

Info Artikel Diterima Maret 2024
Disetujui Juli 2024
Dipublikasikan Juli 2024

PERILAKU GENERASI Z TERHADAP MAKANAN KHAS OLAHAN SAGU DI TANA LUWU

GENERATION Z'S BEHAVIOR TOWARDS TYPICAL PROCESSED SAGO FOODS IN TANA LUWU

Nurafni^{1*}, Sapar², Anggra Alfian³

**¹ Program Studi Penyuluh Pertanian
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Palopo**

Email: afninurdin06@gmail.com

Abstract

Generation Z has now entered the adolescent and adult development phase. Generation Z's current age ranges from 11-26 years. This generation is the next generation and has quite an influence on the trends that occur in society, including the tendency towards typical (culinary) food. So paying attention to the behavior of generation Z in terms of special foods processed with sago has become very urgent. The aim of this research is to analyze the behavior of generation z towards processed sago food in Tana Luwu. The method used in this research is a survey method with a quantitative analysis approach. The research data was analyzed using the SEM model via the Smart PLS 3.0 application. The results of the analysis show that personal factors regarding typical processed sago foods have a significant influence on their behavior in choosing processed sago foods. This can be seen from the results of T count (8,500) > T table 1.653 and P Value (0.000) < Cut off value (0.05). Meanwhile, the research results show that Gen Z's perception of typical processed sago foods has no significant influence on their behavior in choosing sago processed food, based on the results of T count 1.470 < T table 1.653 and P value = 0.142 > cut off value = 0.05. Meanwhile, the results of the analysis show that support from sources of information about typical processed sago foods has a significant influence on their behavior in choosing processed sago foods. This can be seen from the results of T count (3,246) > T table 1.653 and P Value (0.001) < Cut off value (0.05).

Keywords: behavior, gen z, processed sago

Abstrak

Generasi Z saat ini telah memasuki fase perkembangan remaja dan dewasa. Usia generasi Z pada saat ini berkisar antara 11-26 tahun. Generasi ini merupakan generasi penerus dan cukup berpengaruh terhadap kecenderungan-kecenderungan yang terjadi di masyarakat termasuk kecenderungan terhadap makanan khas (Kuliner). Sehingga memperhatikan perilaku generasi Z dalam hal makanan khas olahan sagu menjadi sangat urgent. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perilaku generasi z terhadap makanan olahan sagu di Tana Luwu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan analisis

kuantitatif. Data hasil penelitian dianalisis menggunakan model SEM melalui aplikasi Smart PLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor personal tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu tersebut. Hal ini terlihat dari hasil T hitung (8.500) > T tabel 1,653 dan P Value (0,000) < Cut off value (0,05) adapun pada hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Gen Z tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh tidak signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu, berdasarkan hasil T Hitung 1,470 < T tabel 1,653 dan P Value = 0,142 > cut off value = 0,05 . Sedangkan Hasil analisis menunjukkan bahwa dukungan sumber informasi tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu tersebut. Hal ini terlihat dari hasil T hitung (3.246) > T tabel 1,653 dan P Value (0,001) < Cut off value (0,05).

Kata kunci: Gen z, olahan sagu, perilaku

PENDAHULUAN

Generasi Z yang lahir sekitar pertengahan 1990 hingga awal 2010 tumbuh dan berkembang dalam era digital yang penuh dengan inovasi teknologi dan perkembangan media sosial. Pandangan mereka terhadap makanan, termasuk makanan khas olahan sagu, tercermin dari pengaruh berbagai aspek kehidupan modern saat ini. Keberagaman budaya, tren makanan global, dan kesadaran akan keberlanjutan menjadi faktor-faktor kunci yang membentuk persepsi generasi Z terhadap kuliner tradisional seperti sagu (Smith, 2007). Di era globalisasi dan modernisasi, banyak aspek kehidupan mengalami perubahan salah satunya adalah masuknya budaya dan kuliner dari berbagai Negara ke Indonesia. Salah satu yang terkena imbasnya adalah tergantinya posisi makanan khas daerah. Dahulu makanan khas menjadi bagian penting dari identitas dan tradisi suatu daerah. Makanan khas diolah dan di nikmati secara turun temurun yang menjadi symbol budaya dan kearifan lokal. Kini popularitas makanan khas mulai menurun yang disebabkan beberapa faktor diantaranya perubahan pola konsumsi masyarakat, kurangnya edukasi dan promosi dan stigma negative (Ananda, 2023).

