

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi dan modernisasi yang kini semakin berkembang, pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan yang sangat signifikan. Salah satu contoh dari perubahan tersebut adalah semakin populernya makanan cepat saji atau *fast food*. Makanan cepat saji atau *fast food* merupakan makanan yang bisa disajikan dengan waktu yang singkat. Makanan cepat saji memiliki banyak sekali ragam jenis, dari makanan ringan hingga berat. Sementara itu, makanan yang dapat disiapkan dengan cepat sering kali disebut sebagai makanan siap saji, biasanya istilah ini mengacu pada makanan yang diperdagangkan di restoran atau toko dengan standar persiapan yang berkualitas rendah, serta disajikan kepada konsumen dalam kemasan praktis untuk dibawa pulang (Chusnah, 2020).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Hanum et al. (2015) yang dikutip oleh (Mazwan et al., 2022) sekitar 69% masyarakat kota di Indonesia mengonsumsi *fast food*. Sebanyak 33% mengonsumsinya pada waktu makan siang, 25% pada makan malam, 9% sebagai makanan selingan, dan 2% untuk sarapan. Data ini menunjukkan bahwa *fast food* telah menjadi bagian dari pola makan masyarakat perkotaan. Penyebaran *fast food* juga telah merambah hingga kota-kota kecil, termasuk Kota Lumajang.

Kota Lumajang merupakan salah satu daerah yang berada di wilayah bagian selatan Provinsi Jawa Timur. Kota lumajang yang terbilang kota kecil kini mulai terdapat gerai – gerai *fast food* yang umumnya ada di kota – kota besar. Adapun restoran modern seperti *Rocket Chicken*, *Mie Gacoan*, *Megumi Sushi And Ramen*, dan masih banyak lainnya. Kehadiran berbagai restoran modern menjadi sebuah daya tarik baru bagi masyarakat Lumajang, terlebih bagi generasi muda yang cenderung mengutamakan kepraktisan, suasana tempat, serta tren yang berkembang melalui sosial media. Dengan adanya perubahan ini dapat menjadikan Kota Lumajang mengikuti kemajuan yang sempat tertinggal sebelumnya. Masyarakat Lumajang yang dulunya perlu ke kota besar untuk sekedar ingin mencoba makanan cepat saji yang sedang viral di sosial media, kini dapat

menikmatinya secara langsung di Kota Lumajang itu sendiri.

Namun di sisi lain, terdapat restoran sederhana yang masih berjualan secara sederhana seperti restoran yang berada di pinggiran kota, dan restoran sederhana lainnya yang masih tetap eksis sebagai kuliner lokal yang melegenda. Selain harganya yang terjangkau, restoran sederhana menawarkan cita rasa otentik yang akrab di lidah masyarakat. Inilah yang bikin menarik, karena ada dinamika dan persaingan antara makanan cepat saji kekinian dengan makanan cepat saji yang sudah lama jadi favorit. Masyarakat Lumajang dari berbagai lapisan sosial memperlihatkan preferensi makan yang variatif. Ada sebagian, terutama anak muda dan para pekerja, yang lebih suka nongkrong di tempat makan cepat saji modern karena dianggap lebih keren dan kekinian. Tapi, banyak juga yang tetap setia dengan restoran sederhana karena alasan harga, rasa, dan kenangan manis dengan makanan tersebut.

Adapun sisi buruk dengan adanya restoran modern ini menjadikan masyarakat Lumajang *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu rasa takut merasa kehilangan atau ketinggalan momen, tren, informasi, atau pengalaman penting yang dialami orang lain. Fenomena FOMO mempengaruhi cara berfikir konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, karena mereka cenderung dipengaruhi oleh apa yang dilihat setiap hari dan informasi yang mereka dapat dari media sosial. Didukung oleh pernyataan (Smith, 2009) bahwa opini konsumen mengenai produk dan jasa sekarang semakin di dominasi oleh orang asing secara online, yang hasilnya mempengaruhi opini secara offline (Wachyuni et al., 2024).

