

Penjaminan Mutu Makanan di Rest Area 429



Universitas Katolik Soegijapranata

PENJAMINAN MUTU MAKANAN DI REST AREA 429

Disusun oleh TJI-The Java Institute:



Lindayani
Ekawati Marhaenny Dukat
Laksmi Hartajanie
Christin Wibhowo

Penerbit: Universitas Katolik Soegijapranata

PENJAMINAN MUTU MAKANAN DI REST AREA 429

Disusun oleh TJI-The Java Institute:

- Lindayani
- Ekawati Marhaenny Dukut
- Laksmi Hartajanie
- Christin Wibhowo

Desain Sampul: Ekawati Marhaenny Dukut

Dibiayai oleh:

Universitas Katolik Soegijapranata

© Universitas Katolik Soegijapranata 2021

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

ISBN: **978-623-7635-73-4 (PDF)**

Penerbit:

Universitas Katolik Soegijapranata, Jl. Pawiyatan Luhur IV/2, Bendan Duwur, Semarang, 50234

Telpon (024)(8441555 ext. 1409 Website: www.unika.ac.id Email: ebook@unika.ac.id

Anggota APPTI no. 003.072.1.1.2019; Anggota IKAPI No 209/ALB/JTE/2021

KATA PENGANTAR KETUA TJI

Senang sekali bahwa hasil survei menyusuri jalan tol hingga dapat mengobservasi langsung beberapa rest area akhirnya dapat dinyatakan tindak lanjutnya dengan sebuah webinar internasional dan sebuah serial diskusi bagi kelompok setia The Java Institute (TJI) yang berada dalam lingkungan dan arahan dari LPPM Universitas Katolik Soegijapranata. Jika hasil luaran webinar adalah sebuah buku yang berjudul **DAMPAK JALAN TOL TERHADAP PULAU JAWA**, maka hasil luaran dari serial diskusi yang berupa buku saku dengan judul **PENJAMINAN MUTU MAKANAN DI REST AREA 429** menjadi pelengkap yang menggembirakan. Terimakasih kami haturkan kepada bu Linda dari Fakultas Teknologi Pangan yang bersedia merealisasikannya dalam penelitiannya tentang penjaminan mutu makanan rest area yang didukung oleh bu Laksmi Hartajanie yang juga dari Fakultas yang sama. Kerjasama yang baik yang diberikan oleh bu Christin Wibhowo dari Fakultas Psikologi dan bu Ekawati Marhaenny Dukut dari Fakultas Bahasa dan Seni menjadi penyemangat bahwa luaran dari TJI adalah karya yang mengutamakan hasil penelitian maupun pengabdian dari kegiatan multidisiplin. Saya berharap buku saku ini akan menyemangati lebih banyak karya tulis lainnya dari, untuk dan oleh TJI.

Ekawati Marhaenny Dukut (Ketua TJI)

KATA PENGANTAR KETUA TIM PENELITI

Buku saku **PENJAMINAN MUTU MAKANAN DI REST AREA 429** merupakan hasil kolaborasi dari team peneliti bu Lindayani dan bu Laksmi Hartajanie dari Fakultas Teknologi Pertanian, bu Christin Wibhowo dari Fakultas Psikologi dan bu Ekawati Marhaenny Dukut dari Fakultas Bahasa dan Seni. Kolaborasi yang serasi untuk mengetahui tentang penjaminan mutu makanan di rest area 429, budaya makan pengunjung dan persepsi pemilihan makanan dan menu generasi Z. Menarik sekali ada responden yang memilih untuk makan di *rest area* KM 429 sebagai titik temu untuk ngobrol dengan temannya karena fasilitas di beberapa restoran menyediakan menu makanan dan minuman seperti di mall. Persepsi generasi Z terhadap rest area tergolong baik. Perilaku makan generasi Z juga baik. Generasi Z menganggap bahwa makan di rest area termasuk baik untuk memenuhi kebutuhan fisik dan psikisnya. Ditemukan juga bahwa konsumen tidak ada rasa khawatir dan merasa aman ketika menyantap makanan dan minuman. Namun tetap perlu adanya kajian lebih lanjut untuk mengetahui keamanan pangan yang disajikan di berbagai tempat seperti warung, restoran, puja sera, kios-kios, minimarket. Adanya buku saku menjadi sarana yang dapat dimanfaatkan okeh khalayak umum untuk memeperoleh gambaran tentang rest area 429. Team peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Universitas Katolik Soegijapranta dan Pusat Studi The Java Institute. Semoga buku saku ini bermanfaat dan dapat dinikmati sebagai teman perjalanan atau santai dimanapun berada.

Semarang Juni 2021
Lindayani (Ketua tim peneliti)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR KETUA TJI.....	iii
KATA PENGANTAR KETUA TIM PENELITI.....	iv
DAFTAR ISI	v
PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN KEAMANAN PANGAN	1
PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN FASILITAS BUDAYA POPULER.....	20
PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN HIGIENITAS MAKANAN	34
PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DAN HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP JALAN TOL DENGAN PERLAKU MAKANAN GENERASI Z	40
REFERENSI.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rest area km 429 (tipe A) mempunyai fasilitas yang lengkap sarana makan-minum, untuk ibadah, minimarket	3
Gambar 2. Pintu masuk rest area km 429 (foto disediakan oleh Kevin Kurniawan Ciputra)	4
Gambar 3. Jumlah sampel perempuan (43%) dan lelaki (57%) yang diperoleh dari sampel rest area km 429 (23 November 2020 sampai 6 Desember 2020)	6
Gambar 4. Pada “Angkringan Rest Area km 429”, konsumen dapat membeli produk (makanan) dan langsung dikonsumsi tanpa khawatir dan merasa aman.....	8
Gambar 5. Tempat makan konsumen beragam, mulai dari restoran sampai dengan angkringan. Lingkungan tidak kotor dan konsumen dapat memilih jenis makanan yang disediakan atau memesan makanan.	11
Gambar 6. Puja sera rest area km 429 yang didepannya langsung digunakan sebagai tempat parkir mobil.	12
Gambar 7. Pengendalian keamanan pangan pada rantai pangan dari lahan, pengelolaan ternak sampai dengan pengawasan mutu makanan agar aman dikonsumsi manusia.....	13
Gambar 8. Rantai pangan dari lahan sampai siap dikonsumsi oleh manusia	14
Gambar 9. Kerusakan bahan pangan yang disebabkan oleh mikroorganisme, serangga	15

