



PERSEPSI KONSUMEN PADA PRODUK LAWAR PLEK DI DESA KETEWEL KABUPATEN GIANYAR

I Made Hadi Purwanatha
Program Studi Pendidikan
Kesejahteraan Keluarga

Universitas Pendidikan Ganesha
hadipurwanatha1903@gmail.com

Damiati

Program Studi Pendidikan
Kesejahteraan Keluarga

Universitas Pendidikan Ganesha
damiati0265@gmail.com

Ida Ayu Putu Hemy Ekayani
Program Studi Pendidikan
Kesejahteraan Keluarga

Universitas Pendidikan Ganesha
hemy.ekayani@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap produk *Lawar Plek* di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampel*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, pedoman wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis presentase. Hasil penelitian menunjukkan persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* Di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar dilihat dari aspek sikap dan motivasi, konsumen menerima keberadaan lawar plek dan keinginan konsumen untuk membeli lawar plek sangat tinggi, dan konsumen tertarik untuk membeli karena unik dan khas Bali. Hasil analisis persentase dari aspek produk, didapatkan bahwa

cita rasa yang khas diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli lawar plek. Keputusan membeli produk *lawar plek* berdasarkan hasil analisis persentase diperoleh bahwa konsumen mengutamakan dan tertarik untuk membeli lawar plek karena produk yang dijual terlihat bersih, rapi dan konsumen ingin mencoba sesuatu yang baru.

Kata kunci: Keputusan Membeli; Lawar Plek; Produk; Sikap dan Motivasi.

Abstract

This study aims to describe consumer perceptions of Lawar Plek products in Ketewel Village, Gianyar Regency. The method used in this research is descriptive quantitative. The sampling technique is accidental sampling. Collecting data using questionnaires, interview guidelines, and documentation. Data analysis techniques using percentage analysis techniques. The results showed that consumers' perceptions of lawar plek products in Ketewel Village, Gianyar Regency were seen from the attitude and motivational aspects, consumers accepted the existence of lawar plek and consumers' desire to buy lawar plek was very high, and consumers were interested in buying because it was unique and Balinese. The results of the percentage analysis from the product aspect, it was found that the distinctive taste is prioritized by consumers so that consumers are interested in buying lawar plek. The decision to buy lawar plek products based on the percentage analysis results shows that consumers prioritize and are interested in buying lawar plek because the products sold look clean, neat and consumers want to try something new.

Keywords : *Buying Decisions; Lawar Plek; Product; Attitude and Motivation.*

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan salah satu pulau kecil yang berada dikawasan perairan Indonesia yang memberikan dampak sangat besar bagi dunia kepariwisataan di Indonesia. Daya tarik pulau Bali yang mampu membedakannya dengan kawasan lain yang berada di Indonesia adalah keindahan alam seperti pantai, sawah-sawah, kawasan hutan dan danau, gunung berapi, dan air terjun. Selain terkenal dengan tempat wisatanya, pulau Bali juga terkenal dengan makanan tradisionalnya. Cita rasa makanan tradisional Bali biasanya cenderung pedas dan gurih, sehingga banyak diminati oleh masyarakat dan wisatawan (Prastika, 2012:2).

Makanan tradisional merupakan makanan yang diperoleh secara turun-temurun dan di setiap daerah mempunyai ciri khas yang berbeda-beda. Makanan tradisional Indonesia sangat banyak macamnya, berdasarkan tingkat eksistensinya dalam masyarakat hingga saat ini. Keanekaragaman makanan tradisional yang ada dipengaruhi oleh keadaan daerah atau tempat tinggal dan budaya yang ada di daerah tersebut. Namun keanekaragaman makanan tradisional dalam suatu daerah, tidak sedikit pula makanan tradisional yang hampir terlupakan oleh masyarakat saat ini (Muara, 2019 : 10). Makanan tradisional merupakan salah satu wujud budaya yang memiliki ciri khas pada setiap daerah, beraneka macam, memiliki cara pengolahan tersendiri pada setiap daerah dan mencerminkan potensi alam daerah masing-masing (Ningsi, 2020:9). Seiring perkembangan jaman, makanan tradisional khususnya di Bali mulai dilupakan oleh kalangan anak-anak maupun remaja karena dipengaruhi oleh pola kehidupan masyarakat yang semakin *modern* dan banyak terdapat restoran cepat saji yang menyediakan makanan kekinian. Oleh sebab itu, perlu adanya pelestarian hidangan tradisional agar warisan yang diberikan oleh leluhur secara turun-temurun tidak punah akibat perkembangan jaman.