Fenomena ini dapat menyebabkan masyarakat ingin pergi ke sebuah tempat atau restoran modern karena ada seseorang atau *influencer* yang mempromosikan tempat tersebut karena rasa FOMO. Hal ini membuat tempat yang di datangi menjadi membludak dan diluar kendali. Biasanya hal seperti ini akan terjadi dalam kurun waktu yang sebentar, berkisar dari sebulan atau paling lama dua bulan. Masyarakat mengikuti hasrat FOMO dan hanya ingin tahu apakah yang dikatakan oleh *reviewer* makanan tersebut benar atau tidak. Dan setelahnya, apabila hasrat FOMO dan rasa ingin tau itu telah terjawab maka bisa terjadi dua kemungkinan, masyarakat suka rasanya dan menjadi pelanggan tetap atau langsung kembali ke restoran sederhana. Sebenarnya hal ini wajar saja terjadi, tapi tidak

menutup kemungkinan restoran modern yang didatangi masyarakat karena FOMO ini sering tidak bertahan lama, karena sepi peminat.

Perbedaan signifikan dapat diamati antara restoran modern, yang sering kali mengadopsi standar internasional dalam operasional dan presentasi, dengan restoran sederhana yang lebih berorientasi lokal. Restoran modern cenderung menyediakan pengalaman bersantap yang komprehensif, mencakup aspek suasana dan kenyamanan, sementara restoran sederhana lebih menekankan pada keterjangkauan harga dan familiaritas dengan cita rasa lokal, menjadikannya pilihan populer di kalangan masyarakat setempat. Oleh karena itu, analisis komparatif yang mendalam antara kedua tipe tempat makan ini menjadi penting untuk memahami perbedaan preferensi konsumen. Berbagai faktor seperti harga, kualitas produk makanan, efisiensi pelayanan, dan kemudahan akses lokasi dapat memengaruhi kecenderungan konsumen terhadap produk makanan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi mendalam terhadap faktor-faktor tersebut, serta menganalisis bagaimana interaksi antar faktor tersebut memengaruhi pengambilan keputusan konsumen di wilayah Lumajang.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan nantinya adalah Teori Konsumsi Simbolik yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Studi tentang konsumsi makanan cepat saji di Indonesia menunjukkan bahwa pemenuhan rasa lapar bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi pilihan masyarakat untuk makan makanan cepat saji, itu juga menunjukkan makna sosial, gaya hidup, dan simbol-simbol tertentu yang mendorong keputusan tersebut. Melalui teori konsumsi simbolik, Jean Baudrillard menjelaskan bahwa orang-orang modern lebih suka membeli barang dan jasa karena nilai guna daripada karena nilai tanda. Produk, merek, dan ruang konsumsi dianggap sebagai simbol status, identitas, dan gaya hidup yang mereka ingin tampilkan kepada orang lain. Peneliti akan menyelidiki praktik konsumsi sebagai pertarungan makna simbolik di tingkat lokal selain membandingkan kualitas *fast food* antara restoran modern dan sederhana. Ketika restoran modern gagal menciptakan nilai simbolik yang relevan dengan pengalaman sosial masyarakat Lumajang, restoran tersebut rentan kehilangan relevansi di pasar lokal dan bahkan mandek secara sosial-ekonomi, meskipun fasilitasnya tampak lebih baik.

Hal ini penting untuk kita teliti lebih lanjut, karena selera makan setiap orang itu dapat dipengaruhi banyak faktor, bukan cuma rasa, tapi juga harga, suasana tempat, pelayanan, dan tren yang lagi hits di sosial media. Dengan melakukan studi perbandingan antara Restoran Modern dan Restoran Sederhana, diharapkan riset ini dapat memberi gambaran tentang perubahan tren makan masyarakat Lumajang, sekaligus menambah wawasan tentang perubahan kebiasaan makan di era modern.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana perbandingan preferensi *fast food* memengaruhi pengambilan keputusan masyarakat Lumajang dalam pemilihan restoran modern dan restoran sederhana?
2. Bagaimana implikasi preferensi kualitas konsumen terhadap keberlanjutan usaha restoran modern di tingkat lokal di Kabupaten Lumajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan memahami realitas preferensi *fast food* masyarakat Lumajang dalam pengambilan keputusan konsumen perbandingan restoran modern dan restoran sederhana.
2. Untuk mengetahui implikasi preferensi kualitas konsumen terhadap keberlanjutan usaha restoran modern di tingkat lokal di Kabupaten Lumajang

