



KODE ARTIKEL : SPM-25-5-2-9

## Model Integrasi Lembaga Regional Dalam Meningkatkan Eksistensi Makanan Tradisional Di Kabupaten Banyumas

Irma Suryahani, Goro Binardjo, Dedi Supriadi, Herdan Andien, Muhammad Rosyada

Universitas Jenderal Soedirman

\*email korespondensi : irma.suryani@unsoed.ac.id

### ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, perubahan pada pola konsumsi masyarakat mulai bergeser dari tradisional menjadi modern sehingga mempengaruhi eksistensi makanan tradisional, salah satunya di Banyumas. Banyumas memiliki berbagai pusat kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan makanan tradisional di Pasar Pratistha Harsa Banyumas dan Menyusun Model Integrasi Kelembagaan Daerah dalam Meningkatkan Eksistensi Makanan Tradisional (studi kasus di Kab. Banyumas). Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengidentifikasi pengaruh variabel faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan makanan tradisional dan Almost Ideal Demand System (AIDS) yang merupakan model ideal dalam menganalisis permintaan. Menggunakan analisis MACTOR (Matrix of Alliances and Conflicts Tactics, Objectives and Recommendations) digunakan untuk menyusun model Model Integrasi Kelembagaan Daerah dalam meningkatkan eksistensi makanan tradisional yang sesuai di Kabupaten Banyumas.

**Kata kunci** : Mactor, AIDS model, harga, selera, permintaan makanan tradisional, tempat makan

### PENDAHULUAN

Makanan tradisional merupakan manifestasi representatif dari warisan budaya Indonesia, ditandai dengan kekhasan dan keragaman regional, tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Makanan tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan gizi, tetapi juga berperan dalam menjaga hubungan antarpribadi, melambangkan identitas komunitas tertentu, dan dapat diperdagangkan untuk mendukung ekonomi lokal (Suter, 2014).

Pembelian makanan dan minuman di daerah pariwisata menyumbang sepertiga dari total pengeluaran wisatawan (Green & Dougherty, 2009). Melalui perjalanan, para wisatawan akan mendapatkan pengalaman dengan makanan dan minuman tradisional di daerah tersebut. Wisatawan tidak hanya melakukan perjalanan, tetapi juga belajar tentang budaya dan kearifan lokal (Karim & Chi, 2010).

Berbagai wilayah di Indonesia memiliki beragam masakan, camilan, dan makanan tradisional yang berbeda. Makanan tradisional menjadi ikon atau daya tarik unik dari suatu daerah dalam menarik wisatawan. Selain itu, wisatawan dapat membeli makanan tradisional ini untuk dibawa pulang sebagai salah satu hasil perjalanan mereka. Makanan tradisional tidak hanya dinikmati oleh wisatawan sebagai tujuan wisata, tetapi juga oleh penduduk lokal yang secara rutin mengonsumsi makanan khas daerah mereka sendiri.

Dengan berjalannya waktu, gaya hidup masyarakat telah mengalami perubahan dalam kebiasaan dan tradisi. Hal ini erat kaitannya dengan konsumsi makanan, yang dianggap sebagai bentuk identitas nasional, juga dapat mengalami pergeseran nilai-nilai sosial. Hal ini dapat menyebabkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi. Hal ini terlihat dalam fenomena banyak generasi muda lebih memilih makanan modern daripada masakan tradisional (Ohy et al., 2020). Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 1)
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 1)
3. Untuk menganalisis peran setiap lembaga yang ada di masyarakat dalam meningkatkan keberadaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 2)
4. Untuk mengembangkan model integrasi lembaga lokal guna meningkatkan keberadaan pangan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 2)



Penelitian ini tentang penelitian multi-tahun yang dilakukan selama dua tahun, sehingga tujuan dari studi ini terdiri dari:

1. Untuk menganalisis permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 1)
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 1)
3. Untuk menganalisis peran masing-masing lembaga di masyarakat dalam meningkatkan keberadaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 2)
4. Untuk mengembangkan model integrasi institusi regional dalam meningkatkan keberadaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas (Tahun 2)

