

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Tren konsumsi *snack* sekarang semakin meningkat. Peningkatan tersebut bukan hanya pada masyarakat yang memiliki waktu luang, tapi juga mereka yang tidak mempunyai waktu luang. Bagi mereka yang mempunyai waktu luang, *snack* adalah pangan ringan yang dikonsumsi saat luang. Sedangkan bagi mereka yang tidak mempunyai waktu luang, *snack* adalah pangan yang dapat dikonsumsi secara cepat tanpa harus menyediakan waktu khusus untuk mengonsumsi pangan tersebut.

Menghadapi hal tersebut, industri pangan berinisiatif untuk mengembangkan berbagai *snack*. Hal itu meningkatkan keanekaragaman *snack*. Padahal *snack* yang semakin beraneka ragam tersebut dapat memberikan semakin banyak pilihan *snack* pada konsumen. Semakin banyak pilihan *snack* yang ada dapat menyebabkan preferensi dan pola konsumsi *snack* tersebut berubah-ubah.

Salah satu tahap pengenalan pola konsumsi menurut Solomon (2001) adalah *making independent purchases*. Tahap ini berlaku untuk orang usia lebih dari 8 tahun, dimana orang dapat memberikan keputusan produk apa yang dipilih atau dibeli tanpa bantuan orang lain. Demikian pula halnya dengan remaja (usia 10-15 tahun). Ketidakstabilan preferensi dan pola konsumsi *snack* khususnya pada remaja (orang usia 10-15 tahun) sering terjadi akhir-akhir ini. Oleh karena itu, perlu diadakan pengelompokan remaja berdasarkan preferensi dan pola konsumsi *snack* pada remaja. Pengelompokan siswa tersebut lazim disebut dengan istilah *clustering*. Dengan pengelompokan ini diharapkan perusahaan-perusahaan dapat merancang dan mengembangkan agenda produksi *snack* yang sesuai dengan preferensi dan pola konsumsi *snack* remaja.

1.2. Tinjauan Pustaka

Preferensi konsumen terhadap *snack* merupakan ukuran tentang suka atau tidak sukanya konsumen terhadap *snack* yang dikonsumsi (Suhardjo, 1989 dalam Suyantohadi *et al.*, 2000). Selain itu, preferensi dapat didefinisikan sebagai pilihan suatu subjek dibandingkan dengan subjek lainnya (Amerine *et al.*, 1965 dalam Ressurrection, 1998).

Menurut Farley *et al.* (2009), preferensi terhadap *snack* dipengaruhi oleh jenis *snack*. Jaman sekarang, *snack* (baik makanan maupun minuman) dibedakan menjadi 6 jenis, yaitu:

- *Candy* (kembang gula)
- *Sweetened beverage* (minuman dengan kadar gula yang tinggi)
- *Salty snack* (makanan kecil yang mengandung kadar garam/natrium tinggi)
- *Baked sweet* (*snack* panggang dengan kadar gula yang tinggi)
- *Coffee* (minuman berkafein tinggi)
- *Frozen sweet* (*snack* yang dibekukan).

Dari klasifikasi diatas , dapat diketahui bahwa terdapat *snack* yang berfungsi sebagai makanan, yaitu : kembang gula, *salty snack*, *baked sweet*, *frozen sweet*. Contoh dari kembang gula adalah permen, dan *marshmallow*. Contoh dari *salty snack* adalah keripik, krakers. Contoh dari *snack* panggang yang berkadar gula tinggi adalah kentang panggang. Contoh dari *snack* yang dibekukan adalah butiran jagung beku, butiran kacang polong beku, dan kentang *crispy* yang dibekukan. Sedangkan *snack* yang berbentuk minuman diklasifikasi menjadi dua yaitu: *sweetened beverage*, dan *coffee*. Yang dimaksud dengan minuman yang berkadar gula tinggi adalah minuman bersoda. Sedangkan contoh dari minuman berkafein tinggi, adalah kopi. Menurut Piernas & Popkin (2010), *snack* yang paling disukai remaja adalah *salty snack* dan *candy*. Sedangkan *snack* yang mengandung kalori terbesar adalah *sweetened beverage*.

Menurut Engel *et al.* (1995) dalam Simamora (2002), pola konsumsi adalah kumpulan tindakan yang langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Menurut Suyantohadi *et al.* (2000) pula , pola konsumsi adalah salah satu perilaku manusia yang paling mendasar. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi. Akamatsu (2011) mengatakan bahwa pola konsumsi dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu:

- karakteristik responden (jenis kelamin, *Body Mass Index (BMI)*, tingkat pendidikan yang sedang ditempuh)
- pengendalian diri (*self efficacy*)

- perilaku (*behavior*)
- pengetahuan (*knowledge*)
- motivasi saat mengonsumsi *snack* (*motivation*).