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi ekonomi, khususnya dalam konteks perubahan sosial di era modern, dengan memperluas pemahaman bahwa preferensi *fast food* merupakan praktik sosial yang dipengaruhi oleh norma, kelas, akses, dan modal sosial-simbolik.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi pemerintah daerah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan yang menyeimbangkan antara pelestarian budaya kuliner lokal dengan pengembangan sektor kuliner modern.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman akan pentingnya konsumsi yang seimbang antara makanan di restoran modern dan restoran sederhana, sehingga masyarakat dapat lebih bijak dalam memilih tempat makan sesuai dengan kebutuhan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai referensi untuk kajian sejenis di wilayah atau konteks yang berbeda.

### 1.5 Definisi Konsep

#### 1.5.1 Preferensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi diartikan sebagai pilihan, kecenderungan, minat, atau kesukaan terhadap sesuatu. Dalam konteks konsumen, preferensi merujuk pada pilihan individu terhadap produk yang akan dikonsumsi. Kekuatan preferensi ini berperan penting dalam menentukan jenis produk yang dibeli, alokasi pengeluaran, serta tingkat permintaan terhadap produk tersebut (Ramadhan, 2017). Dengan demikian, preferensi dapat dipahami sebagai proses individu dalam menentukan pilihan berdasarkan hal yang paling disukai. Preferensi konsumen juga dapat dimaknai sebagai sikap suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu barang atau jasa yang dikonsumsi. Hal ini mencerminkan tingkat ketertarikan konsumen dari berbagai alternatif produk yang tersedia (Kotler dalam Masri, 2004) dikutip oleh (Erinda et al., 2016). Derajat kesukaan diperoleh dari pengalaman terhadap makanan tertentu dan dapat berpengaruh kuat terhadap preferensi.

Tingkat kesukaan tersebut umumnya terbentuk melalui pengalaman sebelumnya terhadap produk, termasuk pengalaman dalam mengonsumsi makanan tertentu, yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan di masa mendatang. Selain itu, preferensi konsumen dapat diukur melalui penilaian terhadap manfaat dan tingkat kepentingan relatif dari setiap atribut yang dimiliki suatu produk atau jasa.

Daya tarik awal suatu produk juga dapat menjadi faktor yang memengaruhi minat konsumen. Evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap produk atau jasa akan mencerminkan sikap mereka, sekaligus memengaruhi perilaku dalam penggunaan atau konsumsi produk tersebut (Ramadhan, 2017).

### 1.5.2 Fast Food

*Fast Food* atau makanan cepat saji merupakan jenis makanan yang dapat disiapkan dan disajikan dalam waktu singkat. Secara umum, istilah ini merujuk pada makanan yang diproduksi dan dijual di restoran atau gerai tertentu dengan proses persiapan yang sederhana, kemudian disajikan dalam kemasan praktis untuk dibawa pulang. Selain itu, makanan cepat saji juga sering dikaitkan dengan produk yang dapat diolah dengan cepat dan memiliki daya simpan tertentu, seperti makanan beku (*frozen food*) (Chusnah, 2020).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Hanum et al. (2015) yang dikutip oleh (Mazwan et al., 2022) sekitar 69% masyarakat kota di Indonesia mengonsumsi *fast food*. Sebanyak 33% mengonsumsinya pada waktu makan siang, 25% pada makan malam, 9% sebagai makanan selingan, dan 2% untuk sarapan. Data ini menunjukkan bahwa *fast food* telah menjadi bagian dari pola makan masyarakat perkotaan.