## MATERI DAN METODE

### Teori Permintaan

Permintaan mengacu pada jumlah yang diminta dalam hal harga. Ini mewakili permintaan tinggi atau rendah akan barang dan jasa dari pembeli. Dalam bidang ekonomi, permintaan adalah jumlah barang yang tersedia dan dapat dibeli dengan berbagai harga, selama periode waktu tertentu, dengan asumsi faktor lain tetap tidak berubah. Jumlah barang atau jasa yang dapat dibeli dengan harga yang berbeda-beda selama periode waktu tertentu, dengan asumsi barang lain tetap konstan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Saino, (2021) menjelaskan adanya faktor produk dan faktor budaya yang mempengaruhi permintaan makanan tradisional. Yulianti, (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor kepribadian memiliki pengaruh terbesar pada permintaan makanan tradisional, selain faktor lain seperti harga, promosi, budaya, pengetahuan, lokasi, pengalaman, dan gaya hidup.

### Preferensi pada Makanan Tradisional

Makanan tradisional menjadi salah satu tujuan wisata. Para wisatawan akan memiliki pengalaman yang berbeda saat menikmati masakan lokal. Hal ini karena hidangan lokal yang unik tidak dapat ditemukan di daerah lain (Harsana & Triwidayati, 2020). Selain itu, makanan merupakan kebutuhan dasar dan oleh karena itu tidak dapat dipisahkan dari setiap perjalanan yang dilakukan (Blichfeldt et al., 2010).

Para calon wisatawan akan menentukan segmen pasar baru terkait kuliner lokal. Wisatawan cenderung mencari pengalaman otentik yang membuat mereka kembali berkunjung ke tempat tersebut. Berbagai atraksi wisata seperti keindahan alam dan makanan tradisional unik dapat menarik minat wisatawan untuk datang. Pariwisata kuliner bukan hanya tentang pengetahuan budaya lokal, tetapi juga tentang keterbukaan, adaptasi, dan pengalaman petualangan (Kim et al., 2009).

### Analisis Stakeholder Pada Mactor

Analisis pemangku kepentingan dapat didefinisikan sebagai pendekatan dan prosedur yang digunakan untuk memahami suatu sistem melalui identifikasi pemangku kepentingan kunci dari sistem tersebut dan menilai minat mereka terhadap suatu model (Gimble & Chan, 1995).

Menurut Oktavia & Saharuddin (2013), pemangku kepentingan adalah seseorang atau kelompok yang memiliki pengaruh atau dapat dipengaruhi untuk mencapai tujuan program. Ramirez (1999) juga mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai dasar tertentu, yang dapat dilihat dari sudut kekuatan dan minat relatif pemangku kepentingan terhadap isu, atau dari sudut posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki.

Menurut Brown et al, (2001), klasifikasi pemangku kepentingan terdiri dari tiga kategori. Stakeholder eksternal adalah individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi hasil dari suatu proses melalui lobi kepada para pengambil keputusan, namun kepentingan mereka tidak begitu penting.

a). Stakeholder primer adalah individu atau kelompok yang memiliki sedikit pengaruh pada hasil kebijakan, tetapi kesejahteraan mereka penting bagi para pembuat kebijakan.

b). Stakeholder sekunder adalah pihak-pihak yang dapat mempengaruhi keputusan yang diambil karena mereka merupakan bagian besar dari para pembuat kebijakan dan terlibat dalam implementasi kebijakan. Mereka relative tidak begitu penting, sehingga tingkat kesejahteraan mereka bukanlah prioritas.

c). Stakeholder eksternal adalah individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi hasil dari suatu proses melalui lobi kepada para pengambil keputusan, namun kepentingan mereka tidak begitu penting.