Menurut Ma *et al.* (2010), acuan nilai percentil *BMI* yang bagus adalah nilai percentil *BMI* dari *Learning Management System (LMS)*. Dengan membandingkan *BMI* remaja tersebut dengan *BMI LMS*, remaja berumur 7-18 (termasuk didalamnya usia 9.5 hingga 15.5) dapat dikelompokkan menjadi tiga *cluster*, yaitu :

- *Cluster 1*, terdiri dari remaja yang mempunyai *BMI* dibawah persentil ke-10 *BMI standard (underweight)*.
- *Cluster 2*, terdiri dari remaja yang mempunyai *BMI* diantara persentil ke-10 dan persentil ke-90 *BMI standard* (remaja berberat badan normal).
- *Cluster 3*, terdiri dari remaja yang mempunyai *BMI* diatas persentil ke-90 *BMI standard (overweight)*.

Selain jenis kelamin, berat badan, dan tingkat pendidikan, menurut Girju *et al.* (2010), umur juga dapat mempengaruhi pola konsumsi.

Di sisi lain, Sebastian *et al.* (2010) menyatakan bahwa pada tahun 2005-2006, remaja setidaknya mengonsumsi satu *snack* setiap hari. Ditambah lagi menurut Piernas & Popkin (2010), rata-rata orang yang berumur 2-18 tahun (termasuk didalamnya remaja) mengonsumsi *snack* minimal tiga jenis setiap hari. Penelitian mereka tahun 1977 hingga 2006 menyatakan bahwa persentase konsumen *snack United State* yang berusia 7-18 tahun terus meningkat. Selain itu, menurut Emalia *et al.* (2009), mengungkapkan bahwa sebagian besar remaja di Palembang tahun 2009 suka mengonsumsi berbagai jenis *snack*. Selain itu, Pineda & Kleiner (2005) juga menyatakan bahwa kebutuhan *snack* remaja cenderung berubah-ubah. Keanekaragaman *snack* yang beredar pada dunia remaja tersebut dapat menyebabkan ketidakstabilan preferensi dan pola konsumsi *snack*. Oleh karena itu, perlu diadakan pengelompokkan remaja berdasarkan preferensi dan pola konsumsi *snack*.

Alat yang digunakan untuk mengelompokkan orang berdasarkan keragaman preferensi dan pola konsumsi *snack* suatu populasi adalah analisis *cluster*. Analisis *cluster* adalah

suatu kelas teknik yang dipergunakan untuk mengklasifikasi objek atau kasus (responden) ke dalam kelompok yang relative homogen, yang disebut *cluster* (Supranto, 2004). Tujuan utama analisis *cluster* adalah mengelompokkan obyek-obyek berdasarkan kesamaan karakteristik diantara obyek-obyek tersebut. Obyek tersebut dapat berupa: produk (barang dan jasa), benda (tumbuhan atau lainnya), serta orang (responden, konsumen, atau yang lainnya). Obyek tersebut akan diklasifikasikan ke dalam satu atau lebih *cluster* (kelompok) sehingga obyek-obyek yang berada dalam satu atau lebih *cluster* (kelompok) sehingga obyek-obyek yang berada dalam satu *cluster* akan mempunyai kemiripan satu dengan yang lain. (Santoso, 2002).

Metode *cluster* dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- Metode *Hierarchical Clustering*. Langkah ini berfungsi untuk menyajikan *dendogram*. Menurut Supranto (2004), *dendogram* (*tree graph*) adalah suatu alat grafis untuk menyajikan hasil pengklasteran. Garis vertical atau tegak mewakili *Cluster* yang digabung bersama. *Dendogram* harus dibaca dari kiri ke kanan. Posisi garis pada skala menunjukkan jarak (*distance*) untuk mana *cluster* digabung. Salah satu metode *Hierarchical Clustering* adalah *Nearest Neighbor*. *Nearest Neighbor* adalah metode yang mengukur kedekatan suatu kasus dengan kasus lainnya. Kedekatan biasanya berada pada nilai antara nol s/d satu. Nilai nol artinya kedua kasus secara mutlak tidak mirip, sebaliknya untuk nilai satu kasus mirip dengan mutlak (Jananto *et al.* 2010).
- Metode *non Hierarchical Clustering*. Metode ini disebut dengan *K-means clustering*. Metode ini memproses semua objek (*variable*) secara sekaligus. Proses ini dimulai dengan penentuan jumlah *cluster* terlebih dahulu, misalnya ditentukan tiga *cluster*, atau angka lainnya (Santoso, 2009).

Menurut Bryant (2004), tidak semua siswa SD dapat digunakan sebagai populasi penelitian. Siswa kelas 4, 5, dan 6 cocok diposisikan sebagai populasi penelitian. Hal itu karena siswa kelas 4, 5, dan 6 sudah mempunyai pemikiran yang lebih dewasa daripada siswa SD dengan tingkat pendidikan di bawahnya. Pemikiran tersebut termasuk pemikiran yang berhubungan dengan *snack*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengelompokkan siswa Kranggan kelas 4, 5 dan 6 dan SMP Salomo 2, Semarang berdasarkan preferensi dan pola konsumsi *snack*. Selain itu, juga untuk mengamati apakah terjadi perbedaan preferensi dan pola konsumsi *snack* pada siswa kelas 4-9.