Salah satu makanan khas olahan yang merupakan simbol budaya dan kearifan lokal adalah sagu. Sagu merupakan makanan pokok bagi sebagian masyarakat di Tana Luwu yang terbuat dari tepung pohon sagu merupakan bagian penting dari budaya dan tradisi di wilayah Indonesia timur. Sagu dapat diolah menjadi berbagai makanan tradisional yang lezat dan bergizi seperti papeda/kapurung dan lempeng sagu (Nizar et al., 2023). Jenis makanan olahan sagu yang paling banyak dikonsumsi rumah tangga adalah kapurung, karena kapurung merupakan makanan olahan yang paling mudah untuk dibuat jika dibandingkan dengan makanan olahan yang lain (Ernawati et al., 2018). Pemanfaatan sagu sebagai pangan sumber karbohidrat secara nasional juga paling rendah jika dibandingkan komoditas pangan non beras seperti singkong, ubi jalar, kentang dan jagung (Hayanti et al., 2014). Selain dapat diolah menjadi makanan khas atau tradisional, olahan sagu juga dapat dijadikan bahan pangan modern dengan hasil penelitian dari (Rosida, 2019) bahwa sagu dapat diolah menjadi makanan modern seperti roti, biskuit, mie, kerupuk, bihun dan sebagainya. Sebelumnya hasil

penelitian (Mulyadi et al., 2017) menemukan bahwa Tana Luwu menjadi salah satu daerah yang mempunyai beberapa makanan khas yang salah satunya adalah olahan sagu. Namun salah satu permasalahannya adalah makanan khas olahan sagu belum terdaftar di kementerian hukum dan HAM (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, 2024) penyebabnya ada beberapa faktor, faktor pertama yaitu Pemerintah terkhusus kepada pemerintah daerah yang tidak memiliki inisiatif sendiri untuk HAKI. Kedua faktor dari masyarakat atau pelaku usaha belum memiliki wawasan pentingnya mendaftarkan HAKI. Selain beberapa problem tersebut, makanan khas olahan sagu di wilayah Tana Luwu menghadapi masalah bergesernya minat generasi muda terhadap makanan khas olahan tersebut.

Menurut observasi awal peneliti menemukan bahwa mayoritas generasi Z khususnya kalangan mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palopo, banyak dari mereka yang sudah tidak menjadikan olahan sagu sebagai makanan favorit. Padahal sebagai masyarakat lokal harus turut andil dalam melestarikan budaya dan tidak sekedar mengikuti trend yang menjadikan para pelaku usaha makanan olahan mengalami tantangan yang sangat kompleks dalam menghadapi selera konsumen. Kondisi tersebut sama dengan hasil temuan (Adiasih & Brahmana, 2017) bahwa mahasiswa Universitas Swasta di Surabaya mengkonsumsi makanan tradisional olahan dalam porsi yang sedikit karena menurut persepsi mereka makanan tradisional kurang menarik. Padahal makanan khas olahan sagu merupakan makanan khas yang hanya terdapat di beberapa wilayah saja, memiliki sejarah dan asal-usul budaya yang jelas dan cenderung memiliki varian yang lebih sedikit. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas maka menjadi penting menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi generasi Z di Tana Luwu dalam mengkonsumsi makanan khas olahan sagu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan analisis kuantitatif. Lokasi penelitian ini di kampus Universitas Muhammadiyah Palopo. Mahasiswa dikampus ini merupakan generasi Z yang berasal dari berbagai daerah di Tana Luwu dan sekitarnya. Populasi penelitian adalah mahasiswa yang aktif dikampus. Teknik pengambilan sampel sesuai pendapat (Pandjaitan & Aripin, 2017) yaitu purposive sampling dengan ketentuan masuk dalam kategori generasi Z. Responden berjumlah sebanyak 204 mahasiswa. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan melalui daftar pertanyaan (kuisioner) yang dilakukan selama 3 Pekan dibulan Januari 2024. Tabulasi pengolahan dan analisis data menggunakan aplikasi Excel yang dilakukan selama 1 pekan dibulan Februari.

Metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ada dua yakni analisis statistic deskriptif menggunakan aplikasi Excel untuk melihat sebaran data berdasarkan variabel yang diamati dan analisis statistic inferensial menggunakan Partial Least Square (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 3.0 untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Tana Luwu dalam mengkonsumsi makanan khas olahan sagu. Untuk mengetahui seberapa konsisten tiap indikator dalam menjelaskan konstruk variabelnya dapat dilihat pada hasil

analisis dalam kolom *composite reliability* yang ditetapkan dengan nilai $\geq 0,7$ (Sarstedt et al., 2020) untuk mengetahui berapa besar pengaruh antar variabel digunakan Analisis T-Statistik. Jika Nilai Thitung lebih besar dari nilai Ttabel maka pengaruh variabel hasilnya signifikan. *Boostrapping* merupakan langkah yang dilakukan pada Smart PLS untuk mendapatkan nilai pengujian inner model. Adapun variabel penelitian yang diuji ada dua jenis yakni variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri dari faktor personal, persepsi terhadap makanan khas olahan sagu dan dukungan sumber informasi dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu perilaku generasi Z yang terdiri dari pengetahuan, sikap dan keterampilan. Pengetahuan dan keterampilan yang merupakan indikator dari variabel perilaku dihilangkan dari model karena tidak memenuhi standar nilai yang ditentukan oleh aplikasi SmartPLS 3.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Faktor personal

Untuk mengetahui perilaku generasi Z terhadap makanan khas olahan sagu di Tana Luwu, terdapat beberapa karakteristik responden yang dicatat, antara lain umur, jenis kelamin dan asal daerah.

1. Umur Responden

Komposisi umur responden berkisar antara 17-32 tahun yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Komposisi umur responden

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-24 Tahun	199	97,5
2.	25-32 Tahun	4	1,9
3.	33-40 Tahun	1	0,6

Umur atau usia Menurut (Sirajuddin et al., 2023) generasi Z adalah individu yang lahir pada rentang waktu antara tahun 1995 sampai 2010. Generasi Z saat ini telah memasuki fase perkembangan remaja dan dewasa. Usia generasi Z pada saat ini berkisar antara 11-26 tahun. Generasi ini merupakan generasi penerus dan cukup berpengaruh terhadap kecenderungan-kecenderungan yang terjadi di masyarakat termasuk kecenderungan terhadap makanan khas (Kuliner). Dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-24 tahun sebanyak 199 orang, sedangkan yang berusia 25-32 sebanyak 4 orang dan responden yang berusia 33-40 tahun berjumlah 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa usia responden didominasi oleh usia yang masih sangat muda. Kondisi tersebut diakibatkan oleh sasaran penelitian ini adalah generasi Z yang menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palopo dari semester 1 hingga semester 8.

2. Jenis Kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	46	22,5
2.	Perempuan	158	77,5

Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin terlihat pada tabel 2, terlihat bahwa responden penelitian ini di dominasi oleh perempuan (77,5%) sedangkan laki-laki hanya (22,5%) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesediaan responden berjenis kelamin perempuan lebih besar untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan oleh ketentuan awal sebelum menjadi responden yaitu yang memiliki pengalaman berkaitan dengan makanan khas olahan sagu. Dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih banyak yang memiliki pengalaman mengkonsumsi makanan khas olahan sagu jika dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian (Nur'aini, 2020) orang yang berjenis kelamin perempuan, lebih tidak menyukai sagu di bandingkan orang yang berjenis kelamin laki-laki di Kabupaten Kolaka.

3. Asal Daerah

Komposisi responden berdasarkan asal daerah dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Asal daerah

No	Asal daerah	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kota Palopo	81	39,9
2.	Kabupaten Luwu	64	31,3
3.	Kabupaten Luwu Utara	33	16,1
4.	Kabupaten Luwu Timur	17	8,3
5.	Lainnya	9	4,4

Tana luwu terdiri dari 4 wilayah kabupaten/kota yakni Kabupaten Luwu, Kabupaten Luwu Utara, dan Kabupaten Luwu Timur dan Kota Palopo sehingga penyebutan Tana Luwu pun kemudian terbatas untuk di daerah ini saja. sebaran responden berdasarkan asal daerah dapat dilihat bahwa asal responden generasi Z di Universitas Muhammadiyah Palopo berasal dari berbagai daerah di Tana luwu hingga luar daerah, adapun responden yang berasal dari kota Palopo sebanyak 81 orang, kabupaten Luwu sebanyak 64 orang, kabupaten luwu utara sebanyak 33 orang, kabupaten Luwu Timur sebanyak 17 orang sedangkan yang berasal dari luar daerah sebanyak 9 orang. Data penelitian tersebut menunjukkan bahwa generasi Z di Kota Palopo memiliki interaksi dengan makanan khas olahan sagu lebih besar dibandingkan dengan generasi Z di Kabupaten lainnya khusus untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

