

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia telah mengembangkan berbagai bentuk industri lokal yang beragam, salah satunya di sektor kuliner. Keberagaman budaya berkontribusi pada penciptaan hidangan khas yang unik di setiap wilayah inilah yang menciptakan seseorang membuat variasi anekaragam makanan. Oleh sebab itu, setiap daerah mempunyai ciri khas makanan masing-masing. Makanan yang memegang peranan penting dalam budaya suatu bangsa, dan tradisi dapat memperkuat kedekatan dan membangun hubungan yang baik. Definisi ini menunjukkan bahwa makanan atau masakan menjadi elemen budaya dan etnis yang harus dipertahankan di era modern saat ini. Selain bercita rasa tinggi, kuliner tradisional juga memuat kearifan lokal daerahnya. Makanan tradisional menjadi ciri khas karena merupakan bagian dari keseluruhan budaya masyarakat, seperti tata cara mengelola makananya, perannya dalam budaya masyarakat, lambang perayaan disuatu daerah dan resep pembuatan makanan yang harus terus dipertahankan. Makanan tradisional diturunkan dari generasi turun menurun yang tidak dapat dimodifikasi lagi (Siwi & Tyas, 2017).

Peranan budaya dalam pembuatan nasi pecel Madiun sangat penting karena tercermin dalam pengolahan, dan tata cara penyajian yang diwariskan secara turun-temurun. Keberadaan nilai budaya tersebut menjadikan nasi pecel tidak hanya sebagai makanan sehari-hari, tetapi juga

sebagai bagian dari identitas kuliner khas Kota Madiun. Keunikan bentuk penyajian, penggunaan pelengkap tradisional, serta tekstur yang khas menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Karakteristik tersebut mampu menciptakan pengalaman kuliner yang autentik sehingga dapat meningkatkan minat dan memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih nasi pecel Madiun.

Ciri khas lokal suatu makanan dapat dilihat dari bagaimana makanan tersebut memiliki simbol makna tersendiri dari suatu daerah. Keanekaragaman makanan tradisional dapat mendukung adanya makanan tradisional sebagai destinasi wisata kuliner. Tak heran jika wisatawan lokal maupun asing mengunjungi Indonesia karena ingin memanjakan diri dengan pesona indah Indonesia yang beragam dan kuliner khas serta legendaris dari setiap daerahnya (Siwi & Tyas, 2017). Bagi konsumen, kunjungan ke tempat kuliner tradisional tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga untuk memperoleh pengalaman budaya yang otentik. Oleh sebab itu, usaha kuliner yang mampu mempertahankan dan menampilkan budaya lokal secara konsisten cenderung memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan usaha kuliner modern yang lebih berorientasi pada tren. Masyarakat Indonesia sendiri menikmati aktivitas berwisata sambil mencoba berbagai hidangan khas dari provinsi yang mereka kunjungi. Kebiasaan inilah yang menjadikan wisata kuliner sebagai bagian penting dari perjalanan, karena setiap daerah menawarkan pengalaman rasa yang berbeda.

Jawa Timur menjadi salah satu wilayah yang memiliki ragam kuliner yang sangat menonjol. Banyak pengunjung yang datang bukan hanya untuk berlibur, tetapi juga karena ingin merasakan langsung masakan khas Jawa Timur yang terkenal dengan cita rasa dan keunikannya. Pertumbuhan minat terhadap wisata makanan mendorong semakin banyak orang melakukan perjalanan hanya untuk menikmati menu khas daerah tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa Jawa Timur memiliki peluang besar dalam mengembangkan wisata kuliner, terlebih karena keberagaman budaya dan etnis setempat turut memperkaya variasi masakannya. Meningkatnya tren wisata kuliner juga memberi kesempatan bagi masyarakat lokal untuk terus mempromosikan sekaligus mempertahankan hidangan tradisional daerahnya. Semakin banyak wisatawan yang mengenal kuliner khas Jawa Timur, semakin besar pula peluang bagi makanan dan minuman lokal tersebut untuk dihargai di tingkat nasional. Tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, namun kuliner juga menjadi media pelestarian budaya dan identitas daerah.