Gambar 10. Makanan dan minuman yang dikonsumsi harus memberi jaminan kesehatan bagi konsumen.	16
Gambar 11. Sumber makanan bagi mikroorganisme.....	18
Gambar 12. You are what you Eat	19
Gambar 13. Fasilitas jalan tol dan Budaya Populer.....	21
Gambar 14. Karakteristik Budaya Populer.....	23
Gambar 15. Jumat Berkah: makan sepuasnya, bayar sepuasnya.....	25
Gambar 16. Oleh-oleh murah meriah	27
Gambar 17. Suasana nyaman di Kopi Kenangan.....	29
Gambar 18. Delapan kriteria makanan cepat saji.....	31
Gambar 19. Fasilitas makan di angkringan rest area	33
Gambar 20. Contoh gerai makanan high end	35
Gambar 21. Contoh makanan di gerai high end	36
Gambar 22. Contoh gerai makanan middle end.....	37
Gambar 23. Contoh gerai makanan low end	38
Gambar 24. Persepsi generasi terhadap rest area.....	42
Gambar 25. Rest area menjadi pilihan bagi gen Z untuk makan	43
Gambar 26. Tempat makan di rest area membuat perilaku makan jadi teratur	44

PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN KEAMANAN PANGAN

Dr. Lindayani

Dalam Peraturan Menteri (Nomor 10/PRT/M/2018), dijelaskan bahwa Tempat Istirahat dan Pelayanan yang selanjutnya disebut TIP adalah suatu tempat istirahat yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas umum bagi pengguna Jalan Tol, sehingga baik bagi pengemudi, penumpang, maupun kendaraannya dapat beristirahat untuk sementara. TIP dikelompokkan ke dalam tiga tipe yaitu A, B, dan C. Tipe A, paling sedikit dilengkapi dengan fasilitas umum meliputi Pusat Anjungan Tunai Mandiri dengan fasilitas isi ulang kartu tol, toilet, klinik kesehatan, bengkel, warung atau kios, minimarket, mushola, stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU), restoran, uang terbuka hijau, dan sarana tempat parkir. Tipe A menyediakan area warung atau kios dengan luas total paling sedikit 300 m² (tiga ratus meter persegi) (contohnya rest area km 429). Gambaran umum rest area km 429 dapat dilihat pada Gambar 1. Tipe B, paling sedikit dilengkapi dengan fasilitas umum meliputi Pusat Anjungan Tunai Mandiri dengan fasilitas isi ulang kartu tol, toilet, warung atau kios, minimarket, mushola, restoran, ruang terbuka hijau, dan sarana tempat parkir. Tipe B menyediakan area warung atau kios dengan luas total

paling sedikit 200 m² (dua ratus meter persegi). Tipe C, paling sedikit dilengkapi dengan fasilitas umum meliputi toilet, warung atau kios, mushola, dan sarana tempat parkir yang bersifat sementara. Tipe C hanya dioperasikan pada masa libur panjang, libur lebaran/natal, dan tahun baru. Tipe C menyediakan area warung atau kios dengan luas total paling sedikit 50 m² (lima puluh meter persegi). Tiga tipe rest area menyediakan gerai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyajikan makanan khas daerah masing-masing dilengkapi pula dengan kerajinan tangan dan oleh-oleh.

REST AREA KM 429



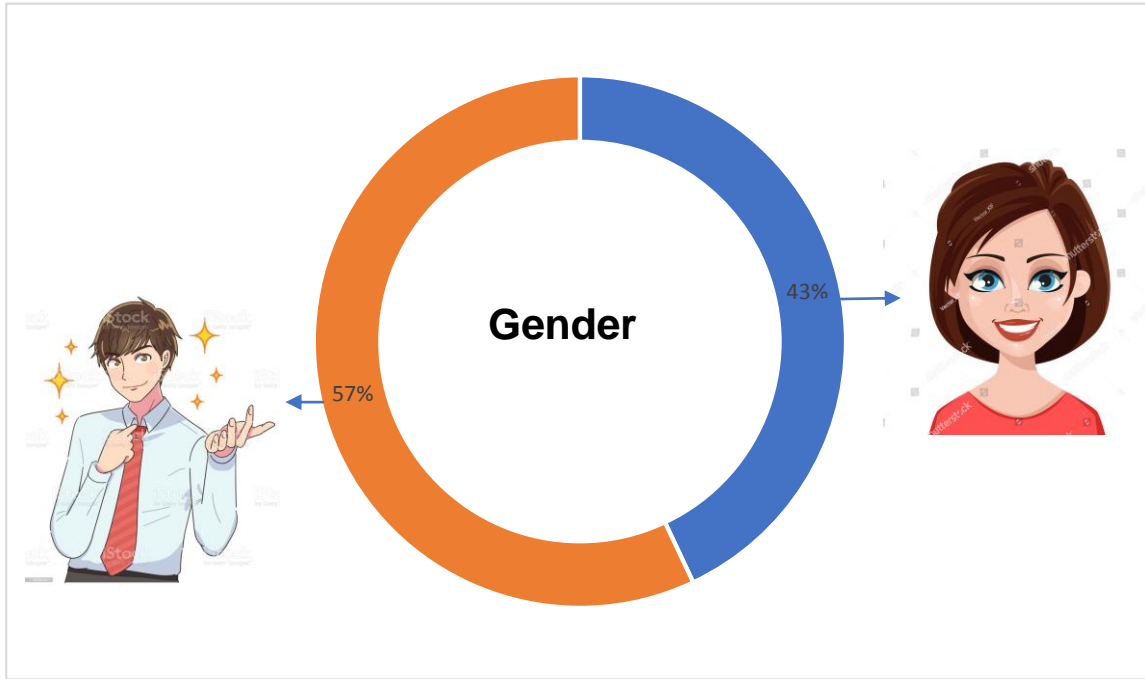
Gambar 1. Rest area km 429 (tipe A) mempunyai fasilitas yang lengkap sarana makan-minum, untuk ibadah, minimarket



Gambar 2. Pintu masuk rest area km 429 (foto disediakan oleh Kevin Kurniawan Ciputra)

Rest area yang baik adalah karena lokasinya yang menjanjikan pemandangan alam yang indah, keragaman dan kelengkapan jenis makanan sebagai sarana kuliner, memberikan kenyamanan bagi pengunjung. (<https://www.inibaru.id/hits/5-rekomendasi-rest-area-sepanjang-tol-trans-jawa-di-jawa-tengah>). *Rest area* KM 429 (Tol Semarang-Bawen) tergolong megah, dilengkapi beberapa restoran dan kafe ternama. Dilengkapi pula dengan fasilitas umum seperti toilet, masjid, dan SPBU. *Rest area* ini memberikan daya Tarik tersendiri bagi pengunjung atau orang yang beristirahat melepas Lelah karena pemandangan Gunung Ungaran menjadi latar belakangnya (lihat Gambar 2.)