Makanan tradisional/khas Bali secara harfiah sudah berkembang sejak masuknya agama Hindu di Bali yang telah menjadi makanan asli Bali, bukan saja untuk masyarakat, tetapi juga secara religius diperuntukan bagi para Dewa-Dewi sesuai kepercayaan umat Hindu. Makanan khas semacam ini digolongkan dalam lontar “Indik Maligia” yang sangat berbeda dengan makanan yang diperuntukan bagi umat di Bali, yang dikelompokkan dalam lontar “Dharma Caruban” (Suandra, 1972). Ada beragam jenis kuliner khas di pulau Bali yang perlu dilestarikan seperti Ayam Betutu, *Lawar*, Sate Lilit, *Serombotan*, *Blayag*, Babi Guling, *Tum*, *Urutan* dan masih banyak lagi. Salah satu hidangan yang wajib dilestarikan adalah lawar, karena lawar merupakan salah satu hidangan yang banyak diminati oleh wisatawan asing yang berkunjung ke Bali. Sebuah desa di Bali memiliki kuliner unik dan menjadi ciri khas dari desa tersebut, yaitu Desa Ketewel yang berada di Kabupaten Gianyar.

Gianyar adalah salah satu Kabupaten di Bali yang memiliki ciri khas kuliner yang kuat dan kaya akan rempah-rempah. Kabupaten yang dijuluki pusat seni dan budaya Bali ini, juga memiliki berbagai makanan khas lainnya. Desa Ketewel berada di sebelah selatan Kota Gianyar yang berdekatan dengan pantai. Desa ini memiliki makanan khas yang unik karena bahan yang digunakan adalah menggunakan daging mentah, makanan tersebut disebut *Lawar Plek*. Di Kabupaten Gianyar *Lawar Plek* ini banyak diminati oleh masyarakat setempat mulai dari anak-anak, remaja, maupun dewasa.

Lawar adalah sejenis lauk pauk yang dibuat dari campuran daging atau ikan dengan sayur mayur dan bumbu. *Lawar* sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat Bali karena selain digunakan sebagai lauk pauk, *Lawar* juga digunakan sebagai sarana dalam upacara keagamaan maupun upacara adat seperti upacara ditempat-tempat suci (pura), pernikahan, kematian, dan upacara keagamaan lainnya. Semenjak dahulu hingga sekarang masyarakat di Bali

khususnya yang beragama Hindu tetap membuat dan mengonsumsi *Lawar*, maka dari itu *Lawar* dapat digunakan sebagai identitas budaya bagi masyarakat Hindu di Bali (Purnama, 2015).