Ragam kuliner yang berkembang di Jawa Timur menunjukkan bahwa makanan bukan hanya sekadar kebutuhan atau sekadar sajian untuk dikonsumsi. Indonesia sejak lama dikenal sebagai salah satu negara di Asia Tenggara yang menarik minat wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri. *Local cultural appeal* atau daya tarik budaya lokal nasi pecel bukan sekedar makanan tetapi sebagai simbol identitas budaya Madiun, pelanggan merasa bangga mengonsumsi kuliner yang merepresentasikan tradisi lokal sehingga ada unsur *ethnocentrism* (kecenderungan

mendukung produk lokal). Fenomena ini menunjukkan bahwa kuliner tradisional bisa bertahan dan bahkan menjadi ikon kota keterikatan emosional terhadap budaya. Unsur ini tercermin melalui keaslian cita rasa, penggunaan resep warisan turun-temurun, nilai sejarah, serta suasana tempat yang merepresentasikan identitas budaya daerah. Menurut (Isaaca, 2022) bila berkunjung ke suatu kota kurang sempurna bila tidak mencoba ataupun menelusuri kuliner yang ada di kota tersebut.

Pecel adalah makanan tradisional Indonesia berupa sayuran rebus yang disajikan dengan bumbu kacang. Menurut catatan sejarah pecel sudah dikenal sejak abad ke-9 Masehi pada masa Kerajaan Mataram Kuno, sebagaimana disebut dalam naskah “*Kakawin Ramayana*” yang menggambarkan hidangan dari sayuran yang diolah sedemikian rupa mirip pecel sekarang. Fenomena ini menunjukkan bahwa pecel telah menjadi bagian dari budaya kuliner Nusantara sejak lama dan terus bertahan hingga era modern (Raras, 2021).

Kota Madiun dikenal luas sebagai salah satu daerah yang memiliki keterikatan kuat dengan kuliner nasi pecel, bahkan hidangan ini telah menjadi identitas khas kota tersebut. Keberadaan nasi pecel di Madiun bukan sekadar sebagai makanan sehari-hari, tetapi juga telah berkembang menjadi bagian dari budaya dan gaya hidup masyarakatnya. Hampir di setiap sudut kota, baik di pasar tradisional, pinggir jalan, pusat keramaian, hingga area permukiman, dapat dengan mudah ditemukan pedagang yang menjual nasi pecel. Menariknya, penjual nasi pecel tidak hanya beroperasi pada pagi hari sebagai menu sarapan, tetapi juga tersedia sepanjang siang,

sore, bahkan hingga dini hari, sehingga makanan ini seolah tidak pernah absen dari aktivitas warga.

Popularitas nasi pecel di Madiun juga didukung oleh cita rasa bumbu kacangnya yang khas dan berbeda dari daerah lain. Bumbu kacang Madiun umumnya memiliki tekstur lebih kental dengan perpaduan rasa gurih, manis, pedas, serta aroma rempah yang kuat, sehingga menciptakan rasa yang lebih kaya dan menggugah selera. Penyajiannya pun lengkap dengan aneka sayuran rebus, nasi hangat, serta tambahan lauk seperti tempe goreng, rempeyek, atau telur. Oleh karena itu, berkunjung ke Kota Madiun terasa kurang sempurna tanpa mencicipi nasi pecelnya, karena hidangan ini tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa, tetapi juga merepresentasikan kekayaan kuliner dan karakter lokal masyarakat Madiun (Isaaca, 2022).

Perkembangan budaya lokal tidak hanya di pengaruhi oleh tokoh-tokoh ternama, tetapi juga oleh masyarakat setempat juga menjadikan nasi pecel sebagai salah satu tujuan utama ketika ingin menikmati nasi pecel khas Kota Madiun. Pilihan tersebut tidak terlepas dari kemampuan nasi pecel ini dalam menjaga konsistensi cita rasa yang telah dikenal sejak lama. Rasa bumbu pecel yang khas, cara penyajian yang tidak banyak berubah, serta penggunaan resep tradisional yang dipertahankan secara turun-temurun menjadi alasan kuat mengapa pelanggan tetap setia berkunjung. Konsistensi kualitas ini menciptakan rasa percaya di benak konsumen, sehingga banyak pengunjung yang datang bukan sekadar untuk

mengenyangkan, melainkan untuk merasakan nasi pecel pengalaman kuliner yang sarat dengan nuansa tradisi dan nostalgia.

Fenomena tersebut semakin memperkuat citra nasi pecel sebagai kuliner legendaris yang memiliki nilai historis tinggi. Tingginya jumlah pengunjung yang terus berdatangan hingga saat ini menjadi bukti bahwa pelanggan menilai nasi pecel tidak hanya dari aspek rasa, tetapi juga dari reputasi, pengalaman, serta nilai yang mereka rasakan selama berkunjung. Fenomena ini menunjukkan bahwa daya tarik budaya lokal, citra merek yang kuat, dan nilai yang dirasakan pelanggan memiliki peranan penting dalam membentuk keputusan pelanggan untuk memilih nasi pecel sebagai destinasi kuliner tradisional di Kota Madiun.

