

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jepang merupakan salah satu negara maju di Asia, dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan pertumbuhan ekonomi yang pesat. Jepang menjadi salah satu contoh negara maju yang sukses. Hal tersebut dikarenakan oleh upaya perubahan yang terus dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat Jepang selama berabad-abad.

Seiring kemajuan dan modernisasi di Jepang, terjadi pula perubahan terhadap pola makan dan perbaikan gizi masyarakat Jepang. Restorasi Meiji memberikan perubahan besar bagi Jepang dengan revolusi di berbagai sektor salah satunya pada gizi dan kesehatan masyarakat. Sebelum Jepang membuka diri pada bangsa Barat, pola makan dan status gizi masyarakat Jepang sangat buruk, dan hal ini disadari oleh pemerintah Jepang setelah terbuka dengan bangsa Barat.

Pada akhir abad ke-19 setelah Jepang membuka diri dengan bangsa Barat restoran bergaya Barat mulai bermunculan di Jepang, yang awal mulanya hanya diperuntukkan masyarakat kelas atas. Pada akhir tahun 1880 restoran bergaya Barat berkembang sangat pesat di setiap provinsi di Jepang. Pada abad ke-20 masakan di Jepang semakin beragam, kebiasaan bagaimana masyarakat Jepang makan juga ikut berubah, dan ide dari konsep makan di Jepang juga berubah, dimulai dari wilayah perkotaan hingga ke desa-desa. Perbedaan terhadap makanan yang dikonsumsi masyarakat kota, dan masyarakat desa berangsur-angsur berubah (<https://www.encyclopedia.com/food/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/contemporary-issues-japanese-cuisine>).

Makanan tradisional Jepang dikenal dengan *washoku*, yang terdiri dari nasi, sup *miso*, makanan pendamping dan acar. Makanan Jepang dikenal sebagai makanan yang sehat dan kaya akan gizi. Dr. Takeo Komizuni salah satu professor Universitas Tokyo dari Fakultas Pertanian mengatakan, kunci dari *washoku* adalah sayuran, *dashi* (kaldu tradisional Jepang), dan fermentasi makanan.

Bahan dasar *washoku* adalah sayuran, *washoku* juga menggunakan ikan dan daging, tetapi Dr. Komizuni mengatakan hidangan utama *washoku* tradisional menggunakan sayuran akar seperti lobak dan kentang Jepang, sayuran hijau, tanaman liar yang dapat dimakan di musim semi, jamur dari pegunungan di musim gugur, serta kacang-kacangan dan rumput laut. Bahan-bahan yang hanya tersedia saat musim tertentu juga digunakan dengan baik, hal ini merupakan kebijaksanaan dari budaya makan Jepang. [/\(http://japan-magazine.jnto.go.jp/en/1410_food.html\)](http://japan-magazine.jnto.go.jp/en/1410_food.html).

Keberagaman masakan di Jepang tidak terlepas dari kondisi geografis negara tersebut. Jepang terletak di wilayah paling timur Benua Eurasia, dipisahkan oleh Laut Jepang, dan memanjang dari utara ke selatan sepanjang sekitar 3.300 kilometer. Terdiri dari barisan pulau utama Hokkaidou, Honshuu, Shikoku, Kyushuu, dan Kepulauan seperti Kepulauan Izu, Kepulauan Ogasawara, dan Kepulauan Nansei. Jepang juga dikelilingi oleh laut, hal ini menyebabkan Jepang menjadi tempat pertemuan dua arus hangat sehingga Jepang memiliki hasil laut yang melimpah. Saat memasak masyarakat Jepang selalu menggunakan bahan-bahan yang segar dan memperhatikan tampilan dari hidangan tersebut dan keempat musim di Jepang memberikan pengaruh terhadap setiap makanan.