Para pemangku kepentingan kunci adalah pemangku kepentingan yang memiliki otoritas hukum dalam pengambilan keputusan. Para pemangku kepentingan kunci ini terdiri dari elemen eksekutif sesuai dengan tingkat mereka, legislatif, dan lembaga. Dalam konteks konflik sumber daya alam, analisis pemangku



kepentingan memberikan kerangka kerja untuk memahami siapa yang terlibat, minat mereka, dan bagaimana pemangku kepentingan saling terhubung dalam pengambilan keputusan.

Analisis ini memberikan pemahaman yang baik tentang siapa yang mempengaruhi dan aktif berpartisipasi dalam pengelolaan sumber daya alam (Ramirez, 1999). Analisis pemangku kepentingan adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari kelompok atau individu terkait situasi tertentu, memberikan informasi, menjelaskan konflik yang terjadi, dan kondisi yang memungkinkan untuk kompromi (Brown et al., 2001).

Pemetaan pemangku kepentingan menurut Brown et al., 2001 dikategorikan ke dalam berbagai kelompok berdasarkan tingkat kepentingan, kapasitas, dan relevansinya dengan isu inti, yaitu:

- a) Profil dari para aktor utama (individu/institusi, alamat, kegiatan, profesi)
- b) Minat para aktor utama dalam proses partisipatif
- c) Pengalaman dalam mempromosikan upaya partisipatif
- d) Deskripsi mengenai kondisi saat ini terkait proses

#### METODE

Metode analisis dimulai dengan mengidentifikasi pengaruh variabel independen seperti harga, usia, pendidikan, preferensi, dan promosi terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Model analisis diubah menjadi persamaan berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

Informasi:

- Y = Permintaan Makanan Tradisional.
- $\beta_0$  = Konstan
- $\beta_1$  = Harga
- $\beta_2$  = Usia
- $\beta_3$  = Pendidikan
- $\beta_4$  = Preferensi
- $\beta_5$  = Promosi
- $\epsilon$  = error

Sebelum melakukan pengujian regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan Uji Asumsi Klasik, yang terdiri dari tiga uji: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, uji F simultan, dan uji t parsial (Ghozali, 2018).

Metode analisis yang digunakan untuk penelitian tentang permintaan makanan tradisional Banyumas di Pasar Pratistha Harsa adalah menggunakan pendekatan Sistem Permintaan Hampir Ideal (AIDS) yang dirumuskan oleh Deaton & Muelbauer (1980):

$$W_i = \alpha_i + \sum_j \gamma_{ij} \text{Log} P_j + \beta_i \text{Log} \left( \frac{X}{P^*} \right)$$

Dijelaskan bahwa  $i_j$  menunjukkan makanan tradisional seperti mendoan, soto, kraca, nopia, dan getuk goreng.  $W_i$  adalah bagian dari kategori makanan tradisional  $i$  terhadap total pengeluaran untuk semua makanan tradisional ( $w_i = p_{iq}/x$ ),  $\alpha$ ,  $\beta$ , dan  $\gamma$  adalah parameter regresi untuk intercept, pengeluaran makanan tradisional, harga agregat.  $P_j$  adalah harga yang dikenakan pada makanan tradisional  $j$  ( $P_j = \sum W_k P_k$ ),  $X$  adalah total pengeluaran makanan tradisional,  $P^*$  adalah indeks harga batu, di mana  $\text{Log } P^*$  adalah  $\sum W_i \text{Log} P_i$ .

Persamaan di atas sesuai dengan teori permintaan, jika batasan-batasan berikut terpenuhi: (a) batasan penjumlahan:  $\sum \alpha_i = 1$ ,  $\sum \gamma_{ij} = 0$ ,  $\sum \beta_i = 0$ , (b) batasan homogenitas:  $\sum \gamma_{ij} = 0$ , dan pembatasan simetris:  $\gamma_{ij} = \gamma_{ji}$ .