Fenomena tersebut sejalan dengan berbagai ulasan yang disampaikan oleh para pelanggan, di mana sebagian besar menilai bahwa nasi pecel tidak hanya unggul dari sisi rasa, tetapi juga memiliki keunikan pengalaman yang sulit ditemukan pada tempat lain. Para pelanggan menyoroti konsistensi cita rasa, suasana yang kental dengan nuansa tradisional, serta reputasi yang telah melekat kuat sebagai alasan utama mereka terus melakukan kunjungan. Ulasan-ulasan tersebut mempertegas bahwa persepsi positif pelanggan terbentuk dari kombinasi antara kualitas produk, pengalaman emosional, dan nilai budaya yang dirasakan, sehingga semakin menguatkan posisi nasi pecel sebagai kuliner legendaris di Kota Madiun.

Pelanggan menilai bahwa harga yang dibayar sepadan dengan pengalaman kuliner yang didapat, nilai yang dirasakan tidak hanya dari

rasa makanan namun juga dari *Atmosfer* (tradisional, pelayanan, status legendaris) yang memberikan kebanggaan, fenomena ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya membeli produk namun juga membeli *experience* dan *herritage*. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan tidak hanya rasional baik itu harga maupun kualitas namun juga emosional dan kultural sehingga nasi pecel bisa bertahan sebagai kuliner legendaris dan mampu menggabungkan budaya lokal (identitas, kebanggaan), citra merk (reputasi, kepercayaan) dan nilai yang dirasakan (pengalaman kuliner yg autentik).

Kualitas rasa, pelayanan, dan penyajian yang relatif stabil dari waktu ke waktu membentuk kepercayaan konsumen serta memperkuat citra nasi pecel di benak masyarakat. Kondisi ini mendorong terciptanya loyalitas pelanggan lintas generasi, di mana kunjungan ke nasi pecel tidak hanya didasari oleh kebutuhan konsumsi, tetapi juga oleh pengalaman, nostalgia, dan kebanggaan terhadap kuliner lokal. Dengan demikian, nasi pecel tersebut berperan sebagai simbol identitas kuliner daerah yang mampu menarik tidak hanya konsumen lokal, tetapi juga wisatawan yang ingin merasakan keaslian dan konsistensi cita rasa khas setempat.

Nilai yang dirasakan pelanggan atau *perceived value* juga menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan (Rohman, Asmara, & Andriani, 2023). *Perceived value* tidak hanya berkaitan dengan perbandingan antara harga dan kualitas produk, tetapi juga mencakup manfaat emosional, tingkat kepuasan, serta pengalaman yang dirasakan konsumen selama berkunjung. Konsumen akan cenderung melakukan

pembelian apabila mereka menilai bahwa pengorbanan yang dikeluarkan, baik dari segi biaya, waktu, maupun tenaga, sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Pada kuliner tradisional seperti nasi pecel khas Madiun, nilai yang dirasakan dapat muncul dari kelezatan rasa, porsi yang sesuai, harga yang terjangkau, serta konsistensi kualitas yang mampu menumbuhkan rasa percaya. Secara keseluruhan, keterpaduan antara daya tarik budaya lokal, citra merek, dan nilai yang dirasakan pelanggan diyakini memiliki peran yang saling berkaitan dalam membentuk keputusan pelanggan.

Data terbaru Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Madiun tahun 2026, perekonomian Kota Madiun pada tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 5,69 persen. Nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Madiun atas dasar harga berlaku mencapai Rp19,96 triliun. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Kota Madiun terus berkembang, terutama pada sektor perdagangan, jasa, transportasi, serta penyediaan akomodasi dan makan minum yang memiliki keterkaitan erat dengan perkembangan industri kuliner daerah (Madiun, 2026).

Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki kontribusi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Kota Madiun. Seiring meningkatnya aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat, berbagai usaha kuliner modern, restoran cepat saji, serta *franchise* makanan terus berkembang di Kota Madiun. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan industri kuliner menjadi semakin ketat dan mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi

muda yang cenderung menyukai makanan dengan konsep modern, tampilan menarik, dan pengalaman konsumsi yang mengikuti tren media sosial.