Dari sisi kandungan, makanan cepat saji umumnya memiliki kadar kalori, lemak, gula, dan garam yang relatif tinggi. Hal ini berkaitan dengan tujuan produksi *fast food* yang menekankan pada cita rasa yang kuat dan konsisten, serta menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kepraktisan dan efisiensi waktu. Karakteristik tersebut juga diperkuat dalam penelitian gizi di Indonesia yang menjelaskan bahwa *fast food* identik dengan makanan tinggi kalori dan proses penyajian yang cepat (Anggraini et al., 2024).

Lebih lanjut, *fast food* saat ini tidak hanya dipandang sebagai produk makanan semata, tetapi juga sebagai bagian dari budaya konsumsi modern. Keputusan konsumen dalam memilih makanan cepat saji dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti gaya hidup, daya tarik merek, desain tempat yang menarik dan sesuai tren, strategi promosi digital melalui media sosial, serta ulasan daring (*electronic word of mouth*). Faktor-faktor tersebut sering kali mendorong keinginan untuk mencoba, termasuk perilaku konsumtif

yang dipicu oleh tren seperti *Fear of Missing Out* (FOMO). Penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa promosi digital dan e-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk fast food dan industri makanan-minuman modern (Kusumo et al., 2024).

### 1.5.3 Restoran Modern

Istilah restoran berasal dari bahasa Latin *restaurare* yang berarti memulihkan, yang kemudian dalam bahasa Inggris dimaknai sebagai *a public eating place*, yaitu tempat umum untuk makan. Restoran dapat dipahami sebagai suatu usaha atau bangunan yang menyediakan makanan dan minuman secara komersial dengan memberikan pelayanan kepada konsumen. Perkembangan restoran di Indonesia mulai terlihat setelah peristiwa G30S/PKI tahun 1965. Sebelum tahun 1945, usaha makan umumnya hanya berupa tempat makan sederhana yang melayani masyarakat pribumi. Setelah itu, berkembang menjadi rumah makan, dan pada sekitar tahun 1966 mulai dikenal sebagai restoran seiring meningkatnya pendapatan per kapita masyarakat. Saat ini, restoran dengan sistem pelayanan cepat saji semakin berkembang karena tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan yang praktis dan efisien (Abdi Patria, 2011).

Sementara itu, istilah modern menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merujuk pada sesuatu yang bersifat terbaru, kekinian, atau sesuai dengan perkembangan zaman. Secara etimologis, kata modern berasal dari bahasa Latin yang berarti “masa kini” (Sudirana, 2019). Restoran modern berarti dapat diartikan sebagai sebuah rumah makan yang kekinian atau mengikuti jaman. Penyebaran restoran modern ini juga pastinya cukup cepat karena permintaan masyarakat yang ingin mengikuti trend restoran modern yang ada. Adapun contoh dari restoran modern itu sendiri diantaranya ; Mie Gacoan, *Hotways*, *Marugame Udon*, *McDonald's*, *Burger King*, dan masih banyak lainnya.

Lebih dari sekadar tempat makan, restoran modern juga memiliki fungsi sebagai ruang sosial dan simbolik. Di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, restoran modern sering dipandang sebagai representasi gaya hidup. Hal ini didukung oleh tampilan visual yang menarik (*instagramable*), strategi promosi melalui media sosial, serta ulasan daring (*electronic word of mouth* atau e-WOM) yang mendorong kunjungan berbasis tren (Arianty & Andira, 2021). Sementara hal-hal seperti gambar merek, suasana toko, dan

iklan di internet telah terbukti meningkatkan kunjungan ke restoran dan memengaruhi preferensi pelanggan. Namun, faktor fungsional seperti harga, rasa, dan kualitas pelayanan tidak selalu memenuhi harapan pelanggan lokal. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa suasana tempat, promosi online, dan e-WOM memengaruhi niat kunjungan; namun, kepuasan atribut inti dan persepsi nilai lebih memengaruhi keputusan berulang (Kusumo et al., 2024).

#### **1.5.4 Restoran Sederhana**

Berbeda Berbeda dengan restoran modern, restoran sederhana merupakan usaha kuliner yang menawarkan makanan tradisional atau menu yang bersifat sederhana. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah sederhana merujuk pada sesuatu yang tidak berlebihan. Dalam konteks ini, restoran sederhana dapat dipahami sebagai usaha makanan skala mikro hingga kecil (UMKM) yang dikelola secara mandiri, baik oleh individu maupun keluarga, dengan sistem pelayanan dan fasilitas yang relatif minimalis.