Melalui sifat agregasi, penambahan berarti bahwa jumlah permintaan adalah pengeluaran. Sifat homogenitas berarti bahwa permintaan homogen pada derajat nol terhadap harga dan pengeluaran. Sifat simetri berarti elastisitas silang permintaan bersifat simetris (terbalik). Dalam model AIDS, sifat elastisitas permintaan juga ditentukan. Elastisitas permintaan dapat ditekan sebagai berikut: (a) elastisitas harga barang ( $\gamma_{ij} - \beta_i/W_i$ ), (b) elastisitas silang  $\epsilon_{ij} = (\gamma_{ij} - \beta_i W_j)/W_i$  ( $i \neq j$ ) (c) elastisitas pendapatan  $\eta_i = 1 + \beta_i/W_i$ .

Selanjutnya, setelah memperoleh analisis perilaku konsumen makanan tradisional, akan dilakukan wawancara mendalam dengan lembaga masyarakat yang sudah ada dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif (Mactor). Mactor adalah perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis daya saing para pelaku, hubungan kekuasaan antara pelaku, dan sikap pelaku terhadap tujuan. Mactor juga digunakan untuk

menganalisis kekuatan antara tujuan dan faktor-faktor. Mactor merupakan singkatan dari Matriks Aliansi dan Taktik Konflik, Objektif, dan Rekomendasi. Perangkat lunak ini dikembangkan oleh Michel Godet and François Bourse di 1989-1990. Maktor digunakan sebagai alternatif untuk alat analisis kontemporer berbasis kuantitatif dan kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Objek Penelitian

Kabupaten Banyumas adalah salah satu kabupaten di Indonesia yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, dengan ibu kotanya adalah Purwokerto. Kabupaten Banyumas didirikan pada tanggal 8 Agustus 1950 berdasarkan Undang-Undang No 13 tahun 1950. Secara geografis, Kabupaten Banyumas terletak antara garis Bujur Timur 108<sup>o</sup> 39'17" hingga 109<sup>o</sup> 27'15" dan garis Lintang Selatan 7<sup>o</sup> 15'05" hingga 7<sup>o</sup> 37'10", yang berarti berada di belahan bumi selatan khatulistiwa (Rahayu, 2016).

Banyumas, sebagai salah satu wilayah di Jawa Tengah, dikenal dengan makanan tradisional uniknya seperti nopia dan tempe mendoan. Tempe mendoan, camilan yang terbuat dari tempe yang diiris tipis, digoreng dengan adonan tepung hingga setengah matang dan tidak terlalu renyah. Hidangan ini telah dikenal luas di luar Banyumas dan memiliki asal-usul pada era kolonial Belanda (Arifianto & Nofrizaldi, 2020).



Source: Visit Jawa Tengah, 2022

Mendoan dan Nopia Banyumas

Ada juga makanan khas, yaitu nopia yang mirip dengan pia namun memiliki perbedaan. Nopia memiliki tekstur kering di bagian luar dengan isian di dalamnya. Nopia terbuat dari adonan tepung yang diisi dengan gula merah yang kemudian dimasak melalui cara unik, yaitu dimasukkan ke dalam oven tanah liat (Arifianto & Nofrizaldi, 2020).

Kraca adalah kuliner khas Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, yang bahan dasarnya adalah siput kecil. Siput-siput kecil ini sering diperoleh dari sawah dan kemudian diolah dengan diberi kuah. Rasanya gurih dan lezat dengan campuran bawang, pala, merica, garam, dan rempah-rempah lainnya.



Source: Visit Jawa Tengah, 2022

Kraca Banyumas

Sokaraja adalah salah satu kecamatan di Banyumas yang memiliki lalu lintas yang cukup sibuk. Lokasinya sangat strategis karena berfungsi sebagai titik hubungan antara Purwokerto, Banyumas, Purbalingga, dan Banjarnegara. Hal ini telah menyebabkan banyak berdirinya toko-toko, tempat makan, dan tempat istirahat bagi para pelancong. Di antara semuanya, penyebaran warung soto (sup tradisional Indonesia) di sepanjang

jalan di Sokaraja sangat mencolok. Soto Sokaraja dapat ditemukan di sepanjang jalan, mulai dari warung pinggir jalan kecil hingga restoran dengan fasilitas yang memadai.