4. Minat dan Pengalaman

Minat dan pengalaman merupakan bagian dari faktor personal dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 faktor personal

Faktor personal	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Minat	Rendah (26)	13
	Sedang (145)	71
	Tinggi (33)	16
Pengalaman	Rendah (27)	13
	Sedang (139)	68
	Tinggi (38)	19

Tabel 1 menunjukkan bahwa minat responden terhadap makanan khas olahan sagu dalam kategori sedang sebanyak (71%), dalam kategori tinggi sebesar (16%) dan dalam kategori rendah sebanyak (13%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden kurang berminat pada makanan olahan sagu. Kondisi ini juga senada dengan hasil kajian (Nur'aini, 2020) bahwa rumah tangga yang memiliki preferensi sagu makanan pokok hanya mencapai 22% saja sedangkan sebagai makanan tambahan sebesar 78% maka hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat beranggapan bahwa sagu masih dianggap sebagai makanan tambahan saja. Selanjutnya, pengalaman responden terhadap makanan khas olahan sagu dalam kategori tinggi sebanyak (19%), dalam kategori rendah sebesar (13%) dan dalam kategori sedang sebanyak (68%).

B. Persepsi terhadap makanan khas olahan sagu

Persepsi terhadap makanan khas olahan sagu dapat kita ketahui melalui cita rasa, tekstur, tampilan dan aroma dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Persepsi terhadap makanan khas olahan sagu

Persepsi terhadap makanan khas olahan sagu	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Cita rasa	Rendah (35)	17
	Sedang (131)	64
	Tinggi (38)	19
Tekstur	Rendah (33)	16
	Sedang (142)	70
	Tinggi (29)	14
Tampilan	Rendah (33)	16
	Sedang (134)	66
	Tinggi (37)	18
Aroma	Rendah (28)	14
	Sedang (142)	70
	Tinggi (34)	16

Tabel 5 menunjukkan bahwa mayoritas responden (64%) memiliki persepsi sedang terhadap cita rasa makanan. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa

merupakan indikator responden dalam memilih untuk mengkonsumsi olahan sagu. Sementara itu mayoritas responden (70%) memiliki persepsi sedang terhadap tekstur dan aroma makanan yang menunjukkan bahwa tekstur dan aroma makanan punya pengaruh dalam menentukan jenis olahan sagu yang dikonsumsi. Serta mayoritas responden (66%) memiliki persepsi sedang terhadap tampilan makanan khas olahan sagu yang artinya tampilan makanan punya pengaruh bagi responden dalam menentukan jenis olahan sagu yang akan dikonsumsi. Adapun persentase responden yang memiliki persepsi tinggi terhadap cita rasa, tekstur, dan aroma makanan khas olahan sagu lebih rendah dibandingkan dengan persentase responden yang memiliki persepsi sedang dan persentase responden yang memiliki persepsi rendah terhadap semua aspek makanan khas olahan sagu relatif kecil. Sehingga secara umum persepsi Gen Z terhadap makanan khas olahan sagu cukup baik. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Afiza et al., 2023) bahwa persepsi masyarakat Kecamatan Gaung Anak Serka terhadap pangan lokal sagu masih sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa sagu masih memiliki citra positif di tengah serbuan beras dan pangan asing. Sebelumnya (Abidin & Musadar, 2018) menemukan bahwa tingkat persepsi masyarakat Kota Kendari secara umum terhadap pangan lokal sagu tergolong kategori tinggi.