Di Bali terdapat dua jenis *Lawar*, yaitu *Lawar* merah dan *Lawar* putih.. Beberapa jenis *Lawar* diberikan unsur yang dapat menambah rasa dan warna dari *Lawar*, yaitu darah dari daging itu sendiri (Primadistya, 2012). *Lawar* umumnya terbuat dari daging dan sayur-sayuran yang di campur menjadi satu dan di tambah bumbu Bali *genep*. Nama *Lawar* di Bali disesuaikan dengan jenis daging yang digunakan ataupun jenis sayuran yang digunakan. Adapun jenis-jenis *Lawar* adalah *Lawar* nangka, *Lawar* daun belimbing, *Lawar* babi, *Lawar* ayam, *Lawar* sapi. *Lawar* memiliki tiga bahan utama yaitu *rames*, *ketekan*, dan juga *jukut*. *Rames* merupakan kulit hewan yang sudah direbus terlebih dahulu lalu dipotong berbentuk potongan korek api. *Jukut* ialah sayuran yang sebelumnya direbus terlebih dahulu lalu dicincang kasar. Sayur yang biasa digunakan adalah nangka sayur, pepaya yang masih muda, daun belimbing, kacang panjang. *Ketekan* adalah daging yang dicincang halus diberi bumbu Bali *genep* dan di bungkus dengan daun pisang selanjutnya di panggang hingga matang atau setengah matang. *Lawar* ada juga yang menggunakan daging mentah, seperti *lawar* khas Desa Ketewel.

Keunikan dari *Lawar Plek* ini adalah menggunakan daging mentah yang dicincang halus, tidak seperti *Lawar* pada umumnya yang menggunakan daging cincang yang lebih dahulu dipanggang atau direbus. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada tanggal 12 Oktober 2021 dengan Kepala Desa Ketewel yaitu Bapak I Putu Gede Widya Kusuma Negara menjelaskan bahwa dahulu *Lawar Plek* merupakan hidangan yang digunakan untuk persembahan khusus pada upacara keagamaan dan hanya di konsumsi oleh penduduk daerah Ketewel. Seiring perkembangan jaman dan canggihnya teknologi, *Lawar Plek* mulai dikenal karena dampak dari media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, *WhatsApp*, dan lainnya. *Lawar Plek* dikenal masyarakat umum dan dijadikan ikon kuliner Desa Ketewel pada tahun 2011.

Lawar Plek ini memiliki ciri khas tersendiri karena terbuat dari daging mentah yang dicincang halus lalu dicampurkan dengan bumbu, *rames* dan juga sedikit nangka sayur yang di cincang kasar. Saat ini perkembangan *Lawar Plek* sangat pesat karena bahan yang digunakan sudah banyak berinovasi. Yang biasanya hanya menggunakan daging babi tetapi saat ini sudah ada yang menggunakan daging ayam, cumi-cumi, ikan marlin, sapi, kerbau. Di Desa Ketewel terdapat banyak pedagang makanan yang menjual *Lawar Plek*. Setiap harinya pembeli yang datang selalu ramai dan tidak pernah sepi, menurut hasil wawancara pada observasi awal setiap harinya *Lawar Plek* tersebut bisa terjual hingga 30 sampai 40 porsi dalam satu warung. Dari observasi awal yang dilakukan penulis justru bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Nyoman Tutik Yustina Yanti (2018), dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa *Lawar Plek* tidak aman dikonsumsi dikarenakan total mikroba pada *lawar plek* melebihi batas maksimum. Tetapi kenyataan dilapangan masih banyak masyarakat yang mengonsumsi *lawar plek* tersebut tanpa melihat efek kedepannya bagi kesehatan tubuh.

Hadirnya *Lawar Plek* khas Desa Ketewel yang bisa dikatakan sebagai produk baru yang dikenal masyarakat luar Desa Ketewel, tentunya masyarakat sebagai konsumen akan memiliki cara penilaian maupun persepsi terhadap produk ini. Perbedaan persepsi konsumen tidak terlepas dari adanya perbedaan individu serta pengaruh dari produk *Lawar Plek* itu sendiri. Perbedaan individu yang dimaksud adalah karakteristik yang dimiliki seseorang seperti perbedaan usia, jenis pekerjaan, status sosial ekonomi, serta selera. Sedangkan pengaruh dari produk