Makanan Jepang tidak hanya populer di Jepang tetapi juga di luar negeri. Pada tahun 2013 pemerintah Jepang mendaftarkan *washoku*, sebagai warisan tradisional budaya makanan Jepang di UNESCO. Hal ini memicu ledakan kepopuleran makanan Jepang di seluruh dunia. Di sebuah survei yang dilakukan oleh *Japan External Trade Organization (JETRO)*, masakan Jepang berada di peringkat teratas dalam kategori ini sebagai masakan asing yang paling digemari oleh masyarakat. Diperkirakan jumlah restoran Jepang di luar negeri telah mencapai sekitar 89.000 (Juli 2015), dan meningkat 60% dari survei sebelumnya (Januari 2013) (http://www.maff.go.jp/e/data/publish/attach/pdf/maff_2016-1.pdf). Salah satu *washoku* yang tidak hanya populer di Jepang tetapi juga di mancanegara adalah *sushi*. Masyarakat Jepang juga gemar mengonsumsi *sushi* hingga sekarang dan mempertahankan budaya kuliner tersebut, walaupun di Jepang sekarang terdapat banyak restoran cepat saji atau makanan dari negara lainnya.

Restoran *sushi* di Jepang dikenal dengan nama *sushi-ya*. *Sushi* menjadi suatu hidangan berawal dari teknik cara pengawetan ikan di Asia Tenggara pada abad ke-7, *Sushi* masuk ke Jepang melalui China pada abad ke-9.

Pada periode ini masyarakat masih mengkonsumsi daging, saat ajaran *ahimsa* atau larangan memakan daging masuk ke Jepang, konsumsi ikan di kalangan masyarakat Jepang meningkat. *sushi* pertama di Jepang adalah *funa-zushi* atau *nare-zushi* sekarang, perpaduan antara nasi dengan ikan *nare* yang sudah difermentasikan. *nare-zushi* pertama kali dibuat di Prefektur Shigawa lebih dari seribu tahun yang lalu (Mouritsen, 2009:15).

Makanan Jepang dikenal sebagai makanan sehat salah satunya adalah *sushi*. Kepopuleran *sushi* juga sampai ke Amerika, kemudian *sushi* menyebar ke Eropa dan seluruh dunia. *Sushi* juga sangat terkenal dan mudah didapatkan di kota-kota besar termasuk di Indonesia, serta disukai oleh semua kalangan termasuk mahasiswa. Keragaman *sushi* yang disediakan di berbagai restoran dan dipromosikan di berbagai media dapat mempengaruhi minat konsumen termasuk mahasiswa untuk membeli *sushi*, yang salah satunya adalah mahasiswa sastra Jepang Universitas Darma Persada.

Sebagai mahasiswa Jurusan Sastra Jepang, mahasiswa tidak hanya mempelajari tentang Bahasa Jepang tetapi juga budaya Jepang termasuk salah satunya tentang makanan. Minat mahasiswa untuk mengkonsumsi *sushi* dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain pengetahuan mahasiswa tentang makanan tersebut, rasa makanan tersebut, harga dan lain-lain. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai “Minat Mahasiswa Program Studi Sastra Jepang Universitas Darma Persada Terhadap *Sushi*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pengetahuan mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap jenis-jenis *sushi* yang terdapat di Indonesia.

2. Minat mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap *sushi*.
3. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada untuk mengkonsumsi *sushi*.

1.3 Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah penelitian ini pada minat Mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap kuliner Jepang *sushi* studi kasus angkatan 2014/2015 dan 2015/2016.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap jenis-jenis *sushi*?
2. Bagaimana minat mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap salah satu makanan Jepang *sushi*?
3. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat mahasiswa mengkonsumsi *sushi*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui pengetahuan mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap jenis-jenis *sushi*.
2. Ingin mengetahui minat mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap salah satu makanan Jepang *sushi*.
3. Ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk mengkonsumsi *sushi*.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, perhatian, keinginan dan kesukaan (Depdiknas, 2002: 1027). Menurut Bimo Walgito minat adalah suatu keadaan di mana seseorang menaruh perhatian pada sesuatu dan sekitar keinginan untuk mengetahui, mempengaruhi, mempelajari dan membuktikan lebih lanjut (Walgito, 1981:31). Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat (Hurlock,2004:114).