Pengumpulan data dimulai pada 23 November 2020 sampai 6 Desember 2020. Data yang terkumpul selanjutnya diolah sehingga diperoleh jumlah sampel 371, yang terdiri atas perempuan sejumlah 161 orang (43 %) dan lelaki sejumlah 210 orang (57%) (lihat Gambar 3.)



Gambar 3. Jumlah sampel perempuan (43%) dan lelaki (57%) yang diperoleh dari sampel rest area km 429 (23 November 2020 sampai 6 Desember 2020)

Penjaminan mutu merupakan suatu tindakan untuk memastikan bahwa produk dapat dibeli oleh konsumen tanpa ada rasa khawatir dan menggunakannya dalam waktu yang lama dengan rasa kepuasan. Berdasarkan hasil pengamatan di lokasi rest area km 429, beberapa kondisi dapat direkam yang menunjukkan bahwa konsumen tidak ada rasa khawatir dan merasa aman (lihat Gambar 4). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan menyebutkan bahwa Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman. Sedangkan pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan. Pangan yang dikonsumsi oleh individu ataupun masyarakat harus bebas dari bahaya (fisik, kimia dan biologi). Pangan bebas dari adanya kemungkinan cemaran biologis, kimia dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia, serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, sehingga aman untuk dikonsumsi.



Gambar 4. Pada “Angkringan Rest Area km 429”, konsumen dapat membeli produk (makanan) dan langsung dikonsumsi tanpa khawatir dan merasa aman.

Masalah keamanan pangan sering terjadi dilingkungan kita, seperti:

1. Adanya cemaran mikroba karena rendahnya kondisi higiene dan sanitasi.
2. Adanya cemaran kimia disebabkan karena kondisi lingkungan yang tercemar limbah industri.
3. Adanya penggunaan bahan tambahan pangan (*food additive*) yang melebihi batas maksimal yang diijinkan.
4. Pangan tanpa ijin edar (TIE) seperti pangan impor ilegal, sudah habis masa persetujuan pendaftaran yang belum didaftar ulang, menggunakan nomor ijin edar (NIE) produk lain.
5. Penyalah-gunaan bahan berbahaya yang dilarang untuk pangan (seperti formalin, boraks, Rhodamin B, Methanil Yellow).
6. Pangan kadaluarsa dan pangan tidak layak konsumsi.

Oleh karena itu, keenam bahaya tersebut menjadi inti dari penelitian yang akan dikaji terhadap ketersediaan makanan di *rest area*. Merujuk pada Pasal 71 Ayat 1, UU No 18 Tahun 2012, bahwa pangan menjadi tanggung jawab bagi setiap orang yang terlibat dalam rantai pangan sehingga wajib mengendalikan risiko bahaya pada pangan, baik yang berasal dari bahan, peralatan, sarana produksi, maupun dari perseorangan sehingga keamanan pangan terjamin. Diperkuat lagi dengan Pasal 89, UU

No 18 Tahun 2012, setiap orang dilarang memperdagangkan pangan yang tidak sesuai dengan keamanan pangan dan mutu pangan yang tercantum dalam label kemasan pangan.

Hasil rekaman yang dapat dilaporkan bahwa penjaminan makanan ditentukan berdasarkan pada lingkungan sekitar, tepat makan dan jenis makanannya. Pada umumnya pintu restoran selalu tertutup, ada juga makanan yang disajikan dalam lemari kaca yang ditutup dengan tirai, ada juga makanan yang disajikan ala prasmanan. Lingkungan sekitar tempat makan relative bersih (tidak terlihat sampah yang tercecer) (lihat Gambar 5).



Gambar 5. Tempat makan konsumen beragam, mulai dari restoran sampai dengan angkringan. Lingkungan tidak kotor dan konsumen dapat memilih jenis makanan yang disediakan atau memesan makanan.

Pada umumnya, penjaminan mutu makanan memberikan jaminan terhadap keamanan pangan yang akan dikonsumsi. Semua makanan dan minuman haruslah aman untuk dikonsumsi. Aman dalam arti bebas dari cemaran kimia, fisik dan biologi. Untuk cemaran kimia dapat terjadi dikarenakan tempat makan yang langsung terpapar asap kendaraan yang melalui bagian depan warung atau puja sera (lihat Gambar 6).



Gambar 6. Puja sera rest area km 429 yang didepannya langsung digunakan sebagai tempat parkir mobil.

Pengendalian keamanan pangan secara keseluruhan bukanlah hal mudah untuk dilaksanakan. Untuk jelasnya dapat dilihat pada Gambar 7 dan 8. Bahaya kontaminasi kimia seperti bahan kimia penyemprot serangga yang digunakan di lahan, bahan pencuci, asap (logam berat seperti cadmium, timbal, argentum), besi (karat). Untuk kontaminasi fisik seperti ditemukannya pecahan gelas pada produk, kaleng, rambut, plastik, isi staples, debu dan kotoran serangga. Kontaminasi secara biologi disebabkan karena mikroorganisme (bakteri, kapang, khamir) (Erkmen & Bozoglu, 2016; Frazier & Westhoff, 1988). (Gambar 7).



Gambar 7. Pengendalian keamanan pangan pada rantai pangan dari lahan, pengelolaan ternak sampai

dengan pengawasan mutu makanan agar aman dikonsumsi manusia.