Lawar Plek merupakan atribut yang mendukung produk tersebut seperti karakteristik, harga produk, dan atribut pendukung lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian terkait persepsi masyarakat terhadap *Lawar Plek*. Hal ini mengingat *Lawar Plek* memiliki ciri khas dengan menggunakan daging mentah. Selain itu pula dengan mengetahui persepsi konsumen dapat memberikan motivasi kepada pedagang dan masyarakat untuk tetap melestarikan hidangan khas Bali khususnya *Lawar Plek*.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Arikunto (2010:12) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *Positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Terkait dengan tujuan penelitian maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* di desa ketewel. Penelitian ini memiliki 5 tahapan yaitu tahapan observasi, penyusunan instrumen, pengambilan data, menganalisis data, dan menarik kesimpulan

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen *Lawar Plek* di Desa Ketewel yang tidak diketahui secara pasti atau tak terhingga di lokasi penelitian. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik *Non Probability* yaitu *Accidental* sampel / sampling eksidental. Sampel penelitian sebanyak 15 orang untuk setiap warung *Lawar Plek*. Jumlah total sampel pada penelitian ini adalah 45 orang diperoleh dari 3 warung *Lawar Plek* yang dijadikan sampel penelitian.

Instrumen penelitian ini terdapat 9 pernyataan pada aspek sikap dan motivasi, 3 pernyataan pada aspek produk, 7 pernyataan pada aspek keputusan membeli, dan setiap pernyataan memiliki 5 alternatif jawaban.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan observasi, wawancara menggunakan kuisioner ke konsumen *Lawar Plek* dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis presentase. Analisis presentase digunakan untuk mengetahui deskripsi jawaban responden terhadap sikap dan motivasi dalam membeli, produk dan keputusan pembelian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* dari aspek sikap dan motivasi

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 45 responden. Adapun persepsi konsumen dilihat dari aspek sikap dan motivasi sebagai berikut:

Tabel 1. Persepsi konsumen pada produk *lawar plek* dari aspek sikap dan motivasi

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik membeli <i>Lawar Plek</i> karena makanan tersebut unik dan khas Bali	71%	29%	0%	0%	0%
2	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena harga relatif terjangkau	49%	49%	2%	0%	0%

	masyarakat.					
3	Saya terdorong untuk membeli <i>Lawar Plek</i> karena menggunakan rempah rempah alami.	62%	38%	0%	0%	0%
4	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena jika membuat sendiri maka biaya yang dikeluarkan lebih tinggi.	53%	40%	7%	0%	0%
5	Saya memilih <i>Lawar Plek</i> karena letak penjual/warung yang strategis sehingga mudah di jangkau.	29%	62%	9%	0%	0%
6	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena orangtua/adik/kakak menyukai <i>Lawar Plek</i> .	38%	47%	16%	0%	0%
7	Saya Membeli <i>Lawar Plek</i> karena sering melihat tampilan di media sosial tentang postingan <i>Lawar Plek</i> tersebut.	53%	40%	7%	0%	0%
8	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> untuk melestarikan hidangan tradisional Bali.	58%	42%	0%	0%	0%
9	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena mempunyai aroma yang membangkitkan selera makan.	64%	36%	0%	0%	0%
	Rata-rata	53%	42%	4%	0%	0%
		95,56%			4,44%	

(Sumber : Pengolahan data primer, 2022)

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebanyak 95,56% memilih jawaban setuju sampai dengan sangat setuju dan 4,44% memilih jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap dan motivasi dalam membeli produk *lawar plek* yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah unik dan khas Bali.

Persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* dari aspek produk

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 45 responden. Adapun persepsi konsumen dilihat dari aspek produk sebagai berikut :

Tabel 2 persepsi konsumen pada produk *lawar plek* dari aspek produk

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Lawar Plek</i> memiliki cita rasa yang khas.	67%	33%	0%	0%	0%
2	<i>Lawar Plek</i> hidangan yang penyajiannya menarik.	51%	49%	0%	0%	0%
3	Hidangan <i>Lawar Plek</i> aman dikonsumsi.	31%	38%	29%	2%	0%
	Rata-rata	49%	40%	10%	1%	0%
		89,63%			10,37%	

(Sumber: Pengolahan data primer, 2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebanyak 89,63% memilih jawaban setuju sampai dengan sangat setuju dan 10,37% memilih jawaban kurang setuju sampai

dengan sangat tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk *lawar plek* yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah cita rasa yang khas.