Yang baru saja dibuka, sementara yang lain telah beroperasi selama beberapa dekade, membuat Soto Sokaraja berbeda dari variasi soto lainnya di Indonesia adalah kombinasi saus kacang dengan bahan-bahan soto lainnya. Selain rasanya yang lezat, Soto Sokaraja juga memiliki latar belakang sejarah yang kaya. (Hidayat et al.,2023).

Getuk goreng adalah makanan khas otentik dari Sokaraja, Banyumas. Getuk goreng terbuat dari singkong, atau biasanya orang Banyumas menyebutnya budin, dengan tambahan gula Jawa untuk membuat getuk goreng ini manis dan gurih (Prayogo, 2014). Getuk goreng dibuat dengan singkong sebagai bahan dasar yang diolah hingga menjadi lembut, makanan ini dikenal sebagai Getuk Goreng Sokaraja karena merupakan salah satu makanan khas dari Kecamatan Sokaraja. (Arifiyanto & Nofrizaldi, 2020).



Source: Visit Jawa Tengah, 2021

Soto dan Getuk Goreng Sokaraja

## 2. Karakteristik dari Responden

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survei kepada pembeli makanan tradisional di wilayah Banyumas Tengah, khususnya di sekitar Sawangan, Kedungwuluh, Purwokerto Barat, dan Sokaraja. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai lebih dari 100 orang yang tertarik untuk membeli makanan tradisional di daerah tersebut.

### Respondent's Distribution by Ages

Age (Year)	Frequency	Percentage
32 – 39	6	6
40 – 47	32	32
48 – 55	43	43
56 – 63	16	16
64 – 71	3	3
Total	100	100

Source: Pengolahan Data Primer, 2024

### Respondent's Distributon by Gender

Gender	Frequency	Percentage
Male	28	28
Female	72	72
Total	100	100

Source: Pengolahan Data Primer, 2024

### Respondent's Distribution by Education

Education	Frequency	Percentage
Not Finished	0	0
Junior – Senior High School	76	76
Diploma	5	5



Bachelor	19	19
Master and Doctoral	0	0
Total	100	100

Source: Primary Data Processed, 2024

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Multiple Linear Regression Analysis

Source: SPSS Result, 2024

Variable	Coef (B)	t	Sign
Constant	-114454,936	-6,587	0,000
Pr*	10562,992	8,691	0,000
Age	168,500	0,863	0,390
Edu	1004,993	1,133	0,260
Ts*	8189,074	8,009	0,000
Pro	-13263,718	-2,381	0,019

\* Penting dalam hal ini  $\alpha$  5 %

Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, hasil dari persamaan model diperoleh sebagai berikut:

$$D = -114454,936 + 10562,992Pr + 168,500Age + 1004,993Edu + 8189,074Ts - 13263,718Pro$$

Penjelasan berikut mengenai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen:

- Nilai tetapnya adalah 114454,936 dengan nilai negatif. Ini menunjukkan bahwa jika semua variabel tidak berubah atau tetap (konstan), permintaan makanan tradisional Banyumas akan berkurang sebesar 114454,936 ribu rupiah per bulan.
- Nilai koefisien persepsi harga adalah 10562,992 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi bahwa harga terjangkau makanan tradisional Banyumas akan meningkatkan permintaan makanan tradisional sebesar 10562,992 ribu rupiah per bulan.
- Nilai koefisien usia adalah 168.500 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan usia sebesar 1 tahun akan meningkatkan permintaan makanan tradisional sebesar 168.500 ribu rupiah per bulan.
- Nilai koefisien pendidikan adalah 1004.993 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan tingkat pendidikan selama 1 tahun akan meningkatkan permintaan makanan tradisional sebesar 1004.993 ribu rupiah per bulan.
- Nilai koefisien preferensi adalah 8189.074 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki preferensi yang baik atau sesuai dengan makanan tradisional Banyumas, yang akan meningkatkan permintaan makanan tradisional sebesar 8189.074 ribu rupiah per bulan.
- Nilai koefisien promosi adalah 13263,718 dengan nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang banyak melakukan promosi secara langsung (memberikan diskon dan penawaran di outlet) atau melalui media sosial akan mengurangi permintaan makanan tradisional sebesar 13263,718 ribu rupiah per bulan.