Terdapat tiga aspek minat :

1. Aspek Kognitif

Berdasarkan pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, di sekolah, masyarakat, dan berbagai jenis media massa.

2. Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting, yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3. Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat (Hurlock,2004:118).

Menurut Dudu Abdullah yang dikutip oleh Suhartono, minat dilihat dari segi timbulnya dibedakan menjadi dua macam:

1. Minat spontan, minat yang timbul dengan sendirinya.
2. Minat yang disengaja, minat yang timbul karena dibangkitkan.

Seseorang dapat dengan sengaja mengarahkan minatnya yaitu memusatkan perhatiannya, kemauannya, perasaan serta pikirannya pada suatu objek tertentu yang ada di luar dirinya (Suhartono, 2000:11).

Terdapat dua macam minat menurut Witherington:

1. Minat Primitif

Minat primitif atau minat biologis, yaitu minat kebebasan beraktifitas dan soal makanan.

2. Minat Kultural

Minat kultural atau minat sosial, yaitu minat yang berasal dari perbuatan yang lebih tinggi tarafnya (Witherington, 1999:26).

Minat memiliki sifat sebagai berikut:

1. Minat bersifat pribadi atau individual, ada perbedaan terhadap minat seseorang dengan orang lain.
2. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
4. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung kebutuhan, pengalaman, dan mode (Jahja, 2011: 63).

Berdasarkan uraian di atas minat merupakan kecenderungan hati seseorang terhadap sebuah objek dan ingin mengetahui secara lanjut mengenai hal atau objek tersebut, yang dipengaruhi oleh faktor psikologis seseorang.

1.6.2 Minat Beli

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu (Durianto, dkk, 2003:109). Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Husein, 2005: 45).

Menurut Kotler dalam E. Desi Arista (2011), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli sebagai berikut:

1. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
2. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian.

Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak (<http://jurnal.widyamangala.ac.id/index.php/asetwm/article/view/22/18>).

Menurut Ferdinan minat beli diidentifikasi sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Ferdinan, 2006:129).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah proses rencana seseorang sebelum membeli. Membeli suatu produk merupakan bagian dari perilaku konsumen dan sikap untuk membeli.

1.6.3 Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda/Inggris), *consumenten* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli.

Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna, yang diterjemahkan dari kata *users* dari Bahasa Inggris. Pengertian lain dari konsumen adalah pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, penerima, pendengar dan lain-lain. Peran seorang sebagai konsumen dan sebagai produsen juga bisa berlaku timbal balik, artinya pada suatu saat seseorang bertindak sebagai pembeli dan suatu saat menjadi produsen (Damiati,dkk. 2017:5).

Konsumen dikelompokkan ke dalam dua kategori sebagai berikut :

1. Individu, konsumen individu memiliki jumlah yang sangat besar.
2. Kelompok, konsumen kelompok atau konsumen institusi, konsumen organisasi, atau konsumen kelompok. Di dalam konsumen kelompok, terdapat konsumen individu, karena pada dasarnya konsumen kelompok merupakan kumpulan konsumen individu. Dapat dikatakan konsumen individu yang memiliki kesamaan relatif dalam kebutuhan dan keinginan.

Konsumen individu dan konsumen kelompok memiliki kesamaan yaitu, sebagai pembeli, pemakai, pengguna, penggemar, pengagum, penikmat, menghabiskan atau memanfaatkan apa yang telah dibeli. Kesamaan lainnya adalah ketika berlangsungnya tahapan-tahapan proses mengambil keputusan membeli. Maka, perbedaannya adalah dalam hal berlangsungnya proses keputusan membeli (Damiati,dkk. 2017: 6-7).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah pembeli, pemakai, penikmat, pengguna, penerima, dan pendengar. Terdapat dua kategori konsumen, individu dan kelompok. Konsumen individu memiliki jumlah yang besar, dan konsumen kelompok terbentuk dari kumpulan konsumen individu. Perbedaan pada konsumen individu dan kelompok adalah dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk.