Persepsi konsumen pada produk Lawar Plek dari aspek keputusan membeli

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 45 responden. Adapun persepsi konsumen dilihat dari aspek keputusan membeli, sebagai berikut:

Tabel 3 Persepsi konsumen pada produk lawar plek dari aspek keputusan membeli

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena sudah mendapatkan informasi tentang kualitas <i>Lawar Plek</i> .	31%	69%	0%	0%	0%
2	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena cita rasanya.	53%	47%	0%	0%	0%
3	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena telah lama dikonsumsi oleh keluarga dan masyarakat umum.	49%	47%	2%	2%	0%
4	Saya akan secara berkesinambungan mengkonsumsi <i>Lawar Plek</i> .	36%	44%	20%	0%	0%
5	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena penjual <i>Lawar Plek</i> ramah terhadap pembeli.	53%	44%	2%	0%	0%
6	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena warung penjual <i>Lawar Plek</i> terlihat bersih dan rapi.	56%	44%	0%	0%	0%
7	Saya membeli <i>Lawar Plek</i> karena ingin mencoba sesuatu yang baru.	58%	40%	2%	0%	0%
Rata-rata		48%	48%	4%	0%	0%
		95,87%		4,13%		

(Sumber: Pengolahan data primer, 2022)

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebanyak 95,87% memilih jawab setuju sampai dengan sangat setuju dan sebanyak 4,13% memilih jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan membeli produk *lawar plek* yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah warung penjual *lawar plek* terlihat bersih dan rapi dan ingin mencoba sesuatu yang baru.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis diketahui persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* Di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar dilihat dari sikap dan motivasi dalam membeli produk *lawar plek*, Sebagian besar konsumen setuju dengan keberadaan produk lawar plek ini dan memilih lawar plek untuk konsumsi. Akan tetapi masih terdapat responden yang kurang setuju pada pernyataan harga *Lawar Plek* relatif terjangkau di masyarakat. ini disebabkan oleh faktor kelas sosial, dimana faktor kelas sosial ini dibagi menjadi 7 yaitu kelas atas atas adalah orang yang hidup dari kekayaan warisan, kelas atas bawah adalah orang yang memiliki kekayaan dikarenakan kemampuan yang luar biasa dalam profesi atau bisnisnya, kelas menengah atas adalah orang yang tidak memiliki status keluarga ataupun kekayaan yang luar biasa, kelas menengah adalah orang yang bekerja dan tinggal

di bagian kota yang lebih baik, kelas pekerja adalah orang yang berpenghasilan menengah dan memelopori gaya hidup kelas pekerja tanpa memperhatikan penghasilan dan latar belakang Pendidikan atau jabatan, kelas bawah atas adalah mereka yang standar hidupnya sedikit di atas garis kemiskinan dan bekerja tanpa membutuhkan keterampilan dan digaji sangat rendah, dan kelas bawah bawah adalah mereka yang mendapat tunjangan pemerintah, melarat berkepanjangan dan biasanya tidak memiliki pekerjaan (Yulianti, dkk. 2019 : 104-108). Tiga dari tujuh faktor kelas sosial (kelas pekerja, kelas bawah atas dan kelas bawah bawah) tersebut berpendapat bahwa harga lawar plek tersebut tidak terjangkau dimasyarakat, dimana harga lawar plek pada ketiga warung yang dijadikan tempat penelitian tersebut berkisaran dari harga Rp. 25.000 – Rp. 35.000 dalam satu porsinya.