Restoran sederhana umumnya telah hadir lebih dahulu sebelum berkembangnya restoran modern di masyarakat. Dalam penelitian ini, restoran sederhana didefinisikan sebagai usaha makanan dengan skala kecil yang memiliki sistem operasional yang fleksibel dan tidak terikat pada standar formal seperti restoran modern. Penyajian makanan dilakukan secara sederhana dengan menyesuaikan kebutuhan serta selera masyarakat lokal. Ciri khas restoran sederhana terletak pada harga yang lebih terjangkau, porsi yang dapat disesuaikan, serta hubungan sosial yang lebih dekat antara penjual dan konsumen. Tidak seperti restoran modern yang memiliki standar operasional baku dan konsep pelayanan yang terstruktur, restoran sederhana cenderung mengutamakan interaksi personal serta kedekatan emosional dengan pelanggan.

Selain itu, kemampuan untuk menyesuaikan menu dengan preferensi lokal menjadi salah satu keunggulan utama yang membuat restoran sederhana tetap diminati oleh masyarakat. Restoran sederhana dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bisnis makanan cepat saji yang berukuran mikro hingga kecil, dikelola secara mandiri oleh pemilik atau keluarga, memiliki fasilitas dan sistem pelayanan yang fleksibel dan informal. Restoran sederhana tidak menggunakan standar operasional dan penyajian

yang kaku seperti gerai modern. Sebaliknya, fokusnya adalah memenuhi kebutuhan makan sehari-hari masyarakat lokal melalui harga yang terjangkau, porsi yang fleksibel, dan interaksi pelayanan yang personal antara penjual dan konsumen. Restoran modern biasanya memiliki branding, prosedur layanan, dan pengalaman makan yang terstandarisasi. Ini berbeda dengan layanan yang lebih langsung, kedekatan sosial, dan kemampuan untuk menyesuaikan menu dengan preferensi lokal.

## **1.6 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam mengenai preferensi *fast food* masyarakat di Kabupaten Lumajang dengan Studi Komparatif atau membandingkan antara Restoran Modern dan Restoran Sederhana. Penelitian ini lebih menekankan pada pemahaman makna, proses sosial, dan realitas yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif, yang berarti bahwa tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena sosial secara akurat, faktual, dan sistematis. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5), metode penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang-orang dan perilaku mereka yang dapat diamati. Kirk dan Miller (1986:9) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi ilmu pengetahuan sosial yang sebagian besar bergantung pada pengamatan manusia di lingkungannya dan di luar lingkungannya. (Moleong, 2013).

Jenis Penelitian dalam penelitian ini adalah studi komparatif yaitu bertujuan untuk membandingkan dua masalah, fakta, atau fenomena untuk menentukan persamaan, kelebihan, dan kekurangan masing-masing (Rozaq, 2019). Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B (Bandung: Alfabeta, 2012), halaman 56” menjelaskan bahwa penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda (Sugiono & Dompas, 2022). Penelitian ini tidak mencari hubungan kausal, melainkan berusaha menggambarkan realitas sosial sebagaimana adanya dalam konteks masyarakat Lumajang.

### **1.6.2 Unit Analisis**

Unit analisis adalah seluruh hal yang kita teliti untuk mendapatkan penjelasan ringkas mengenai keseluruhan unit dan untuk menjelaskan berbagai perbedaan diantara unit analisis tersebut. Unit analisis juga dapat berupa individu, benda, atau peristiwa, seperti aktivitas individu atau sekelompok orang yang terlibat dalam penelitian (Morissan, 2017)

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, individu manusia merupakan unit analisis yang sangat penting dalam riset ilmu sosial. Peneliti akan menjelaskan berbagai kelompok sosial dan interaksi di antara satu sama lain (Morissan, 2017). Dalam penelitian ini, individu yang dipilih yaitu konsumen yang melakukan konsumsi makanan di restoran modern dan restoran sederhana di Kota Lumajang. Individu ini dipilih karena terdapat preferensi *fast food* yang pernah didapati, hal itu menjadikan alasan khusus peneliti memilih unit analisis individu.