### 4. Normality Test

Normality Test

Model	Test Statistic	Asymp. Significant	Result
Unstandardized Residual	0,078	0,141	Normal distributed data

Source: SPSS Result, 2024

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov Smirnov, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,141, nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal atau lolos uji normalitas.

### 5. Heteroscedasticity Test

Heteroscedasticity Test



Variable	Coef (B)	Sign	Result
Pr	1341,862	0,070	Homoscedasticity
Age	139,639	0,238	Homoscedasticity
Edu	-69,644	0,896	Homoscedasticity
Ts	328,483	0,595	Homoscedasticity
Pr	-2124,515	0,528	Homoscedasticity

Source: SPSS Result, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, variabel persepsi harga, usia, pendidikan, preferensi, dan promosi memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel ini bersifat homoskedastis atau tidak terjadi heteroskedastisitas, yang berarti model lulus uji heteroskedastisitas.

## 6. Multicollinearity Test

Multicollinearity Test

Variable	Tolerance	VIF	Result
Pr	0,267	3,742	Passing Multicollinearity
Age	0,926	1,080	Passing Multicollinearity
Edu	0,970	1,031	Passing Multicollinearity
Ts	0,146	6,848	Passing Multicollinearity
Pro	0,287	3,479	Passing Multicollinearity

Source: SPSS Result, 2024

Berdasarkan uji multikolinearitas, variabel persepsi harga, usia, pendidikan, preferensi, dan promosi memiliki nilai toleransi lebih dari 0,1, yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen dengan nilai lebih dari 95 persen, dan nilai Faktor Inflasi Varians (FIV) kurang dari 10, yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak mengalami multikolinearitas.

## 7. F Test

F Test

F-calculate	F-table	Significant	Result
216,556	2,31	0,000	Simultan

Source : Primary Data Processed, 2024

Diketahui bahwa nilai F dihitung sebesar 216,556 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F dari perhitungan lebih besar daripada nilai F tabel ( $216,556 > 2,31$ ) dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa persepsi terhadap harga, usia, pendidikan, preferensi, dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas secara simultan.

## 8. T Test

T Test

Variable	t-calculate	t-table	Significant	Result
Pr	8,691	1,985	0,000	Partial
Age	0,863	1,985	0,390	Non Partial
Edu	1,133	1,985	0,260	Non Partial
Ts	8,009	1,985	0,000	Partial
Pro	-2,381	1,985	0,019	Partial

Source: Primary Data Processed, 2024

- 1). Persepsi harga yang memengaruhi permintaan makanan tradisional Banyumas diterima.
- 2). Usia tidak berpengaruh pada permintaan makanan tradisional Banyumas.
- 3). Pendidikan memiliki pengaruh terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas.
- 4). Preferensi memengaruhi permintaan makanan tradisional Banyumas diterima.
- 5). Promosi memiliki pengaruh terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas yang diterima.

## 9. Uji Koefisien Penentuan

Coefficient Determination Test



R	R-Square	Adjusted R-Square	Std. Error of The Estimate
0,959	0,920	0,916	13812,55221

Source: Primary Data Processed, 2024

Nilai R Kuadrat yang disesuaikan sebesar 0,916 atau 91,6 persen. Ini menunjukkan bahwa 91,6 persen dari variabel persepsi harga, usia, pendidikan, preferensi, dan promosi dapat menjelaskan permintaan makanan tradisional di Kabupaten Banyumas, sementara sisanya sebesar 8,4 persen atau 0,840 dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