Pernyataan “saya membeli *Lawar Plek* karena jika membuat sendiri maka biaya yang dikeluarkan lebih tinggi” terdapat jawaban kurang setuju, ini disebabkan karena adanya fungsi pengetahuan pada fungsi sikap konsumen yaitu konsumen mempunyai dorongan untuk ingin mengerti dengan pengalaman-pengalamannya, ini berarti bila konsumen mempunyai sikap tertentu terhadap suatu obyek, menunjukkan tentang pengetahuan konsumen terhadap suatu obyek sikap yang bersangkutan (Priansa, 2017:140). Responden kurang setuju dikarenakan mengerti bagaimana cara membuat *Lawar Plek* tanpa mengeluarkan biaya yang lebih tinggi. Pada pernyataan “Saya membeli *Lawar Plek* karena orang tua/adik/kakak menyukai *Lawar Plek*” terdapat jawaban responden kurang setuju. Ini merupakan salah satu fungsi pertahanan ego yaitu sikap tersebut berfungsi untuk meningkatkan rasa aman dari ancaman yang datang dan menghilangkan keraguan yang ada dalam diri konsumen (Priansa, 2017:140). Responden membeli *Lawar Plek* karena keinginan dari dalam diri responden.

Diperoleh tanggapan responden kurang setuju pada pernyataan “saya membeli *Lawar Plek* karena sering melihat tampilan di media sosial tentang postingan *Lawar Plek* tersebut”. ini disebabkan oleh faktor budaya karena budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang karena budaya tumbuh dalam suatu masyarakat sejak kecil (Yulianti, dkk. 2019:104-108). Responden yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut sudah mengenal dan mengkonsumsi *Lawar Plek* sejak kecil karena makanan tersebut merupakan makanan khas daerah tempat tinggal responden. Sedangkan pilihan jawaban responden setuju sampai dengan sangat setuju secara umum baik. Hal ini menunjukkan tingginya sikap dan motivasi konsumen dalam membeli *Lawar Plek* karena makanan yang unik, khas Bali, menggunakan rempah-rempah alami lebih hemat dibandingkan membuat sendiri, lokasi yang strategis, dukungan keluarga, dorongan media sosial dan aroma yang membangkitkan selera makan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari aspek sikap dan motivasi, konsumen menerima keberadaan lawar plek dan keinginan konsumen untuk membeli lawar plek sangat tinggi, dan konsumen tertarik untuk membeli karena unik dan khas Bali.

Produk *Lawar Plek* terdapat jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju pada pernyataan “hidangan *Lawar Plek* aman dikonsumsi”. Ini disebabkan karena fungsi pengetahuan, sering kali konsumen perlu tahu produk terlebih dahulu sebelum ia menyukai kemudian membeli produk tersebut. Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk sering kali mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut (Priansa, 2017:140). responden mengetahui bahaya mengkonsumsi *Lawar Plek* yang menggunakan daging mentah dan darah mentah, dimana daging itu adalah bahan makanan yang sangat rentan terkontaminasi oleh mikroorganisme pembusuk maupun mikroorganisme patogen (bakteri yang dapat menyebabkan penyakit). Bakteri yang bersifat patogen pada daging adalah *Salmonella sp.* yang dapat menyebabkan gangguan pencernaan

(Buckle, 2010). Akan tetapi responden mengkonsumsi *Lawar Plek* karena merupakan hidangan yang unik dari beberapa jenis hidangan lawar pada umumnya. Sedangkan jawaban responden setuju sampai dengan sangat setuju secara keseluruhan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dari segi produk, *lawar plek* diminati karena cita rasa yang khas, penyajiannya yang menarik dan aman untuk dikonsumsi.