1.6.4 Mahasiswa

Pengertian mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No.30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat. Menurut Knopfemacher (dalam Ebtanastiti 2014) mahasiswa adalah merupakan insan-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi, dididik dan diharapkan menjadi calon – calon intelektual. (Ebtanastiti, 2014:5).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah setiap orang yang resmi terdaftar di perguruan tinggi, dididik untuk menjadi intelektual dan terlibat dalam kegiatan di dalam perguruan tinggi. Mahasiswa Universitas Darma Persada menempuh pendidikan strata satu dan program pascasarjana di Universitas Darma Persada selama kurun waktu empat tahun. Fakultas yang terdapat di Universitas Darma Persada terdiri dari Fakultas Sastra, Ekonomi, Teknik dan Teknik Kelautan.

1.6.5 Sushi

Sushi berasal dari kebutuhan untuk mengawetkan ikan sebagai sumber protein yang penting. Selama musim hujan di wilayah penghasil beras di Asia Tenggara Utara (Thailand) ikan sangat melimpah. Hujan menyebabkan air sungai mengalir ke sawah, dan memungkinkan ikan untuk berenang ke ladang padi di mana mereka ditangkap oleh petani. Penduduk setempat menyimpan ikan itu dengan mengepaknya dengan nasi matang dalam tong kayu untuk dikonsumsi saat musim kemarau. Nasi yang sudah matang mengalami fermentasi di iklim yang panas dan lembab, menghasilkan asam laktat yang melindungi ikan dan memproduksi asam. *Sushi* tersebut merupakan awal mula dari *nigiri-zushi* dan *Maki Sushi* yang ada di Jepang saat ini (Omae, Tachibana, 1981:103).

Nigiri zushi merupakan *sushi* yang paling populer di dunia, *nigiri zushi* merupakan *sushi* berbentuk oval. Arti dari *nigiri zushi* itu sendiri adalah *sushi* yang dibuat dengan gerakan tangan yang menekan nasi membentuk oval, di bagian atas *sushi* ditaruh satu irisan ikan mentah.

Maki sushi atau *sushi* gulung adalah *sushi* yang berisikan sayuran dan ikan yang diletakkan di atas rumput laut dan nasi, kemudian digulung dan dipotong menjadi beberapa bagian (<https://www.thespruce.com/introduction-to-nigiri-zushi-2031480>). Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *sushi* awal mulanya berasal dari Asia Tenggara Utara (Thailand) sebagai proses pengawetan terhadap ikan. *Sushi* masuk ke Jepang melalui China. *Sushi* tersebut merupakan awal mula dari *nigiri zushi* dan *maki sushi* di Jepang.

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan sumber yang berasal dari data tertulis, menggunakan berbagai macam pustaka seperti buku, hasil penelitian (skripsi), web dan jurnal yang berasal dari situs resmi. Penulis juga melakukan teknik pengumpulan dan pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa semester 6 angkatan 2015 dan 8 angkatan 2014 Sastra Jepang Universitas Darma Persada dengan responden sebanyak 50 orang. Sebagai sumber referensi utama dalam penelitian ini adalah buku yang berjudul, *Sushi : Food for The Eyes, The Body and Soul* karangan G. Mouritsen dan *The Book of Sushi* karangan Kinjiro Omae dan Yuzuru Tachibana.

1.8 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk menambah wawasan penulis tentang *sushi* dan mengetahui minat mahasiswa sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap makanan Jepang *sushi*.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan pembaca serta menjadi bahan referensi dalam penelitian mengenai minat terhadap *sushi*.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian akan disusun ke dalam empat bab yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, merupakan bab yang berisi pembahasan tentang jenis-jenis *sushi* di Jepang, cara membuat *sushi* dan cara mengkonsumsi *sushi*.

Bab III, merupakan bab yang berisi tentang pembahasan mengenai minat mahasiswa sastra Jepang Universitas Darma Persada terhadap *sushi* dan hasil kuesioner dengan 50 responden mahasiswa Sastra Jepang Universitas Darma Persada semester 6 angkatan 2015 dan 8 angkatan 2014 terhadap *sushi*.

Bab IV, merupakan bab yang berisi kesimpulan dari penelitian.

