

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jajanan pasar merupakan salah satu warisan kuliner tradisional Indonesia yang memiliki nilai historis, kultural, dan sosial yang tinggi. Istilah "jajanan pasar" merujuk pada beragam makanan ringan khas nusantara yang lazim dijual di pasar-pasar tradisional, terutama pada pagi hari, dan biasa dikonsumsi sebagai camilan, hidangan pendamping, atau sajian dalam acara-acara adat dan keluarga. Makanan ini umumnya dibuat dengan resep turun-temurun dan menggunakan bahan-bahan lokal yang mudah dijumpai seperti tepung beras, santan, kelapa parut, daun pandan, dan gula merah (Utami et al., 2021). Jenis-jenisnya sangat beragam dan memiliki kekhasan tersendiri di tiap daerah, antara lain klepon, onde-onde, lupis, kue lapis, nagasari, getuk, dan risoles. Keberadaan jajanan pasar mencerminkan tidak hanya kekayaan budaya, tetapi juga kreativitas masyarakat dalam menciptakan makanan yang murah, bergizi, dan kaya makna simbolik.

Bukan hanya sekadar makanan, jajanan pasar juga mengandung nilai-nilai budaya yang mencerminkan identitas lokal dan tradisi masyarakat Indonesia. Sebagai contoh, dalam berbagai upacara adat, jajanan pasar tidak hanya berperan sebagai hidangan, tetapi juga sebagai simbol kesuburan, kebersamaan, dan rasa syukur (Rahmawati & Kusnadi, 2022). Ironisnya, di tengah derasnya arus modernisasi dan globalisasi, eksistensi jajanan pasar mengalami tantangan besar. Perubahan pola konsumsi, gaya hidup praktis, serta persepsi bahwa makanan tradisional kurang higienis atau kurang modern telah menyebabkan jajanan pasar kalah bersaing dengan makanan cepat saji dan produk-produk kuliner global (Wahyuni & Fitriani, 2020).

Generasi muda Indonesia, terutama generasi milenial dan Gen Z, cenderung memilih makanan yang tidak hanya enak tetapi juga menarik secara visual, cepat saji, dan memiliki nilai "*instagrammable*". Mereka lebih terpapar oleh tren makanan dari luar negeri, seperti *boba drink*, *croffle*, atau *Korean street food*, yang dianggap lebih sesuai dengan gaya hidup urban mereka (Saragih & Wahyuni, 2022). Preferensi ini mendorong pelaku usaha untuk mulai

memodifikasi jajanan pasar agar lebih sesuai dengan selera pasar muda: dari segi bentuk, warna, kemasan, hingga teknik pemasaran yang berbasis media sosial. Misalnya, klepon kini dijual dalam kemasan mini box premium, atau kue lapis tampil dengan warna pastel dan nama yang lebih kekinian agar menarik perhatian pasar digital (Putri & Yulianingsih, 2023).

Tren ini menunjukkan adanya peluang sekaligus tantangan dalam memosisikan kembali jajanan pasar sebagai bagian dari gaya hidup modern tanpa kehilangan esensi tradisionalnya. Inovasi kuliner menjadi kunci dalam membangun kembali relevansi jajanan pasar di tengah dominasi makanan modern. Inovasi tersebut tidak hanya berupa pengemasan ulang, tetapi juga menyentuh aspek *branding*, *storytelling*, hingga pengalaman konsumen saat menyantap produk tersebut (Nuraini et al., 2024). Dengan kata lain, jajanan pasar dapat menjadi bagian dari identitas budaya yang dinamis, yang mampu beradaptasi dengan zaman dan mencerminkan perubahan sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengeksplorasi bagaimana anak muda Indonesia memaknai jajanan pasar dalam konteks kekinian. Menelusuri persepsi mereka terhadap aspek inovasi, cita rasa, dan gaya hidup akan membantu memahami potensi transformasi jajanan pasar sebagai komoditas budaya sekaligus produk ekonomi kreatif.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis tingkat persepsi anak muda terhadap jajanan pasar melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Data yang diperoleh akan diolah secara statistik untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai preferensi dan minat generasi muda terhadap jajanan pasar, serta merumuskan strategi pelestarian dan pengembangan produk kuliner tradisional yang lebih relevan dengan gaya hidup modern.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi anak muda Indonesia terhadap jajanan pasar?

2. Bagaimana inovasi pada jajanan pasar meningkatkan minat anak muda?
3. Bagaimana jajanan pasar menjadi gaya hidup anak muda saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi persepsi anak muda terhadap jajanan pasar.
2. Menganalisis pengaruh inovasi terhadap ketertarikan anak muda pada jajanan pasar.
3. Menjelaskan bagaimana jajanan pasar berperan dalam gaya hidup anak muda masa kini.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu sosial dan budaya, khususnya dalam memahami dinamika konsumsi kuliner tradisional di kalangan generasi muda. Selain itu, temuan ini juga dapat memperkaya literatur mengenai inovasi produk makanan tradisional dalam konteks modernitas dan gaya hidup.

b. Secara Praktis

- Bagi pelaku industri kuliner, pengusaha UMKM, maupun pemangku kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi pemasaran dan inovasi produk jajanan pasar yang lebih adaptif terhadap tren anak muda.
- Bagi generasi muda, hasil penelitian ini juga dapat memberikan inspirasi bagi generasi muda untuk lebih menghargai dan melestarikan kuliner tradisional Indonesia dalam format yang lebih sesuai dengan gaya hidup mereka.