Pada Gambar 8, dapat diketahui bahwa keamanan pangan pengawasannya dimulai dari lahan yang menghasilkan bahan pangan, pada saat bahan pangan diangkut dengan berbagai transportasi menuju tempat pengolahan. Setelah diolah, produk dikirim ke berbagai tempat penjualan dan ada juga yang disimpan. Produk yang ada dipasaran diolah lebih lanjut oleh konsumen untuk di makan. Maka, bahaya (kontaminasi kimia, fisik, biologi) dapat terjadi pada setiap tahap rantai pangan. Oleh



karena itu, pengendalian keamanan pangan dapat dikatakan mulai dari lahan sampai dengan bahan pangan tersebut diolah dan dapat dikonsumsi oleh individu atau masyarakat dalam keadaan aman.

Gambar 8. Rantai pangan dari lahan sampai siap dikonsumsi oleh manusia



Gambar 9. Kerusakan bahan pangan yang disebabkan oleh mikroorganisme, serangga

Keamanan pangan menjadi sebuah kebutuhan agar produk pangan aman dikonsumsi sehingga memberi jaminan bagi kesehatan konsumen (lihat Gambar 9 dan 10).



Gambar 10. Makanan dan minuman yang dikonsumsi harus memberi jaminan kesehatan bagi konsumen.

Pengetahuan konsumen terhadap bahaya bahan pangan menjadi hal yang penting agar konsumen dapat menyadari adanya bahaya jika menggunakan bahan berbahaya yang ditambahkan dalam bahan pangan. Adapun bahan berbahaya diantaranya asam borat, boraks, formalin (larutan formaldehid), paraformaldehid (serbuk dan tablet paraformaldehid), pewarna merah Rhodamin B, pewarna merah Amaranth, pewarna kuning Metanil (*Methanil Yellow*), dan pewarna kuning Auramin.

Pengunjung rest area km 429 juga perlu menyadari adanya bahaya yang disebabkan karena mikroorganisme (bakteri, kapang, khamir). Pada umumnya bahaya yang disebabkan oleh mikrororganisme tersebut baru dapat diketahui jika bahan pangan sudah mulai nampak adanya gejala kerusakan seperti munculnya lapisan lendir pada permukaan bahan pangan, adanya bintik hitam atau abu-abu atau putih pada permukaan roti. Sumber makanan bagi mikroorganisme sangat beragam oleh karena itu mikroorganisme mempunyai potensi merusak hampir semua jenis makanan maupun minuman (Gambar 11). Dengan kata lain, konsumen perlu tahu apa yang di makannya karena "*You are what you Eat*" (Gambar 12).



Sumber makanan mikroorganisme:

1. Buah-buahan
2. Sayuran
3. Umbi-umian
4. Susu
5. Telur
6. Tepung
7. Daging (sapi dll)
8. Ikan
9. Produk olahan daging
10. Produk olahan ikan
11. Produk olahan buah
12. Produk olahan sayur
13. Produk olahan umbi

<https://afyasmilekenya.co.ke/2019/07/30/10-foods-never-eatraw/>

Gambar 11. Sumber makanan bagi mikroorganisme



<https://www.newfoodmagazine.com/article/115046/quality-assurance-the-greatest-business-strategy/>

Gambar 12. You are what you Eat

PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN FASILITAS BUDAYA POPULER

Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, M.Hum.

Jalan Tol dalam Bahasa Inggris adalah *express way*. Sebagai sebuah *express way* maka orang yang berlalu lalang di jalan itu mempunyai tujuan untuk ke suatu tempat dengan cepat. Oleh karena itu, fasilitas yang disiapkan dalam rest area harus mendukung keperluan tersebut. Dalam hal makanan, rest area KM 429 yang berlokasi di Semarang, mempersiapkan diri dengan tempat makan yang dapat memenuhi perut pengunjungnya dari kelompok yang *low end* seperti tersedianya warung nasi kucing, *middle end* seperti adanya warung makan angkringan dengan berbagai variasi menu, dan *high end* restoran yaitu adanya warung yang sudah mempunyai brand image seperti Solaria, Starbucks dan KFC (lihat Gambar13) Perhatikan nama tempat restoran maupun macam makanan yang tersedia di rest area 429 ini, terbukti bahwa pengelola rest area telah mengikuti salah satu kriteria Budaya Populer, yaitu dengan menyediakan warung makan atau resto yang namanya sedang populer atau *nge-trend* sehingga bakal ramai dikunjungi orang. Namun, sesuai juga dengan sifat Budaya Populer, ada kemungkinan bahwa beberapa tempat makan itu akan tergulingkan oleh tempat makan dengan macam menu makanannya yang lebih populer pada waktu tertentu.

JALAN TOL

tempat jalur cepat/ *expressway*
tempat lepas penat sejenak/ *rest area*
tempat dapatkan fasilitas/ pelayanan cepat



BUDAYA POPULER

Budaya orang yang memerlukan hal yang serba
ada dengan pelayanan yang praktis, cepat &
memuaskan (perut/ dompet) ²⁰

Gambar 13. Fasilitas jalan tol dan Budaya Populer

Apa sebetulnya karakteristik dari budaya populer itu? Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 14). Sebagai hasil dari Budaya Populer, makanan dan fasilitas yang mengakomodasikannya itu biasanya akan 1) menimbulkan rasa puas atau rasa senang bagi pengguna, 2) mudah didapat karena diproduksi secara massal sehingga dapat tersedia di mana saja, 3) mempunyai sifat manipulatif, 4) mempunyai harga yang murah/ terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, 5) menciptakan gaya hidup yang global-lokal sehingga tergapai suatu simbol status, 6) mencerminkan kehidupan sehari—hari masyarakat, 7) merupakan cerminan kurun waktu tertentu, 8) mempunyai sifat yang sementara, 9) mempunyai kepraktisan, dan 10) mempunyai tujuan untuk mendatangkan uang (Dukut, 2018, pp. 18-21). Salah satu warung makan cepat saji di Rest Area 429 yang menarik untuk dikaji dari Budaya Populer adalah Kedai Bunda. Warung ini antara lain, berani mempromosikan program “JUMAT BERKAH makan sepuasnya – bayar seiklasnya” dengan sudah matang memperhitungkan bahwa penjualannya selama hari yang bukan hari Jumat dapat mengsubsidi atau mungkin malah sudah menutup pengeluaran bagi konsumen yang memilih untuk membayar harga murah itu. Makai a berani untuk tetap menyediakan banyak menu makan agar konsumen tidak akan meninggalkan tempat itu tanpa membeli sesuatu. Adanya menu yang segar adalah cara untuk selalu up-to-date atau trendy sehingga pasti populer. Selain itu, ia juga berani mendagangkan pernak-pernik lain selaian makanan agar tempatnya tidak pernah sepi dari pembeli.

