makanan	.260	.162	.260	2.158	.015
X6_Pemakaian_Bahan	.264	.151	.267	2.756	.024

a. Dependent Variable: Y_Ramen

b. Uji F

Uji F merupakan uji terakhir yang bertujuan untuk mencari apakah variabel independen/X (6 Indikator Choosing Menu) secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen/Y (Ramen).

Tabel 4: Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.209	6	17.209	6.102	.017
	Residual	135.371	43	2.820		
	Total	152.580	49			

a. Predictors: (Constant), X6_Pemakaian_Bahan, X2_Gizi, X5_Kombinasi_Makanan, X3_Waktu_Penyajian, X1_Biaya, X4_Jumlah_Orang_yang_Makan

b. Dependent Variable: Y_Ramen

Terlihat nilai F hitung adalah 6.102 lebih besar dari F tabel yang hanya 2,31 dan nilai signifikan 0,017 lebih kecil dari nilai 0,05, sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dalam *choosing menu* secara sangat mempengaruhi keinginan masyarakat kota Padang untuk mengkonsumsi ramen baik itu untuk makan dikedai ramen atau dibawa pulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini adalah variabel *choosing menu* pada masyarakat terhadap munculnya mie ramen (ラーメン) di kota Padang menggunakan 6 indikator *choosing menu* itu sendiri yaitu, biaya/harga, gizi, waktu penyajian, jumlah orang yang makan, kombinasi makanan, dan bahan yang digunakan untuk pembuatan ramen. Hasilnya

ditemukan bahwa *choosing menu* sangat mempengaruhi keinginan masyarakat kota Padang untuk mengkonsumsi ramen baik itu digerai ramen maupun dibawa pulang.

Saran Bagi pengusaha ramen khususnya di kota Padang diharapkan selalu menjaga kualitas rasa, autentikasi rasa, pelayanan dan memperhatikan seluruh indikator *choosing menu* agar masyarakat kota Padang selalu mengkonsumsi ramen sebagai makanan pilihan terbaik dibandingkan pilihan makanan lain. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan mengembangkan variabel lain yang mempengaruhi keinginan masyarakat untuk mengkonsumsi ramen, serta menambah jumlah responden yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. C. Hariyanto and A. Wijaya, "Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision," *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, p. 198, 2022, doi: 10.24912/jmk.v4i1.17192.
- [2] "Ramen - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas." <https://id.wikipedia.org/wiki/Ramen> (accessed Aug. 26, 2023).
- [3] "Rekomendasi Kedai Ramen Enak di Padang, Cukup Keluarkan Budget Mulai Rp15 Ribu - Harian Haluan." <https://www.harianhaluan.com/news/108666191/rekomendasi-kedai-ramen-enak-di-padang-cukup-keluarkan-budget-mulai-rp15-ribu> (accessed Aug. 27, 2023).
- [4] "Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lesty J. Moleong, M.A. | OPAC Perpustakaan Nasional RI." <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305#> (accessed Aug. 27, 2023).
- [5] Sugiono, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, no. March. 2018.