## 10. Almost Ideal Demand System (AIDS)

### Coefficient Determination Test

Traditional Food	Expenses Estimation				
	Mendoan	Soto	Kraca	Nopia	Getuk Goreng
Mendoan	3,073541	-8,180482	2,337049	12,22164	-9,451752
Soto	-8,180482	2,363519	3,803851	1,658786	0,354326
Kraca	2,337049	3,803851	-3,221524	-10,06698	7,147599
Nopia	12,22164	1,658786	-10,06698	-20,56587	16,75242
Getuk Goreng	-9,451752	0,354326	7,147599	16,75242	-14,80259

Source: Primary Data Processed, 2024

Berdasarkan model Almost Ideal Demand System (AIDS) dengan memasukkan variabel harga makanan tradisional dan pengeluaran masyarakat pada makanan tradisional, diperoleh model parameter permintaan yang diduga terhadap makanan tradisional di Kabupaten Banyumas.

Parameter harga yang diduga dari makanan tradisional terhadap bagian pengeluaran makanan tradisional memiliki nilai yang signifikan pada tingkat di atas 1%. Permintaan untuk makanan tradisional mendoan tertinggi dalam elastisitas harganya sendiri karena kenaikan harga mendoan mempengaruhi kenaikan permintaan mendoan sebanyak 3.073541 kali. Hal ini karena mendoan merupakan makanan ikonik dari Kabupaten Banyumas yang dapat ditemukan di berbagai tempat sehingga kenaikan harga akan mempengaruhi permintaan dodol itu sendiri.

## 11. Elastisitas Harga

### Price Elasticity

Makanan Tradisional	Elastisitas Harga Sendiri	Keterangan
Mendoan	3,073541	Elastis
Soto	2,363519	Elastis
Kraca	-3,221524	Elastis
Nopia	-20,56587	Elastis
Getuk Goreng	-14,80259	Elastis

Source: Primary Data Processed, 2024

Nilai elastisitas harga silang bervariasi dan umumnya nilai elastisitas silang lebih dari 0,1. Selain itu, hampir semua komoditas silang bersifat elastis, dengan kata lain, perubahan harga dari i Barang akan mempengaruhi permintaan untuk ij.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini:



1. Persepsi harga dan preferensi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas, dan promosi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas. Usia dan pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan makanan tradisional Banyumas.
2. Permintaan tertinggi untuk makanan tradisional adalah mendoan dan soto. Dalam elastisitas harga itu sendiri, mendoan dan soto memiliki korelasi positif dengan perubahan harga, sementara kraca, nopia, dan getuk goreng memiliki korelasi negatif dengan perubahan harga. Sementara itu, dalam elastisitas harga silang, variasi konsumen bervariasi, dengan kata lain beberapa makanan tradisional dapat memengaruhi permintaan untuk makanan tradisional lainnya. Selain itu, permintaan untuk makanan tradisional di Banyumas elastis atau dengan kata lain, harga memengaruhi permintaan untuk makanan tradisional.

#### **Implikasi dari penelitian ini:**

Permintaan akan makanan tradisional di Banyumas dipengaruhi oleh harga yang tinggi dan rendah. Hal ini perlu menjadi perhatian serius karena bahan pokok terus berkembang, dan persaingan dengan makanan modern semakin ketat. Oleh karena itu, pemerintah perlu menerapkan kebijakan khusus dan upaya pemasaran langsung melalui pengadaan pasar dan pemasaran tidak langsung melalui media sosial pemerintah terkait. Hal ini bertujuan untuk mengurangi harga makanan tradisional agar tetap stabil sejalan dengan permintaan yang terus meningkat.