C. Dukungan sumber informasi

Dukungan sumber informasi dapat kita ketahui melalui buku, sosial media, youtube, artikel, warung dan orang tua dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6 Dukungan sumber informasi

Dukungan Sumber Informasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Buku	Rendah (35)	16
	Sedang (134)	67
	Tinggi (35)	17
Sosial media	Rendah (33)	16
	Sedang (131)	64
	Tinggi (40)	20
Youtube	Rendah (33)	16
	Sedang (135)	66
	Tinggi (36)	18
Artikel	Rendah (39)	19
	Sedang (112)	55
	Tinggi (53)	26
Warung	Rendah (34)	17
	Sedang (135)	66
	Tinggi (35)	17
Orang tua	Rendah (32)	16
	Sedang (128)	63
	Tinggi (44)	21

Tabel 6 menunjukkan bahwa sumber informasi yang paling banyak mendapatkan dukungan adalah Youtube, dengan total dukungan 78% (36% Tinggi + 42% Sedang). Hasil penelitian ini didukung oleh (Fadiati, 2023) bahwa youtube menjadi salah satu media sosial yang paling banyak di akses di Indonesia membuat semakin banyaknya Youtubers di platform ini yang menjadi salah satu konten kreator dan paling banyak diminati adalah konten makanan. Hal ini senada dengan hasil penelitian (Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas, 2023) bahwa sosial media Tiktok muncul menjadi media informasi baru yang populer dikalangan masyarakat khususnya generasi Z dengan pengguna yang memanfaatkannya untuk berbagi pengetahuan, wawasan, dan informasi dalam berbagai bidang. Diikuti oleh Warung dengan total dukungan 83% (26% Tinggi + 57% Sedang). Sedangkan sumber informasi yang paling sedikit mendapatkan dukungan adalah Orang tua, dengan total dukungan 79% (21% Tinggi + 58% Sedang).

D. Perilaku generasi Z terhadap makanan khas olahan sagu

Perilaku generasi Z terhadap makanan khas olahan sagu dapat diketahui melalui pengetahuan, sikap dan Keterampilan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7 Perilaku

Perilaku	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pengetahuan	Rendah (27)	13
	Sedang (130)	64
	Tinggi (47)	23
Sikap	Rendah (32)	16
	Sedang (71)	35
	Tinggi (101)	49
Keterampilan	Rendah (39)	18
	Sedang (119)	58
	Tinggi (51)	24

Tabel 7 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengetahuan dan keterampilan yang sedang sedangkan mayoritas responden memiliki sikap yang tinggi. Dapat dilihat ketiga indikator menunjukkan bahwa pengetahuan dalam kategori rendah sebesar (13%), kategori sedang sebesar (64%) dan kategori tinggi sebesar (23%). Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan Gen Z di Tana Luwu sedang cenderung tinggi artinya hampir semua responden punya pengetahuan yang cukup baik mengenai makanan khas olahan sagu di Tana Luwu. Sedangkan pada indikator sikap dalam kategori rendah sebesar (16%), kategori sedang sebesar (35%) dan pada kategori tinggi sebesar (49%). Data ini menunjukkan sikap responden sangat positif terhadap makanan khas olahan sagu. Adapun dalam indikator keterampilan pada kategori rendah sebesar (18%), kategori sedang sebesar (58%) dan pada kategori tinggi sebesar (24%). Data ini menunjukkan kecenderungan responden punya keterampilan dalam membuat atau mengolah makanan khas olahan sagu. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari (Andriyanty, 2020) bahwa tingkat pengetahuan dan konsep diri yang semakin tinggi

akan makin meningkatkan peluang generasi muda untuk tetap konsisten dengan produk dalam negeri dengan pemahaman atas sikap patriotisme dan cinta bangsa dan Negara Indonesia terkait konsumsi makanan dan minuman dalam negeri.

E. Uji Reliabilitas dan Validitas

Sebelum model digunakan untuk mengestimasi pengaruh antar variabel terlebih dahulu dilakukan analisis validitas dan reliabilitas model. Adapun jenis validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yaitu dengan melihat nilai outer loading $\geq (0,7)$ dan nilai AVE (average variance extracted) $\geq 0,6$. Sedangkan reliabilitas yang digunakan adalah nilai alpha cronbach (0,7) dan composite reliability (0,7). Adapun hasil analisis validitas dan reliabilitas model ditampilkan pada tabel 8.

Error! Not a valid embedded object.

F. Uji Pengaruh antar variabel

Hasil analisis pengaruh antar variabel di tampilkan pada tabel 9 dan gambar 1.