BUDAYA POPULER

Budaya

a system that include beliefs, rituals, performances, art forms, lifestyle patterns, symbols, language, clothing, music, dance, and any other mode of human expressive, intellectual and communicative behavior that is associated with a community during a particular period of time (Danesi, 2008, hal. 2)

Populer

sesuatu yang dihasilkan dari *of the people* (masyarakat) yang sedang disegani dan *trendy* sehingga diikuti oleh massa pada kurun waktu tertentu .

Karakteristik budaya populer



1. menimbulkan rasa puas atau rasa senang bagi pengguna
2. mudah didapat karena diproduksi secara massal sehingga dapat tersedia di mana saja
3. mempunyai sifat manipulatif
4. mempunyai harga yang murah/ terjangkau untuk semua kalangan masyarakat
5. menciptakan gaya hidup yang global sehingga tergapai suatu simbol status
6. mencerminkan kehidupan sehari-hari masyarakat
7. merupakan cerminan kurun waktu tertentu
8. mempunyai sifat yang sementara
9. mempunyai kepraktisan
10. mempunyai tujuan untuk mendatangkan uang (Dukut, 2018, pp. 18-21)

22

Gambar 14. Karakteristik Budaya Populer

Mencermati Kedai Bunda dengan lebih seksama, ia berusaha menarik perhatian konsumen dengan menjual tidak hanya makanan nusantara cepat saji, tetapi juga alat dapur seperti cobek batu untuk membuat sambal, lalu ada juga tissue, aqua, dan bahkan ada juga tali rambut, dompet, botol, sabun, pasta gigi, sikat gigi, dan bedak. Menarik bahwa ia pun berjualan pot tanaman, dan menyiapkan ruang khusus untuk ibu menyusui, selain adanya musholla, dan tempat lesehan dan tempat duduk dengan meja. Hiasan dinding berupa foto hutan membuat warung makan ini sejuk sebagai tempat melepas lelah sambil makan. Dari sekian banyak tempat makan yang ada, hanya warung makan ini yang berani memperlihatkan betapa ia peduli terhadap umatnya dengan menwarkan program JUMAT BERKAHnya (lihat Gambar 15). Cara promosi yang menggunakan kebiasaan religi orang Muslim dimana hari Jumat merupakan hari khusus untuk dapat melakukan sedekah seperti yang dilakukan oleh pemilik warung ini, yang ternyata serius dengan iklan yang dibuatnya itu. Sebagai contoh, walaupun biaya menu makan yang diambil untuk 4 porsi hampir 150 ribu, penjaga kasir tidak protes jika konsumen hanya membayar 50% nya atau mungkin bahkan hanya 25% dari harga total yang semestinya. Jika memang ada konsumen yang menginginkan diskon yang sangat besar, barangkali tetap diterima juga jika konsumen membayar 20ribu daripada 150rb...tapi hal ini dikembalikan ke rasa tega si konsumen itu. Menarik bahwa yang punya warung tidak asal-asalan dalam memberikan macam menunya. Tak hanya ada bakso, namun ada juga gudeg, rendang, brongkos, sayur asam, kering tempe, ikan mangut, lele goreng, ayam opor, capjay oseng-oseng daun kates, dsb.



Gambar 15. Jum'at Berkah: makan sepuasnya, bayar sepuasnya

Cara sebuah warung mempromosikan produknya ada macam-macam. Seperti tempat oleh-oleh yang terlihat di Gambar 16) ini sengaja memamerkan macam makanan khas Semarang, yaitu adanya tahu bakso, wingko babat, bandeng juwana, lumpia, dll. Namun, menarik bahwa ketika penjual makanan yang adalah seorang gadis berumur 22 tahun, ditanya tentang produk apa yg paling laku, ternyata pengunjung memilih untuk membeli makanan yang murah meriah dan bakal bikin kenyang di perjalanan, seperti jenang atau tahu bakso daripada bakpia atau apalagi bandeng yang harganya jauh lebih mahal. Hal ini dikonfirmasi oleh seorang pembeli, ibu yang berumur 50 tahun ketika ia menyatakan” In saya beli tahu petis daripada lumpia – dapat lebih banyak. Hal ini sesuai dengan salah satu kriteria Budaya Populer yang mementingkan untuk memproduksi dagangannya secara massal. Dengan memproduksi secara banyak itu, harga penjualan dapat ditekan, sehingga pembeli akan merasa puas karena dapat beli sesuatu dengan harga yang murah meriah. Dapat disimpulkan disini bahwa, bagi beberapa pembeli, *price and quantity matters*. Kualitas masih di nonomr duakan dibandingkan kuantitas karena mengisi perut masih didefinisikan betapa kenyangnya seseorang itu dengan makan yang banyak daripada mengutamakan kelezatan suatu produk makanan itu. Jika memang mau beli kualitas, ada kemungkinan pengunjung rest area itu sudah membeli produk makanan yang diinginkan di tempat yang sudah terkenal kualitasnya daripada di rest rea jalan tol.



Gambar 16. Oleh-oleh murah meriah

Untuk kedai yang khusus menjual minuman, di resta rea 429 disediakan Starbucks untuk yang mencari warung makan *high end*. Namun bagi kalangan yang menghendaki warung *middle end*, telah disediakan warung Kopi Kenangan. Ditinjau dari lokasinya yang berada di pinggir jalan utama masuk ke rest area, tempatnya nyaman untuk istirahat karena area tempat duduk di luar cocok bagi yang menginginkan desiran angin dan hangatnya matahari sambil menikmati macam minuman yang dibeli oleh konsumen (lihat Gambar 17). Macam minuman yang dijual tidak kalah dengan yang ada di Starbucks. Contohnya adalah minuman Avocuddle di poster yang dipajang di depan kedai Kopi Kenangan yang tampilannya modern dan ala ke barat-baratan. Lihat saja cara prosmosinya untuk minuman jus alpukat dan es coklat maupun kopi Light Coffe-nya yang telah diberi fluffy cream di minumannya dan dikemas seperti Boba Tea dari Taiwan. Namun ketika mewawancarai bbrp konsumen, wakil dari generasi muda menyatakan bahwa mereka lebih memilih produk susu atau coklat, sedangkan yang generasi tua lebih setia untuk memilih kopi murni.