### **1.6.3 Lokasi Penelitian**

Penelitian Studi ini dilakukan di Kabupaten Lumajang, yang berada di Provinsi Jawa Timur. Lokasi penelitian ini dipilih karena Kabupaten Lumajang adalah salah satu daerah yang sedang mengalami perubahan sosial, ekonomi, dan budaya yang dinamis. Pergeseran pola kehidupan masyarakat dari yang sebelumnya cenderung tradisional menuju yang lebih modern. Kondisi ini menjadikan Kabupaten Lumajang sebagai tempat yang tepat untuk menyelidiki fenomena perubahan perilaku masyarakat, khususnya dalam hal pola konsumsi. Perkembangan industri kuliner, yang ditandai dengan munculnya berbagai jenis restoran, baik modern maupun sederhana, turut menunjukkan bahwa masyarakat menghadapi berbagai pilihan konsumsi.

Selain itu, pemilihan lokasi ini didasarkan pada perbedaan pola konsumsi masyarakat antara restoran modern dan sederhana. Perbedaan ini terlihat dalam hal pilihan tempat makan serta perubahan dalam preferensi, gaya hidup, dan pertimbangan sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, Kabupaten Lumajang dianggap sesuai untuk melihat dan mempelajari perubahan pola konsumsi masyarakat dalam hal perkembangan kuliner lokal.

#### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

##### 1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung objek di lingkungan penelitian, yang dilakukan dalam kondisi yang menetap ataupun fenomena yang sedang berlangsung, dan dilakukan dengan pengindraan manusia sebagai alat utama. Ketika seseorang melakukan observasi, mereka tidak hanya melihat objek, tetapi mereka juga mendengar, mencatat, dan memahami perilaku sosial dan situasi yang terkait dengan objek kajian. Proses observasi didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan secara sadar, direncanakan, dan disengaja melalui rangkaian prosedur pengamatan yang sistematis. Tindakan ini memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi empiris dan sesuai dengan konteks sosial yang diteliti (Luthfiah, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipatif, dalam observasi non-partisipasi peneliti hanya bertindak sebagai pengamat dan tidak terlibat dalam kegiatan yang diamati. Peneliti hanya melihat dari jarak jauh dan tidak terlibat dalam aktivitas atau interaksi subjek. Karena metode ini tidak memengaruhi atau dipengaruhi oleh subjek yang diteliti, itu membantu peneliti tetap objektif (Romdona et al., 2025). Peneliti menggunakan observasi non-partisipatif untuk secara alami menangkap praktik konsumsi *fast food* di masyarakat Lumajang. Mereka melihat perilaku pemesanan, penilaian kualitas yang tampak, kondisi fasilitas, dan dinamika interaksi sosial di restoran modern dan sederhana. Sebagai dasar untuk menganalisis perbedaan preferensi dan implikasinya pada daya tahan usaha restoran modern di tingkat lokal, peneliti menggunakan metode observasi non-partisipatif untuk menangkap praktik konsumsi *fast food* masyarakat Lumajang secara keseluruhan.

##### 2. Wawancara

Percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu disebut wawancara. Wawancara dilakukan oleh dua orang: orang yang mengajukan atau

mewawancarai dan orang yang diwawancarai atau memberikan jawaban. Oleh karena itu, selain melakukan observasi, wawancara memungkinkan peneliti untuk mengetahui lebih banyak tentang partisipan dan menginterpretasikan situasi dan fenomena. (Moleong, 2013).

Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur dalam penelitian ini; ini terdiri dari elemen terstruktur dan tidak terstruktur (Kusumastuti & Khoiron, 2019), dengan pertanyaan tipe standar dan terbuka. Meskipun ada panduan pertanyaan, peneliti dapat mengubah urutan atau memperdalam pertanyaan berdasarkan tanggapan responden. Karena wawancara ini memungkinkan diskusi yang bebas, peneliti dapat mendapatkan informasi yang lebih luas dan mendalam (Romdona et al., 2025). Penelitian ini memiliki korelasi langsung dengan wawancara semi-terstruktur karena memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan faktor-faktor dan standar kualitas *fast food* dari sudut pandang mereka sendiri. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari perbandingan aspek rasa, porsi, harga, kebersihan, metode pelayanan, dan makna sosial dari pengalaman makan di restoran modern (seperti *McDonald's*) dan restoran sederhana lokal (UMKM). Perbedaan preferensi dan implikasinya terhadap keberlanjutan gerai modern yang sering tidak bertahan lama di Kabupaten Lumajang untuk kemudian dianalisis.

### 3. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, observasi dan wawancara digunakan bersama dengan metode pengumpulan data dengan didokumentasikan. Sumber informasi untuk proses penelitian dapat berupa karya besar, sumber data tertulis, atau gambar. Dokumentasi ini dibuat untuk memberikan bukti atau konfirmasi penelitian yang telah dilakukan (Sujarweni, 2023).

#### 1.6.5 Teknik Pengambilan sampel (*sampling*)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua aspeknya karena kekurangan dana, tenaga, atau waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi untuk mencapai kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi secara

keseluruhan. Dengan demikian, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2013).

Teknik *purposive sampling*, yang berarti mengambil sampel dari berbagai sumber data berdasarkan pertimbangan khusus, digunakan untuk menentukan subjek penelitian. Pertimbangan-pertimbangan ini, seperti individu yang dianggap memiliki pengetahuan paling mendalam tentang apa yang diharapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). *Purposive sampling* dilakukan dengan cara pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan yang dipilih mencakup masyarakat Lumajang dari berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan tingkat pendidikan, agar diperoleh data yang kaya dan bervariasi.

#### **1.6.6 Teknik Analisa Data**

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan:

1. Reduksi data : Reduksi data berarti merangkum, memilih yang paling penting, memfokuskan pada yang paling penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan akan menjadi lebih mudah bagi peneliti untuk mengumpulkan dan mencari lebih banyak data jika diperlukan. Peralatan elektronik seperti komputer mini dapat membantu mengurangi data dengan memasukkan kode pada komponen tertentu. Setiap peneliti yang mengreduksi data akan dipandu elemen tertentu, dengan tujuan utamanya. Oleh karena itu, jika peneliti menemukan sesuatu yang dianggap asing, tidak dikenal, atau tidak memiliki pola, hal itu harus menjadi perhatian peneliti saat mereka mengurangi data (Sugiyono, 2013).
2. Penyajian data : Langkah berikutnya adalah menampilkan data setelah direduksi. Data dalam penelitian kualitatif dapat disajikan dalam bentuk bagan, uraian singkat, flowchart, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Dengan cara ini, data disusun dan diorganisasikan dalam pola hubungan sehingga lebih mudah dipahami. Akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya setelah melihat data (Sugiyono, 2013).

3. Penarikan kesimpulan : Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menampilkannya. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk flowchart, bagan, uraian singkat, dan hubungan antar kategori, antara lain. Dengan cara ini, data disusun dan diorganisasikan dalam pola hubungan sehingga lebih mudah dipahami dan membuat lebih mudah untuk merencanakan apa yang akan terjadi setelah melihat data (Sugiyono, 2013).

#### **1.6.7 Teknik Validitas atau Keabsahan Data**

Untuk menjaga keabsahan data dan menghindari subjektivitas dalam analisis, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber yang berarti membandingkan data dari berbagai sumber dan berbicara dengan pembimbing atau rekan sejawat. Dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, peneliti mengumpulkan data dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang berbeda. Selain itu, mereka menguji kredibilitas data, yaitu menguji kredibilitas kombinasi dari berbagai metode pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian kualitatif, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengevaluasi tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui berbagai alat dan waktu (Patton 1987: 331). Ini dapat dicapai dengan melakukan beberapa hal: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan pendapatnya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan orang sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan perspektif orang lain, seperti rakyat biasa, orang-orang yang tidak terlibat dalam penelitian ini (Moleong, 2013).