Tabel 9 pengaruh antar variabel

No	Pengaruh antar variable	T. hitung	P. value	Ket
1	Faktor personal terhadap perilaku	8.500	0.00 0	Signifikan
2	Persepsi makanan khas olahan sagu terhadap perilaku	1.470	0.14 2	Tidak signifikan
3	Dukungan sumber informasi terhadap perilaku	3.246	0.00 1	Signifikan

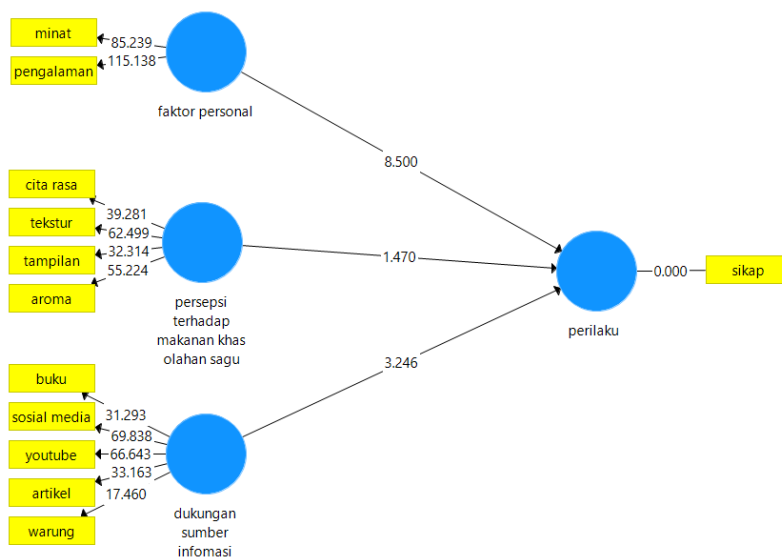
Ket: T Tabel: 1,653; Cut off value: 0,05

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor personal tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Yanti et al., 2023) bahwa identitas atau asal daerah budaya dan sosial yang terkait dengan makanan khas daerah memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini terlihat dari hasil T hitung (8.500) > T tabel 1,653 dan P Value (0,000) < Cut off value (0,05). Artinya faktor personal memberikan dampak pada perilaku mereka dalam menentukan pilihan dalam mengkonsumsi olahan sagu tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi Gen Z tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh tidak signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu, karena mahasiswa mau mengkonsumsi makanan khas/tradisional tetapi dengan persentase lebih sedikit dikarenakan dalam persepsi mereka, makanan ini kurang menarik atau kurang bergensi (Adiasih & Brahmana, 2017). berdasarkan hasil T Hitung 1,470 < T tabel 1,653 dan P Value = 0,142 > cut off value = 0,05. Artinya, persepsi tidak memberikan dampak pada sikap mereka dalam menentukan pilihan dalam mengkonsumsi olahan sagu tersebut. Sebagaimana hasil penelitian (Favalli et al., 2013) bahwa kombinasi penampilan

(appearance), dan tekstur (texture) sangat mempengaruhi pemahaman konseptual dalam suatu produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sumber informasi tentang makanan khas olahan sagu berpengaruh signifikan terhadap perilakunya dalam memilih makanan olahan sagu tersebut karena berperan penting dalam meningkatkan persepsi positif, mendorong perilaku konsumsi, dan menjadikan olahan sagu sebagai bagian penting dalam kekayaan kuliner Indonesia. Dengan terus mengembangkan dan memanfaatkan sumber informasi ini secara kreatif dan efektif. Hal ini terlihat dari hasil T hitung ($3.246 > T \text{ tabel } 1,653$ dan $P \text{ Value } (0,001) < \text{Cut off value } (0,05)$). Artinya, dukungan sumber informasi memberikan dampak pada perilaku gen Z dalam menentukan pilihan mengkonsumsi olahan sagu tersebut.



Gambar 1. Pengaruh antar variabel

G. Pengaruh bersama

Pengaruh bersama variabel Faktor personal terhadap perilaku, Persepsi makanan khas olahan sagu terhadap perilaku, dan dukungan sumber informasi terhadap perilaku dilihat dari besaran R square yaitu sebesar 0,657, artinya secara bersama, seluruh variabel yang dianalisis memengaruhi perilaku sebesar 65.7%, sedangkan 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor personal dan dukungan sumber informasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku generasi Z pada makanan khas olahan sagu di Tana Luwu. Sedangkan persepsi terhadap makanan khas olahan sagu tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku generasi Z.