Seorang gadis 13th menyatakan: "Saya beli minuman 100% Coklat karena *HOBBY* konsumsi coklat. Kalau ga konsumsi coklat dalam sehari rasanya gimana gitu."...dan seorang pria 16th menyatakan : "Aku suka Susu Vanilla Oreo, pilihan kedua adalah Light Coffee dengan Coklat". Sedangkan seorang bapak 45th menyatkan: "Ini kopi murni robusta. Lebih PUAS dengan robusta lebih *soft*, ga terlalu asam. Saya sih ga suka coklat".

Iklan modern yang manipulative/ menarik perhatian



Wawancara dengan konsumen:

Gadis 13th: "Saya beli minuman **100% Coklat** karena **HOBBY** konsumsi coklat. Kalau ga konsumsi coklat dalam sehari rasanya gimana gitu."

Pria 16th: "Aku suka **Susu Vanilla Oreo**, pilihan kedua adalah Light Coffee dengan **Coklat**".

Bapak 45th: "Ini **kopi murni robusta**. Lebih **PUAS** dengan robusta lebih **soft**, ga terlalu asam. Saya sih ga suka coklat".

→ **GENERASI MUDA MEMILIH SUSU/ COKLAT** → produk global lokal
– **GENERASI TUA MEMILIH KOPI MURNI** → kebiasaan sehari-hari



Gambar 17. Suasana nyaman di Kopi Kenangan

Adanya konsumen yang memilih murah meriahnya makanan, lalu lokasi yang nyaman dan bersih, atau kualitas makanan yang didukung dengan logo terkenal untuk mendukung brand image adalah sesuai dengan ke delapan kriteria makanan cepat saji yang dapat dibaca di Gambar 18, yaitu punya

(1) value – price & quantity: nilai produk makanannya harus sebanding dengan atau lebih daripada harganya, karena biasanya konsumen yang berharap dapat beli sesuatu dengan kuantitas yang banyak namun dengan harga yang murah

(2) service: layanan yang diberikan harus cepat dengan kualitas pelayanan yang baik, maka sumber daya tenaga dan ketrampilan yang dimiliki staf harus terjamin

(3) cleanliness & conducive atmosphere: kebersihan produk yang dijual harus terjaga dengan baik dengan didukung oleh atmosfir yang bersahabat

(4) food quality: cita rasa makanan yang disajikan harus terjamin mutunya dengan cara menjaga kualitas kebersihan makanan itu

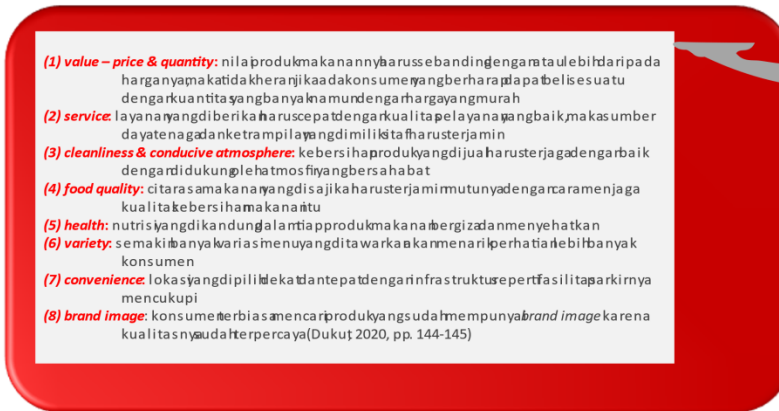
(5) health: nutrisi yang dikandung dalam tiap produk makanan bergizi dan menyehatkan

(6) variety: semakin banyak variasi menu yang ditawarkan akan menarik perhatian lebih banyak konsumen

(7) convenience: lokasi yang dipilih dekat dan tepat dengan infrastruktur dengan fasilitas parkir

(8) brand image: konsumen ada yang memilih produk yang punya *brand image* yang kualitasnya sudah terpercaya (Dukut, 2020, hal. 144-145)

KRITERIA MAKANAN CEPAT SAJI



25

Gambar 18. Delapan kriteria makanan cepat saji

Di rest area tol biasanya ada warung makan yang buka selama 24 jam. Menurut salah satu kasir yang bekerja di warung Angkringan,warungnya dapat buka seharian karena ada karyawan yang masuk dengan 3 shift jam kerja (lihat Gambar 19). Menurutnya sebagian besar pengunjung datang untuk membeli sarapan yang mengenyangkan. Kenyataan bahwa pengunjung memilih untuk makan kenyang pada saat sarapan daripada untuk makan siang kemungkinan ada alasan bahwa Sebagian besar konsumen memilih untuk berangkat pagi tanpa sarapan. Oleh karenanya, sarapan dilakukan di rest area. Selain sarapan, mandi pun juga dilakukan di rest area daripada di rumah karena ada anggapan bahwa berangkat sejak jam 3 pagi lebih bermanfaat. Pada jam segitu belum banyak orang yang bepergian lewat jalan tol, dan pada saat matahari sudah bersinar, sudah saatnya untuk istirahat sejenak sambil sarapan itu.Setelah sarapan, ada kemungkinan juga bahwa mereka yang melakukan perjalanan tidak berhenti lagi karena tujuan yang ingin dicapai sudah dekat. Maka dengan demikian fasilitas di di rest area harus *clean*, dengan didukung oleh *conducive atmosphere*, *convenient location*, *healthy food*, dan tempat makannya mendukung pelayanan yang sifatnya *self-service*, dan *quick servicedengan* macam makanan yang *various*. Beruntung bahwa menurut observasi kami, rest area KM 429 memperlihatkan makanannya yang terjamin tetap segar dan menyehatkan sehingga tetap dikunjungi oleh konsumen.

PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DENGAN HIGIENITAS MAKANAN

Dr. Laksmi Hartajanie

Jalan tol merupakan jalan yang digunakan orang untuk mencapai tujuan ke suatu tempat dengan cepat. Namun selama perjalanan, ada kemungkinan orang mampir ke rest area untuk mengisi BBM maupun mengisi perut. Berdasarkan pengamatan di rest area km 429 ada 2 tipe gerai makanan, yaitu tipe *high end*, *middle end*, dan *low end*. Masing-masing tipe gerai ada yang menyajikan makanan sesuai pesanan maupun makanan siap saji.



Gambar 20. Contoh gerai makanan high end



Gambar 21. Contoh makanan di gerai high end



Gambar 22. Contoh gerai makanan middle end



Gambar 23. Contoh gerai makanan low end

Yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana dengan kebersihannya? Pada beberapa gerai, makanan disajikan secara terbuka. Seperti yang kita ketahui kontaminasi bisa datang dari udara sekitar, penjual, dan pembeli. Kontaminasi ini bisa dicegah dengan menempatkan makanan siap saji di etalase tertutup (gambar 22 a), makanan dibungkus daun atau plastik (gambar 23 a), bahan makanan mentah disimpan di lemari pendingin (gambar 23 c).

Sebagai penutup, dapat disimpulkan bahwa higienitas makanan di rest area km 429 beragam. Higienitas makanan tidak dipengaruhi oleh segmen pasar. Hal ini menjadi catatan untuk pengelola gerai supaya memperhatikan higienitas makanan yang dijualnya dengan cara menyajikan makanan siap saji di etalase tertutup, penjual mengenakan masker dan sarung tangan, dan ada tempat cuci tangan di setiap gerai.

PENJAMINAN MUTU MAKANAN REST AREA TOL KM 429 DAN HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP JALAN TOL DENGAN PERLAKU MAKAN GENERASI Z

Dr. Christin Wibhowo

Generasi Z adalah individu yang lahir antara 1995-2012 (Stillman & Stillman,2017). Beberapa perilaku generasi Z, termasuk perilaku makan, tidak hanya didasari oleh kebutuhan untuk memenuhi rasa lapar namun juga karena adanya motif sosial. Motif sosial yaitu proses mengabadikan makanan dan minuman mengunggahnya ke media sosial, demi kepentingan terwujudnya motif komunikasi (Irwanto & Hariatiningsih, 2019; Levy, dalam Witari,1997).

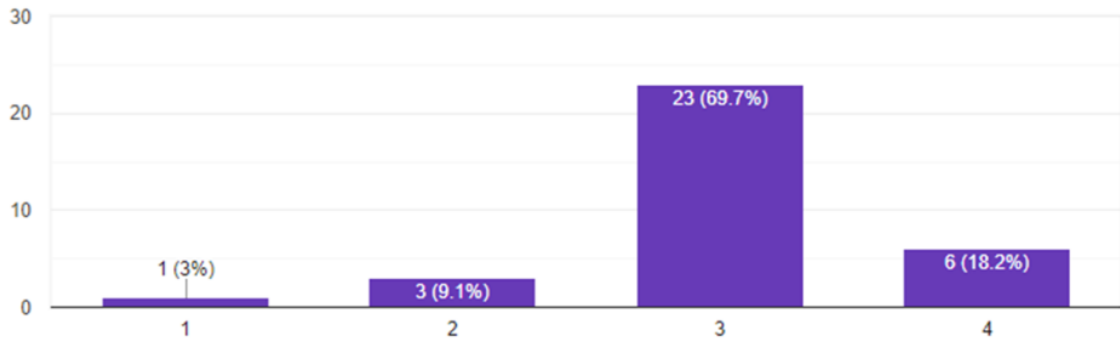
Perilaku makan dapat dilihat dari aspek-aspek perilaku makan menurut Levi (dalam Witari, 1997) yaitu keteraturan makan (seperti memperhatikan waktu makan (pagi, siang, malam), kebiasaan makan (cara makan, pemilihan tempat makan, dan aktivitas yang dilakukan ketika makan) serta alasan makan (kebutuhan fisiologis, kebutuhan psikologis dan kebutuhan sosial). Sedangkan faktor penyebab

perilaku makan dipengaruhi oleh persepsi (Sirait & Sarumpaet, 2012; Kusuma,Sari dan Nurhidayah, 2015). Persepsi terhadap rest area dapat dilihat dari aspek kognisi (berkaitan dengan cara berpikir) dan afeksi (perasaan individu terhadap rest area). Individu (dalam hal ini yaitu gen Z) yang berpikir bahwa rest area adalah tempat yang penting dan merupakan solusi untuk pengguna jalan tol yang akan istirahat, akan memiliki perilaku makan di rest area (untuk memenuhi kebutuhan fisik dan psikisnya).

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 30 partisipan (70% perempuan dan 30% laki-laki). Hasil penelitian dianalisis dengan program SPSS. Hasilnya yaitu ada hubungan antara persepsi terhadap jalan tol dengan perilaku makan generasi Z. Berikut adalah hasil penelitian:

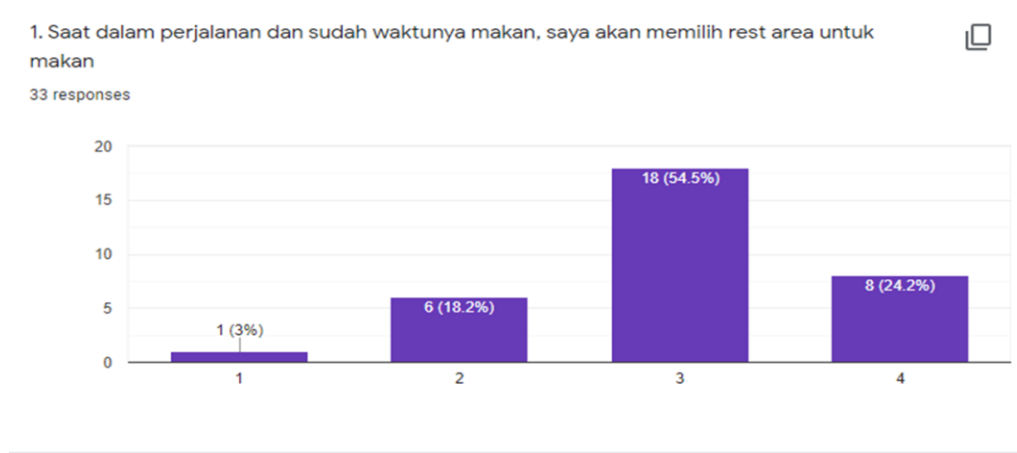
5. Banyak rest area yang sudah memenuhi syarat