Keputusan membeli *lawar plek* terdapat jawaban kurang setuju dan tidak setuju pada pernyataan "saya membeli *lawar plek* karena telah lama dikonsumsi oleh keluarga dan masyarakat umum". Ini disebabkan karena ketertarikan responden pada sesuatu yang baru dan unik. Ketertarikan (*interest*) merupakan pesan yang disampaikan oleh pemasar pada sebuah produknya menimbulkan perasaan ingin diketahui oleh konsumennya (Kotler dan Keller, 2009:178). Pada pernyataan "saya akan secara berkesinambungan mengkonsumsi *lawar plek*" terdapat jawaban responden kurang setuju dikarenakan konsumen akan jenuh bila mengkonsumsi *lawar plek* secara terus menerus. Jawaban responden kurang setuju pada pernyataan "saya membeli *lawar plek* karena penjual ramah terhadap pembeli" dikarenakan banyaknya orderan yang diterima oleh penjual sehingga pada saat itu responden mendapat pelayanan yang kurang. Pada pernyataan "saya membeli *lawar plek* karena ingin mencoba sesuatu yang baru" terdapat jawaban kurang setuju. Ini disebabkan karena faktor budaya yaitu setiap masyarakat mempunyai budaya dan pengaruh budaya pada tingkah laku pembelian bervariasi amat besar dan tingkah laku seseorang karena budaya tumbuh dalam suatu masyarakat sejak kecil (Yulianti, dkk. 2019 : 104-108). Responden sudah mengenal hidangan *lawar plek* dan beranggapan bahwa *lawar plek* ini merupakan hidangan yang biasa saja. Akan tetapi terdapat pilihan jawaban responden setuju sampai dengan sangat setuju secara keseluruhan baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan membeli produk *lawar plek* yang diutamakan konsumen karena memperoleh informasi tentang kualitas, lama dikonsumsi oleh keluarga dan masyarakat umum, konsumsi berkesinambungan, penjual yang ramah, bersih dan rapi serta ingin mencoba sesuatu yang baru.

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Atmaja (2019) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap sikap dan motivasi, produk dan keputusan membeli produk tinggi atau persepsi yang baik. Hasil tersebut diperkuat oleh Hendriyani (2019) dan Anjarsari (2019) yang menyatakan bahwa persepsi individu terkait dengan dipengaruhi oleh sikap dan motivasi, produk dan keputusan membeli produk, jika sikap dan motivasi, produk dan keputusan membeli produk tersebut baik, maka potensi persepsi semakin tinggi. Jika sikap dan motivasi, produk dan keputusan membeli produk yang buruk, maka persepsi juga rendah. Pada penelitian ini tanggapan konsumen terkait sikap dan motivasi, produk, dan keputusan pembeli secara keseluruhan baik, dimana tanggapan konsumen dilihat dari aspek sikap dan motivasi, konsumen menerima keberadaan *lawar plek* dan keinginan konsumen untuk membeli *lawar plek* sangat tinggi, dan konsumen tertarik untuk membeli karena unik dan khas Bali. Persepsi konsumen dilihat dari aspek produk, *lawar plek* diminati karena cita rasa yang khas, penyajiannya yang menarik dan aman untuk dikonsumsi. Tanggapan konsumen dilihat dari aspek keputusan membeli karena memperoleh informasi tentang kualitas, penjual yang ramah, bersih dan rapi serta ingin mencoba sesuatu yang baru.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui persepsi konsumen pada produk *Lawar Plek* Di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar dilihat

dari sikap dan motivasi dalam membeli produk *lawar plek* jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju sebanyak 4,44%, sedangkan pilihan jawaban responden setuju sampai dengan sangat setuju sebesar 95,56%. Yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah unik dan khas Bali. Dari segi produk *lawar plek* jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju sebanyak 10,37%, sedangkan jawaban setuju sampai dengan sangat setuju sebesar 89,63%. Yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah cita rasa yang khas. Keputusan membeli produk *lawar plek* jawaban kurang setuju sampai dengan sangat tidak setuju sebanyak 4,13%, sedangkan jawaban setuju sampai dengan sangat setuju sebesar 95,87%. yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah warung penjual *lawar plek* terlihat bersih dan rapi dan ingin mencoba sesuatu yang baru. Hasil penelitian sikap dan motivasi, produk dan keputusan membeli produk *lawar plek* tinggi atau persepsi yang baik akan berdampak pada persepsi konsumen *lawar plek* di Desa Ketewel Kabupaten Gianyar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan pada Bab sebelumnya maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Berdasarkan hasil analisis persentase didapatkan deskripsi bahwa sikap dan motivasi dalam membeli produk *lawar plek* diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli karena unik dan khas Bali. Hasil analisis persentase produk *lawar plek* didapatkan bahwa yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah cita rasa yang khas. Keputusan membeli produk *lawar plek* berdasarkan hasil analisis persentase didapatkan bahwa yang diutamakan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli adalah warung penjual *lawar plek* terlihat bersih dan rapi dan ingin mencoba sesuatu yang baru