Nasi pecel tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu kuliner legendaris khas Kota Madiun yang masih diminati masyarakat maupun wisatawan. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam memilih kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga dan kualitas rasa, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai budaya lokal, citra kuliner tradisional, serta pengalaman emosional yang dirasakan konsumen ketika menikmati makanan khas daerah (Isaaca, 2022).

Nasi pecel tidak hanya dipandang sebagai makanan tradisional, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya Kota Madiun. Keunikan bumbu pecel yang menggunakan resep turun-temurun, proses penyajian yang sederhana, serta reputasinya sebagai kuliner legendaris menciptakan daya tarik budaya lokal yang mampu memberikan pengalaman autentik bagi konsumen. Nilai budaya tersebut menjadi faktor penting yang membedakan nasi pecel dengan berbagai kuliner modern lainnya.

Perkembangan industri kuliner modern menjadi tantangan bagi usaha kuliner tradisional dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama generasi muda. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa makanan, tetapi juga citra merek, kenyamanan tempat, kualitas pelayanan, serta nilai yang diperoleh setelah melakukan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner tradisional perlu mempertahankan keaslian budaya

lokal sekaligus membangun citra positif agar tetap mampu bersaing (Handoko, Nirwana, & Nugroho, 2022).

Perbedaan penilaian ini menyebabkan setiap pelanggan memiliki standar dan harapan yang berbeda, sehingga menjadi tantangan bagi pelaku usaha untuk mampu memenuhi ekspektasi tersebut secara konsisten. Keputusan konsumen dalam memilih kuliner tradisional merupakan proses yang kompleks karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat rasional maupun emosional. Pertimbangan rasional meliputi harga, kualitas makanan, dan pelayanan, sementara faktor emosional berkaitan dengan unsur budaya, nostalgia, serta rasa bangga terhadap kuliner lokal.

Nasi pecel Madiun tidak hanya dipandang sebagai makanan tradisional, tetapi juga telah menjadi bagian dari identitas budaya Kota Madiun yang dikenal luas oleh masyarakat maupun wisatawan. Daya tarik budaya nasi pecel terlihat dari proses pembuatannya yang masih mempertahankan resep tradisional, khususnya pada bumbu kacang khas Madiun yang memiliki cita rasa autentik dan berbeda dari daerah lain. Selain itu, proses penyajian yang sederhana dengan penggunaan daun pisang dan pelengkap tradisional seperti peyek turut memperkuat kesan budaya lokal yang melekat pada nasi pecel. Nilai historis yang dimiliki nasi pecel juga menciptakan pengalaman budaya tersendiri bagi konsumen, sehingga mampu menimbulkan rasa nostalgia, kedekatan emosional, serta kebanggaan terhadap kuliner lokal (Isaaca, 2022).

Kombinasi kedua faktor membentuk perilaku konsumen yang dinamis dan tidak mudah diprediksi. Menurut (Ni Made Ary Widiastini & Risa Panti Arini, 2013) ketika unsur budaya lokal mampu menghadirkan pengalaman yang autentik, citra merek menumbuhkan kepercayaan, dan nilai yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kecenderungan pelanggan untuk memilih suatu tempat makan akan semakin kuat.

Fenomena ini menjadi sangat relevan bagi nasi pecel yang mengandalkan keaslian budaya serta reputasi sebagai kuliner legendaris di Kota Madiun. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara empiris Pengaruh *Local Cultural Appeal*, *Brand Image* Dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Nasi Pecel Sebagai Kuliner Legendaris Kota Madiun.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah sebagai pokok dari penelitian sebagai berikut

1. Apakah *Local Cultural Appeal* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel ?
2. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel ?
3. Apakah *Perceived Value* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Local Cultural Appeal* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel.
- b. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel.
- c. Untuk mengetahui apakah pengaruh *Perceived Value* terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Nasi Pecel.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat bagi beberapa pihak diantara lain sebagai berikut :

a. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini diharapkan bisa menambah literatur penelitian mengenai kuliner tradisional dan perilaku konsumen untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, terutama Prodi Manajemen.

b. Bagi Pihak Nasi Pecel

Penelitian ini diharapkan bisa membantu pihak nasi pecel dalam memperkuat daya tarik budaya lokal yang menjadi ciri khas utama nasi pecel agar tetap mempertahankan statusnya sebagai kuliner legendaris.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana pengimplementasian berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah wawasan pengetahuan serta meningkatkan daya tarik ilmiah.

d. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan literatur untuk penelitian dalam ruang lingkup yang sama.