#### **Keterbatasan penelitian ini:**

Keterbatasan dari penelitian ini terletak pada pemetaan lokasi penelitian. Lokasi penelitian berpusat di pusat dan sekitar pusat kota Purwokerto, yaitu di daerah Sawangan dan Sokaraja. Titik-titik ramai pengunjung dalam pembelian makanan tradisional juga tersebar di berbagai area ikonik pariwisata Purwokerto seperti Baturaden, sehingga di masa depan penelitian akan mencakup lokasi yang lebih luas untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiasih, P. (2015). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur : Studi Awal. *Kinerja*, 19(2), 112–125. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/kinerja/article/view/538/561>.
- Arifianto, P. F., & Nofrizaldi, N. (2020). Komunikasi Visual Kuliner Banyumas sebagai Media Pendukung City Branding “Better Banyumas.” *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 63–72. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.2733>.
- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Ballegard, N. . (2010). The Dining Experience: A Qualitative Study of Top Restaurant Visits in a Danish Context. *Journal of Tourism*, 11(1), 43–60.
- Brown, K., Tompkins, E., & Adger, W. (2001). Trade-off Analysis for Participatory Coastal Zone Decision-Making. University of East Angly.
- Burhanuddin, N. H. (2018). Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 1(2), 20–32.
- Christoper, P. G. P., & Christian, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional di Mey’s Kitchen. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 10(10), 1–15.
- Deaton, M., & Muelbauer, J. (1980). An Almost Ideal Demand System. *American Economic Review*, 70(3), 312–326.
- Felicia, S. (2013). Perilaku Masyarakat Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Indonesia Ditinjau Dari Faktor Eksternal & Internal. *Neliti*, 514–520.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, G. P., & Dougherty, M. L. (2009). Localizing linkages for food and tourism as a community development strategy. *Journal of Community Development*, 39(3), 145–158.
- Grimble, R., & Chan, M. (1995). Trade offs: A Stakeholders Approach to Natural Resource Management. International Institute for Environment and Development.



- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di D.I. Yogyakarta. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24.
- Hidayah, N. (2019). Riset Pasar Konsumen Terhadap Makanan Tradisional Kota Pontianak. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 3(1), 37–44.
- Hidayat, H. H., Wijayanti, N., Christiany, S., Utami, D., & Situmorang, B. (2023). Analisis Titik Kritis Kehalalan Soto Sokaraja. *Jurnal Industri Teknologi Pertanian*, 17(4), 793–802. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v17i4.14178>.
- Indriasari, D. P. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Ekonomi*, 19(3), 1689–1699.
- Karim, A. ., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531–555.
- Kim, Y. ., Yuan, J., Goh, B. ., & Antun, J. . (2009). Web Marketing in Food Tourism: A Content Analysis of Web Sites in West Texas. *Journal Of Culinary Science & Technology*, 7(1), 52–64.
- Nusraini, B. H. H., Nursaban, M. A. S., Razak, R. A., & Yusuf, N. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81.
- Ohy, G., Kawung, E. J. R., & Zakarias, J. (2020). Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Holistik*, 13(3), 1–16.
- Oosthuizen, D., Spowart, J., & De-Meyer, H. (2015). The Relationship Between Perceived Price and Consumers' Purchase Intention of Private Label Wine Brands. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1–17.
- Pratama, A., & Saino. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Tradisional. *JEBM*, 13(4), 630–637.
- Prayogo, Y. (2014). Kisah di Balik Legitnya Getuk Goreng Sokaraja, Purwokerto. *Detik Travel*, 1. <https://travel.detik.com/cerita-perjalanan/d-5399242/kisah-di-balik-legitnya-getuk-goreng-sokaraja-purwokerto>.
- Rahayu, P. (2016). Lageyan dan Karakter Masyarakat Banyumas dalam Kumpulan Cekak Iwak Gendruwo Kaya Agus Pribadi dkk (Kajian Etnolinguitik). *Intenational Seminar Prasasti III: Current Research in Linguisitik*, 608–613.
- Ramirez. (1999). *Stakeholder Analysis and Conflict Management*. World Bank Institute.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suter, I. K. (2014). Pangan Tradisional : Potensi dan Prospek Pengembangannya. *Media Ilmiah Dan Teknologi Pangan*, 1(1), 96–109.
- Yuliati, U. (2011). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajan Tradisional di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 7–20.
- Yusti, Z. (2014). Analisis pola konsumsi ubi kayu dan olahannya pada rumah tangga di Kota Bandar Lampung. *JIIA*, 100–107.