33 responses



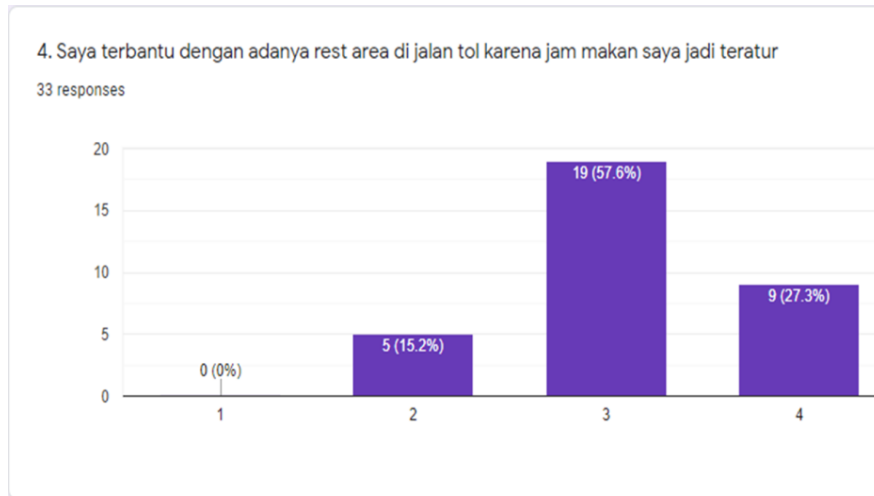
Gambar 24. Persepsi generasi terhadap rest area

Berdasar hasil penelitian, dapat diketahui bahwa Generasi Z (80%) menilai bahwa banyak rest area di jalan tol yang telah memenuhi syarat. Tempat makan di rest area juga menjadi pilihan bagi gen Z (78%) untuk beristirahat dan makan. Dapat dilihat dari Gambar 25:



Gambar 25. Rest area menjadi pilihan bagi gen Z untuk makan

Selanjutnya, sebanyak 84% gen Z menganggap bahwa rest area membantu mereka untuk bisa makan tepat waktu.



Gambar 26. Tempat makan di rest area membuat perilaku makan jadi teratur

Selain itu, berdasarkan wawancara dapat disimpulkan bahwa dalam mencari tempat makan, Gen Z akan mempertimbangkan beberapa hal. Hal-hal yang dipertimbangkan antara lain karena makana di rest area sudah dikenal enak, pernah makan makanan itu di tempat lain. Kondisi tempat makan tidak 'sumuk' atau sejuk, dan lokasinya bisa untuk menikmati pemandangan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran untuk rest area yaitu Penjaminan mutu dipertahankan atau ditingkatkan karena terkait dengan perilaku makan dan makanan disajikan secara menarik di ruangan yang nyaman

REFERENSI

Dukut, E.M. (2020). Jajanan Jalan Tol – Budaya Populer Makanan Cepat Saji. Dalam E. M. Dukut, Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa (hal. 160-173). Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata. Dipetik September 26, 2020, dari https://play.google.com/store/books/details/Ekawati_Marhaenny_Dukut_Dampak_Jalan_Tol_terhadap?id=7JfwDwAAQBAJ

Dukut, E.M. (2018) *The Use of Digital Media in the Classroom (Penggunaan Media Digital di Dalam Kelas)*. Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=7doKc8EAAAAJ&citation_for_view=7doKc8EAAAAJ:5qfkUJPXOUwC

<https://www.inibaru.id/hits/5-rekomendasi-rest-area-sepanjang-tol-trans-jawa-di-jawa-tengah>

<https://www.newfoodmagazine.com/article/115046/quality-assurance-the-greatest-business-strategy/>

- Irwanto & Hariatiningsih. (2019, Desember). Aktivitas santap dan minum Generasi Z pada media sosial Instagram. *MediaTor*, 12 (920), hal. 141-154
- Sirait, L.M; Sarumpaet, S. (2012). Hubungan komponen Health Belief Model (HBM) dengan penggunaan kondom pada anak buah kapan (ABK) di Pelabuhan Belawan. *Jurnal Precure.*, 1, (1).
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work—How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York-US: HarperCollins Publishers Inc.
- Witari, D. (1997). *Perilaku Makan pada Remaja Ditinjau dari Harga Diri*. Skripsi (tidak diterbitkan). Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata



Dr. Lindayani
Fakultas Teknologi Pertanian



Dr. Christin Wibhowo
Fakultas Psikologi



Dr. Ekawati Marhaenny Dukat
Fakultas Bahasa dan Seni



Dr. Laksmi Hartajanie
Fakultas Teknologi Pertanian



Dr. Lindayani adalah Dosen teknologi pertanian jurusan teknologi pangan. Kepakaran di bidang mikrobiologi pangan, fermentasi pangan. Melakukan pengabdian masyarakat dan penelitian dalam bidang pangan khususnya yang berhubungan dengan mikrobiologi dan keamanan pangan.

Dr. Laksmi Hartajanie adalah Dosen teknologi pertanian jurusan teknologi pangan. Kepakaran di bidang mikrobiologi pangan, fermentasi pangan, pengolahan pangan, dan pangan fungsional.

Dr. Ekawati Marhaenny Dukut adalah dosen Progdil Sastra Inggris di Fakultas Bahasa dan Seni yang meneliti tentang Kajian Budaya, khususnya Budaya Populer yang dapat dibedah dengan Budaya Hibrida, Hegemoni, Transnasionalisasi ataupun Transformasi Digital Media.

Dr. Christine Wibhowo adalah dosen Fakultas Psikologi yang penelitiannya tentang kepribadian ambang selain memusatkan perhatiannya pada masalah pengasuhan (parenting) dan pernikahan yang berbicara tidak hanya berdasarkan teori tapi juga dari pengalaman pribadi.



The Java Institute

Unika Soegijapranata



ISBN 978-623-7635-73-4 (PDF)



9

786237

635734

<https://www.newfoodmagazine.com/article/115046/quality-assurance-the-greatest-business-strategy/>