Disarankan kepada generasi Z untuk lebih sering mengonsumsi makanan khas olahan sagu di Tana Luwu, hal ini bertujuan untuk menjaga kelestarian makanan khas di Tana Luwu dan mencegahnya punah di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Musadar, M. (2018). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pangan Lokal Sagu Di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.33005/adv.v7i1.1126>
- Adiasih, P., & Brahmana, R. K. M. R. (2017). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya. *Kinerja*, 19(2), 114–127. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v19i2.538>
- Afiza, Y., Nurul, H., & Novitasari, R. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Pangan Lokal Sagu Di Kecamatan Gaung Anak Serka. *Jurnal Agribisnis*, 12(1), 63–69. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i1.2681>
- Ananda, M. fadhel. (2023). The Effect of Using QRIS on Food Consumption Behavior of Generation Z Islamic Economic Perspective.
- Andriyanty, R. (2020). PILIHAN KONSUMEN MUDA TERHADAP PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN. February.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (2024). Data Indikasi Geografis', Ditjen HAKI Kemenkumham, 2021. DJKI. <https://www.dgip.go.id/>
- Ernawati, E., Lakare, H., & Diansari, P. (2018). Peranan Makanan Tradisional Berbahan Sagu Sebagai Alternatif Dalam Pemenuhan Gizi Masyarakat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 31. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i1.3621>
- Fadiati, A. (2023). Minat Kuliner Nusantara Pada Generasi Z (Studi Tentang Hubungan Keterpaan Informasi pada Konten Food Vlogger Youtube dengan Minat Kuliner Nusantara pada Generasi Z). 3(2).
- Favalli, S., Skov, T., & Byrne, D. V. (2013). Sensory perception and understanding of food uniqueness: From the traditional to the novel. *Food Research International*, 50(1), 176–188. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2012.10.007>
- Hayanti, N., Purwanto, R., & W Kadir, A. (2014). Preferensi Masyarakat Terhadap Makanan Berbahan Baku Sagu (Metroxylon Sagu Rottb) Sebagai Alternatif Sumber Karbohidrat Di Kabupaten Luwu Dan Luwu Utara Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 11(1), 82–90. <https://doi.org/10.20886/jsek.2014.11.1.82-90>
- Mulyadi, R., Rampisela, D. A., As, S., Taufiqurrahman, M., Sjahril, R., Nur, A. R., Ratnasari, D., Maruddin, R., & Metaragakusuma, A. P. (2017). IPLBI-2017-C-061-064-Studi-Awal-Pengembangan-Sainsteknopark-Sagu-di-

Tana-Luwu. 61–64.

- Nizar, R., Siswati, L., & Ulfa, H. (2023). persepsi generasi z terhadap makanan khas dari sagu di provinsi riau. *Agri Sains*, vol 7 no.(Mi), 5–24. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JAS/article/viewFile/1007/892>
- Nur'aini, D. T. (2020). Faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi sagu di kabupaten kolaka. *02(05)*, 44–57.
- Pandjaitan, D. R. H., & Aripin, A. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12007>
- Ramdani Bur, Fitria Ayuningtyas, M. A. M. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *5*, 189–198.
- Rosida, D. F. (2019). **INOVASI TEKNOLOGI PENGOLAHAN SAGU Oleh: DEDIN FINATSIYATULL ROSIDA.**
- Sarstedt, Marko, M. C., Ringle, F. J., & Hair. (2020). *Handbook of Market Research*.
- Sirajuddin, K. K., Ahmad, & Siswanti, D. N. (2023). Hubungan Harga Diri Dengan Kepuasan Hidup Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *2(2)*, 255–265. <https://journal-nusantara.com/index.php/PESHUM/article/view/1390>
- Smith, S. (2007). Analysis of Tourists Attending a Culinary Event: Motivations, Satisfaction, and Behavioral Outcomes. https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/307
- Yanti, M. R., Geofakta, R., Endang, F., Syamsuddin, & Guntur, A. W. (2023). **IDENTITAS BUDAYA DAN SOSIAL PADA MAKANAN KHAS DAERAH TINJAUAN TERHADP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM PADA BULAN RAMADAN DI INDONESIA.** *4(1)*, 88–100.