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sikap dan motivasi, produk dan keputusan pembelian produk *lawar plek* mempengaruhi persepsi produk *lawar plek* sehingga peneliti memberikan beberapa saran (1) Bagi Produsen *Lawar Plek* berdasarkan hasil menunjukkan bahwa faktor sikap dan motivasi, produk dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan, dalam hal ini sikap dan motivasi, produk dan keputusan pembelian sebaiknya ditingkatkan untuk mampu memberikan persepsi yang baik dimata konsumen. (2) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah variabel independen seperti kualitas pelayanan, promosi, fasilitas sehingga dapat diketahui pengaruh faktor-faktor lain terhadap persepsi konsumen

DAFTAR RUJUKAN

- Anjasari, Erma Tri. 2019. "*Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produksi Di Perusahaan Bakpia Ahmad's Family Trenggalek*" Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Negeri Ponorogo.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmaja, I Made Purwa Dana. 2018. "*Persepsi Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner Ikan Mujair Nyat-Nyat di Desa Kedisan, Kecamatan Kintamani, Kabupaten*

Bangli". International Journal of Natural Sciences and Engineering, Volume 2, Nomor 3.

- Buckle, K. e. (2010). Food Science. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UIPress)18 Tahun 2012 Tentang Pangan 18(9) 1689-1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hendriyani, I Gusti Ayu Dewi. 2019. "*Persepsi Wisatawan Terhadap Minuman Tradisional Bali Sebagai Signature Drink : Studi Pada Loloh Cemcem Di Desa Wisata Penglipuran, Bali*". Jurnal GASTRONOMI, Volume 7, Nomor 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller .2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Muara, Intan. 2019. *Preferensi Siswa Smk Terhadap Makanan Tradisional Di Kabupaten Bantul*. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ningsi, Nur Astri Adi (2020) *Angka Lempeng Total Dan Identifikasi Escherichia Coli Pada Lawar Ayam Di Desa Sidakarya Denpasar Selatan*. Diploma thesis, POLTEKKES KEMENKES DENPASAR.
- Prastika, Vincensia Erita Hana (2012) *Pengembangan Masakan Khas Bali (Lawar, Nasi Campur, Klaudan) Dengan Bahan Belut*. D3 thesis, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Perilaku Konusmen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Primadistya, Kadek Elda. (2012). *Lawar Sebagai Makanan Tradisional Bali*. <http://kadek-elda.blogspot.co.id/2012/01/lawar-sebagai-makanan-tradisionalbali.html>
- Purnama, S. d. (2015). "*Kualitas Mikrobiologis dan Hygiene Pedagang Lawar Terkait Penyakit Travelers Diare di Kawasan Pariwisata Gianyar Bali*". Denpasar: Fakultas Kedokteran Universitas Udayana.
- Suandra. (1972). *Dharma Caruban (Tuntutan Ngebat)*. Denpasar: CV Kayumas Agung. Suci, dkk. 1986 *Pengolahan Makanan*. denpasar: CV Kayu Mas.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Yanti, Ni Nyoman Tutik Yustina. 2018. "*Studi Kasus Pengolahan Lawar Plek di Desa Ketewel*". Tersedia pada <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/917/1/Lampiran%20Depan.pdf> (Diakses tanggal 28 Desember 2021)
- Yulianti, Farida, dkk. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH