

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEBIASAAN SISWA MEMBELI MAKANAN-JAJANAN DI SEKOLAH

Shinta Gustine Permata Sari

SDN Polehan 1 Malang  
Jl. Puntodewo 5 Malang  
E-mail: shintagustine@gmail.com

**Abstract:** The purpose of this study is to describe the factors that cause food buying habits of student's snacks in upper secondary education as the city of Malang. This study uses factor analysis. This method aims to find new factors results rotation factors have been identified. The results of this study concluded that factors students buy snack food habits in high school Malang, namely: (1) Hungry Appetite factors, (2) Factor Type of Food Snacks, (3) Habit Factor Family, (4) Desire Snack Factor, (5) Factors Treats, (6) Snacks Various Factors, (7) Desire Factor Eating Snacks Out of School Environment, ( 8 ) Teacher Referral Factor. The contribution of each factor: 8,338 % hungry taste factor, factor 7,126 % type of street food, factor family habits 7,096 %, 7,106 % snack craving factors, factors treated to 6,501 %, 6,414 % hawker various factors, factors desire to eat snacks outside the school environment 6,065 %, 5,919 % teacher referrals factors, the most dominant factor that makes high school students Malang buy street food at school is hungry taste factor is equal to 8.338 %.

**Keyword:** factors habits of students, canteen, food, snacks

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan faktor-faktor yang menyebabkan kebiasaan siswa membeli makanan-jajanan di Sekolah Lanjutan Tingkat Atas se-Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode analisis faktor. Metode ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor baru hasil rotasi faktor-faktor yang telah diidentifikasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang yaitu: (1) Faktor Selera Lapar, (2) Faktor Jenis Makanan Jajanan, (3) Faktor Kebiasaan Keluarga, (4) Faktor Keinginan Jajan, (5) Faktor Ditraktir (6) Faktor Aneka Jajanan, (7) Faktor Keinginan Makan Jajanan Di Luar Lingkungan Sekolah, (8) Faktor Arahkan Guru, Kontribusi dari masing-masing faktor: faktor selera lapar 8,338%, faktor jenis makanan jajanan 7,126%, faktor kebiasaan keluarga 7,096%, faktor keinginan jajan 7,106%, faktor ditaraktir 6,501%, faktor aneka jajanan 6,414%, faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah 6,065%, faktor arahan guru 5,919%, Faktor paling dominan yang menjadikan siswa SLTA Kota Malang membeli makanan jajanan di sekolah adalah faktor selera lapar yaitu sebesar 8,338%.

**Kata kunci:** faktor-faktor kebiasaan siswa, kantin, makanan, jajanan

Sekolah yang ideal adalah yang dapat memenuhi semua kebutuhan siswanya termasuk memenuhi kebutuhan siswa saat mereka haus atau lapar, dengan tersedianya makanan jajanan berupa makanan atau minuman yang ada di sekolah baik yang tersedia di kantin sekolah ataupun di luar kantin sekolah, sehingga kebutuhan siswa tersebut dapat dipenuhi.

Upaya yang dapat dilakukan sekolah untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum adalah menyediakan kebutuhan siswa di kantin atau koperasi sekolah, dengan harga yang relatif

terjangkau, sehingga kebutuhan siswa dapat dipenuhi dengan baik. Siswa memanfaatkan waktu jam istirahat sekolah dengan mengkonsumsi/ membelanjakan uang saku yang diberikan oleh orang tuanya untuk membeli makanan jajanan di koperasi sekolah. Hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arianingtias (2009: 43), Analisis Biaya Ekstra Belanja Peserta Didik di SDN Girimoyo 01 Karangploso menunjukkan, Uang saku peserta didik dipergunakan untuk mengkonsumsi makanan ataupun minuman pada waktu berada di lingkungan sekolah.

Sedangkan rata-rata uang saku yang dikeluarkan orang tua adalah Rp 2.750,00/hari. Dan apabila diperhitungkan dalam satu tahun rata-rata biaya ekstra belanja yang dikeluarkan oleh orang tua adalah sebesar Rp 729.600,00. Serta biaya ekstra belanja peserta didik di SDN Girimoyo01 Karangploso sebesar Rp 123.220.200,00. Dilihat dari jumlah ini, dapat diketahui, bahwa uang yang beredar di sekolah cukup besar, yaitu Rp 123.220.000,00.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dilihat, bahwa banyak siswa yang membelanjakan uang sakunya untuk mengkonsumsi makanan ataupun minuman waktu berada di lingkungan sekolah. Hal ini juga berarti, bahwa membelanjakan uang di sekolah merupakan suatu kebiasaan atau bisa disebut kebiasaan jajan. Kebiasaan jajan, menurut Suhardjo (1989:15), “Merupakan istilah untuk menggambarkan kebiasaan dan perilaku yang berhubungan dengan makan dan makanan, seperti frekuensi makan, jenis makanan, preferensi terhadap makanan, dan cara pemilihan makanan”. Kebiasaan siswa jajan sering dilakukan saat jam istirahat sekolah, mereka biasanya pergi ke kantin sekolah untuk membeli jajanan karena mereka merasa lapar atau haus bahkan ada beberapa siswa mempunyai kebiasaan untuk *kongkow* di kantin sekolah. Kebiasaan siswa membeli jajanan di kantin sekolah sudah menjadi tradisi budaya mulai tingkat sekolah dasar hingga tingkat lanjutan atas.

Banyak jenis makanan-jajanan yang dijual di kantin sekolah. Makanan jajanan (*street food*) lebih dikenal sebagai *snack*, didefinisikan sebagai “makanan atau kudapan, baik yang diproduksi sendiri pada tingkat rumah tangga maupun yang dipersiapkan untuk konsumsi langsung di lokasi penjualan yang terdapat dipinggir jalan atau di tempat-tempat umum, dan bisa dijajakan dengan cara berkeliling” (Judarwanto, 2008:15).

Makanan-jajanan yang dikonsumsi siswa mulai dari makanan ringan, hingga makanan berat. Berdasarkan hasil *survey* awal studi sosial budaya pada makanan-jajanan yang diperdagangkan di lingkungan Sekolah Dasar Kota Malang oleh Mariana, dkk (2010:10) menunjukkan, bahwa “siswa tertarik untuk membeli makanan-jajanan di sekolah karena warna yang menarik, rasa yang menimbulkan selera, serta harga yang relatif terjangkau. Bahkan para siswa sering

mengalokasikan sebagian besar uang sakunya untuk membeli makanan-jajanan di sekolah”. Lebih lanjut disebutkan dalam penelitian lainnya, bahwa “kebiasaan jajan ini dipengaruhi oleh tingkahlaku dan bagi seseorang anak kebiasaan ini akan berkembang sesuai dengan lingkungan yang dimasukinya, baik itu keluarga, sekolah, atau iklan-iklan yang ditawarkan oleh *mass media*” (Damayanti, 2010:20).

Kenyataanya masih banyak siswa yang membelanjakan uang saku yang dimilikinya untuk membeli makanan-jajanan di luar sekolah, padahal pihak sekolah sudah menyediakan fasilitas berupa kantin sekolah atau koperasi sekolah. Jika faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan-jajanan di lingkungan sekolah dapat diungkapkan dalam penelitian ini, maka implikasi sekolah untuk mengelola sekolah khususnya dalam bidang layanan khusus kafeteria atau kantin sekolah dapat di tingkatkan, sehingga siswa membeli makanan-jajanan di luar sekolah dapat diminimalkan.

Teknologi informasi yang maju, memudahkan siswa untuk menangkap informasi-informasi maupun berita teraktual mengenai makanan-jajanan yang sering dibeli oleh siswa. Hal ini bisa menjadi faktor pendukung kebiasaan siswa membeli makanan-jajanan di sekolah. Faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan siswa membeli makanan di sekolah selain teknologi informasi juga faktor lain, baik dari diri siswa maupun dari luar, yaitu faktor pribadi, faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologis. Masih sedikit kajian yang membahas secara mendalam mengenai faktor-faktor yang menjadi kebiasaan siswa membeli makanan-jajanan di sekolah.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu deskriptif dan eksploratori. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menilai kejadian atau keadaan di masa sekarang. Populasi dalam penelitian ini, yaitu seluruh siswa di Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Kota Malang. Jumlah siswa SLTA Kota Malang tahun pelajaran 2013/2014 berdasarkan data yang bersumber dari Dinas Pendidikan Nasional Kota Malang, yaitu sebanyak 50.340 siswa. Berdasarkan jumlah

keseluruhan sekolah ditentukan jumlah sampel sekolah sebesar 10% dari jumlah sekolah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dan teknik *proportional random sampling*. Selain itu juga menggunakan *stratified proportional random sampling*, Alasan menggunakan teknik ini adalah karena strata jurusan yang berbeda (negeri, swasta, madrasah), serta memiliki strata Kelas X, XI, XII, serta jurusan yang berbeda, sehingga perlu diambil sampel yang seimbang di masing-masing stratanya. Jumlah sampelnya sebesar 397 siswa.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif jenis data ordinal (*Skala Likert*) karena data yang didapat memiliki gradasi yang berbeda dan berbentuk numerik. Sumber data yang didapat berasal dari data interval, yaitu dari siswa di Sekolah Lanjutan Tingkat Atas di Kota Malang baik negeri, swasta, ataupun madrasah, kemudian perolehan data tersebut berasal dari data primer atau metrik yang langsung didapat dari lapangan dengan cara pengukuran. Alat utama untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan konsep pengukuran Skala Likert dengan bentuk yang telah di modifikasi untuk menghindari responden memilih jawaban tengah-tengah.

## HASIL

Penelitian ini ditujukan untuk menemukan faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di sekolah pada SLTA di Kota Malang. Tujuan ini dicapai dengan menganalisis faktor atas butir-butir pertanyaan yang mengungkap kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di sekolah.

Tahap pertama dalam menganalisis data adalah dengan menguji interkorelasi antar butir-butir indikator yang dijabarkan dari teori-teori konsumsi. Dalam hasil uji interkorelasi antar item-item pertanyaan sejumlah 26 ini, tidak ada butir yang digugurkan, karena tidak ada  $\geq r 0,80$ , sehingga data tersebut memenuhi syarat untuk

dianalisis secara eksploratori.

Tahap kedua adalah melakukan analisis faktor secara eksploratif terhadap 26 item. Dari hasil analisis, terdapat 8 faktor baru hasil rotasi analisis faktor, namun setelah dilakukan rotasi analisis faktor yang pertama item 17 dan 19 harus digugurkan karena memiliki muatan faktor minus. Hasil faktor baru dapat dilihat dalam Tabel 1 untuk selanjutnya diberi identitas konsep baru atas faktor-faktor yang mengelompok.

Dari jumlah koefisien eigen value  $\geq 1$  teridentifikasi sebanyak 8 faktor, persentase varian kumulatifnya adalah 54,470%, hasil analisis faktor ini bisa digunakan untuk menafsirkan konsep-konsep yang muncul dapat diartikan, bahwa penelitian ini mampu menjelaskan faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di sekolah pada SLTA di Kota Malang. Identifikasi temuan faktor-faktor tersebut seperti Tabel 1.

Pengelompokan butir-butir indikator setelah rotasi tampak pada Tabel 1, diikuti pula dengan pemberian nama konsep baru setiap faktor sebagai variabel. Pemberian nama faktor/ variabel tersebut didasarkan atas rasionalisasi pengelompokan indikator yang serumpun konsepnya, sehingga dapat disimpulkan, bahwa delapan faktor variabel yang merupakan temuan eksploratif atas kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di sekolah pada SLTA di Kota Malang yaitu: 1) Faktor selera lapar; 2) Faktor jenis makanan jajanan; 3) Faktor kebiasaan keluarga; 4) Faktor keinginan jajan; 5) Faktor ditarik; 6) Faktor aneka jajanan; 7) Faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah; dan 8) faktor arahan guru.

Deskripsi variabel penelitian yang akan disajikan terlebih dahulu diuji dengan rumus-rumus yang telah ditentukan, serta dengan bantuan *Method of Successive Interval* (MSI) dan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 16.0 for windows. Berikut adalah disajikan Tabel 2 sebagai ringkasan analisis deskriptif variabel penelitian.

**Tabel 1 Hasil Analisis Faktor**

Nomor Kode	Indikator	Muatan Faktor	EigenValue/ %Variabel
X16	Saya membeli makanan jajanan sesuai selera	0,772	13,486 (8,338%) (Sebagai Faktor Selera Lapar)
X21	Saya memilih makanan jajanan sesuai dengan keinginan	0,630	
X15	Saya membeli makanan jajanan karena lapar	0,571	
X17	Saya memilih membeli makanan jajanan di kantin sekolah	0,361	
X25	Saya membeli makanan jajanan pasar (nagasari, lemper,dll)	0,794	8,813 (7,126%) (Sebagai Faktor Jenis Makanan Jajanan)
X26	Saya membeli minuman jajanan es dawet,es cincau, dll	0,718	
X22	Saya memilih membeli makanan jajanan karena asin	0,472	
X12	Saya diberi uang saku dari orang tua setiap hari	0,808	6,542 (7,096%) (Sebagai Faktor Kebiasaan Keluarga )
X11	Saya setiap hari meminta uang saku dari orang tua	0,727	
X13	Saya membeli makanan jajanan karena merupakan kebiasaan di sekolah	0,326	
X3	Saya membeli minuman soft drink/ instan (pop ice, nutrisari, sisri, dll)	0,624	6,017 (7,016%) (Sebagai Fakor Keinginan Jajan)
X1	Saya membelanjakan sebagian uang saku untuk membeli makanan jajanan di sekolah	0,556	
X5	Saya membeli makanan jajanan setiap jam istirahat	0,519	
X8	Saya membeli makanan jajanan yang bergengsi di sekolah	0,451	
X9	Saya membeli makanan jajanan karena dibelikan oleh teman	0,725	5,301 (6,501%) (Sebagai Faktor Ditraktir)
X6	Saya membeli makanan jajanan saat diluar jam istirahat	0,631	
X4	Saya membeli makanan jajanan yang dibungkus dengan daun	0,529	

**Tabel 2 Ringkasan dan Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Variabel	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Mean	13,5389	7,5016	9,1799	10,7179	6,4290	6,1842	5,4875	7,2897
Kategori Rendah	≤ 8,5754	≤ 6,7988	≤ 6,7516	≤ 8,3738	≤ 6,5893	≤ 5,4041	≤ 5,6744	≤ 6,6590
Kategori Sedang	≤13,1509	≤ 9,5976	≤ 9,5032	≤12,7476	≤ 9,1786	≤ 6,8083	≤ 7,3488	≤ 9,3180
Kategori Tinggi	≥ 17,7263	≥12,3965	≥12,2549	≥17,12152	≥11,7679	≥8,2124	≥9,0233	≥ 11,9770

Keterangan:

F1 = Faktor Selera Lapar;

F2= Faktor Jenis Makanan Jajanan;

F3= Faktor Kebiasaan Keluarga;

F4= Faktor Keinginan Jajan;

F5= Faktor Ditraktir;

F6= Faktor Aneka Jajanan;

F7= Faktor Keinginan Makan Jajanan di Luar Lingkungan Sekolah;

F8= Faktor Arahan Guru.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif serta analisis faktor, temuan hasil penelitian dengan faktor-faktor yang mengelompok dan diberi nama sebagai konsep baru sebagai berikut: (1) faktor selera lapar; (2) Faktor jenis makanan jajanan; (3) Faktor kebiasaan keluarga; (4) Faktor keinginan jajan; (5) Faktor ditraktir; (6) Faktor aneka jajanan; (7) Faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah; dan (8) Faktor arahan guru.

Faktor selera lapar, kelompok faktor ini terwakili oleh 4 item pernyataan, setelah mengelompok muncul konsep baru dengan nama faktor selera lapar dan memiliki nilai eigen value sebesar 8,338%, faktor ini sesuai dengan teori perilaku konsumsi bahwa pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama: motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap. Sehubungan dengan ini, Kotler & Armstrong (2008:172) menyatakan, bahwa “seseorang senantiasa mempunyai banyak kebutuhan. Salah satunya adalah kebutuhan biologis, timbul dari dorongan tertentu seperti rasa lapar, haus, dan ketidaknyamanan”.

Selain itu faktor selera lapar ini sesuai dengan pendapat (Khosman, 2003:30). Mengingat aktivitas fisik yang sangat banyak dan tinggi selama di sekolah, sangat wajar apabila siswa merasa lapar antara dua waktu (pagi dan siang). Siswa membeli jajan di sekolah sebagai pengganti sarapan pagi, untuk mengurangi rasa lapar. “Membeli makanan dapat mengenalkan siswa pada beragam makanan yang dijual di lingkungan sekolah. Oleh karena itu, jajan dapat membantu seorang siswa membentuk selera makan yang beragam”.

Berdasarkan beberapa pernyataan dan teori di atas dapat disimpulkan, bahwa faktor selera lapar merupakan faktor utama atau komponen utama yang menjadi alasan siswa membeli makanan jajanan di sekolah untuk memenuhi kebutuhan biologis siswa, berupa rasa lapar atau haus, dan untuk mengganti sarapan pagi, serta membantu siswa membentuk selera makan yang beragam.

Hasil analisis data pada faktor selera lapar ini termasuk dalam tingkatan ‘tinggi’, yaitu dengan angka rata-rata 13,5389, sedangkan jika dilihat dari persentase sebanyak 207 orang atau 52,1%. Dapat disimpulkan, bahwa faktor-faktor

kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Kota Malang disebabkan oleh faktor selera lapar.

Faktor jenis makanan jajanan, kelompok faktor ini terwakili oleh 3 item pernyataan, setelah mengelompok konsep baru ini diberi nama faktor jenis makanan jajanan, dan memiliki nilai eigen value sebesar 7,126%, faktor ini sesuai dengan dengan pernyataan (Damayanti, 2010:15), “makanan jajanan dapat dibedakan menjadi 3 macam, yaitu: makanan-jajanan yang berbentuk makanan (seperti, kue kecil-kecil dan pisang goreng), makanan jajanan sepinggan (menu utama), dan makanan jajanan yang berbentuk minuman”. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Tarwotjo (1998:20), yakni: “ada dua jenis makanan kecil (jajanan), yaitu makanan dengan rasa manis dan rasa asin”.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan, bahwa faktor jenis makanan jajanan, yang rasanya asin dan manis, serta jika dalam bentuk dapat dibedakan makanan, makanan-jajanan sepinggan, serta makanan-jajanan yang berbentuk minuman. Faktor jenis makanan jajanan ini merupakan faktor kedua alasan siswa membeli makanan jajanan di sekolah dengan berbagai jenis makanan jajanan yang tersedia di sekolah.

Hasil analisis data pada faktor jenis makanan jajanan ini termasuk dalam kategori ‘sedang’ yaitu dengan rata-rata angka 7,5016, jika dilihat dari persentase sebanyak 200 orang atau 50,4%. Dapat disimpulkan, bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh faktor jenis makanan jajanan.

Faktor kebiasaan keluarga, faktor ini terwakili oleh 3 item pernyataan, setelah mengelompok menjadi konsep baru diberi nama faktor kebiasaan keluarga, dan memiliki nilai eigen value sebesar 7,096%, Secara harfiah arti kebiasaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:47), adalah “sesuatu yang telah biasa dilakukan secara berulang-ulang”. Sedangkan kebiasaan menurut (Kusdiana, 2005:24) “sesuatu yang dilakukan secara berulang-ulang dan sudah menjadi ciri seseorang”. Dapat disimpulkan, bahwa kebiasaan adalah suatu cara bertindak yang telah dikuasai yang bersifat tahan uji seragam dan sedikitnya otomatis.

Keluarga adalah “organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara ekstensif. Keluarga adalah “kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal” (Engel, 1994: 194). Keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat pada perilaku pembeli. Hal ini dapat dimaklumi karena dalam suatu keluarga antara satu anggota keluarga dan anggota keluarga yang lain mempunyai pengaruh dan peranan yang sama saat melakukan pembelian sehari-hari.

Dari pendapat tersebut, jadi faktor kebiasaan keluarga adalah suatu cara bertindak yang telah dikuasai yang bersifat tahan uji seragam dan sedikitnya otomatis, yang disebabkan oleh keluarga, faktor kebiasaan keluarga ini merupakan faktor ketiga yang menjadi alasan siswa membeli makanan jajanan di sekolah.

Hasil analisis data pada faktor kebiasaan keluarga ini termasuk dalam kategori ‘sedang’, yaitu dengan rata-rata 9,1799, jika dilihat dari persentase sebanyak 192 orang atau 48,4% dapat disimpulkan, bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh faktor kebiasaan keluarga.

Faktor keinginan jajan, faktor ini terwakili oleh 4 item pernyataan, setelah mengelompok menjadi konsep baru diberi nama faktor keinginan jajanan dan memiliki nilai *eigen value* sebesar 7,016%. Keinginan jajan siswa di sekolah tentu karena adanya motivasi untuk membeli makanan jajanan, hal sesuai dengan pernyataan Kotler & Armstrong (2008:173), “motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarah seseorang agar dapat mencari pemuasan kebutuhan itu”. Dalam hal ini pemuasan kebutuhan siswa di sekolah adalah dengan membeli makanan jajanan yang tersedia di sekolah. Dari pernyataan tersebut faktor keinginan jajan ini adalah faktor keempat alasan siswa membeli makanan jajanan di sekolah.

Hasil analisis data pada faktor keinginan jajan ini termasuk dalam kategori ‘sedang’, yaitu dengan rata-rata 10,7179, jika dilihat dari persentase sebanyak 248 orang atau 62,5% dapat disimpulkan, bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh faktor keinginan jajan.

Faktor ditraktir, faktor ini terwakili oleh 3 item pernyataan, setelah mengelompok menjadi

konsep baru diberi nama faktor ditraktir dan memiliki nilai *eigen value* sebesar 6,501%, ditraktir adalah kegiatan dibelikan makanan jajanan oleh orang lain. Orang lain dalam hal ini adalah teman, dengan kata lain teman adalah kelompok referensi kecil sesuai dengan pernyataan Swastha & Irawan (2008:108), bahwa “kelompok referensi kecil juga memengaruhi perilaku seseorang dalam pembeliannya, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku”. Hal ini juga berpengaruh dalam kebiasaan konsumen membeli barang atau jasa ketika kelompok referensi membeli barang tertentu juga berpengaruh terhadap konsumen untuk membeli barang yang serupa. Pernyataan tersebut faktor ditraktir adalah faktor ke 5 yang membuat siswa membeli makanan jajanan di sekolah.

Hasil analisis data pada faktor ditraktir ini termasuk dalam kategori ‘rendah’ dengan rata-rata 6,429, jika dilihat dengan persentase 69 orang atau 54,7%, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang tidak disebabkan oleh faktor ditraktir.

Faktor Aneka Jajanan, faktor ini terwakili oleh 2 pernyataan, setelah mengelompok menjadi konsep baru diberi nama faktor aneka jajanan dan memiliki nilai *eigen value* sebesar 6,414%. Dalam hal ini faktor aneka jajanan yang dimaksud adalah banyaknya penjual aneka jajanan di sekolah, baik dalam lingkungan sekolah ataupun di luar lingkungan sekolah, jika dikaitkan dengan teori, bahwa di sekolah adanya sektor informal ekonomi dengan adanya banyak pedagang aneka jajanan ini, sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, sektor informal adalah “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan”. Undang-undang (UU) ini yang menjelaskan serta mengatur jalannya usaha kecil, seperti sektor informal dan juga tentang ekonomi kerakyatan yang ada di masyarakat serta berbagai hal yang berkaitan dengan usaha kecil Pedagang Kaki Lima (PKL), warung-warung keluarga, penjual makanan keliling, pedagang sayuran, dan lain-lainnya yang masing-masing usahanya bersifat kekeluargaan.

Dari pernyataan undang-undang tersebut dapat dikatakan, bahwa penjual aneka jajanan di dalam lingkungan sekolah ataupun di luar lingkungan

sekolah merupakan sektor informal, dengan kata lain banyaknya jumlah pedagang aneka makanan jajanan termasuk dalam sektor informal pertumbuhan ekonomi yang ada di sekolah, selain itu dengan adanya pedagang aneka jajanan ini, berpengaruh terhadap persepsi pemilihan makanan jajanan siswa, hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler & Armstrong (2008:174), bahwa persepsi (*perception*) adalah “proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti”. Faktor aneka jajanan ini adalah faktor keenam alasan siswa membeli makanan jajanan di sekolah.

Hasil analisis data pada faktor aneka jajanan ini, termasuk dalam kategori ‘sedang’ dengan rata-rata 6,1842, jika dilihat dengan persentase 154 orang atau 38,8%, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh faktor aneka jajanan.

Faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah, faktor ini terwakili oleh 3 pernyataan, setelah mengelompok menjadi konsep baru diberi nama faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah serta merupakan faktor ketujuh dan memiliki nilai eigen value sebesar 6,065%. Maksud faktor ini, menjelaskan keinginan siswa makan jajanan di luar lingkungan sekolah kerana jika dikaitkan dengan teori yang ada tiap sekolah harus memiliki kantin sekolah sesuai dengan pernyataan Imron (2011:20), bahwa “kantin atau warung sekolah diperlukan adanya di tiap sekolah supaya makanan yang dibeli peserta didik terjamin kebersihannya dan cukup mengandung gizi”. Peranan lain di kantin sekolah, yaitu supaya peserta didik tidak berkeliaran mencari makanan keluar lingkungan sekolah.

Hasil analisis data pada faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah, termasuk dalam kategori ‘rendah’ dengan rata-rata 5,4875, jika dilihat dengan persentase 248 orang atau 62,5%, dengan mengetahui hasil tersebut dapat dikatakan, bahwa faktor ini bertentangan dengan pendapat di atas atau dengan kata lain, siswa lebih cenderung ingin makan jajanan di dalam lingkungan sekolah. Jadi dapat disimpulkan, bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang bukan karena faktor keinginan makan jajanan di luar lingkungan sekolah.

Faktor arahan guru, faktor ini terwakili oleh 3 pernyataan, setelah mengelompok menjadi konsep baru diberi nama faktor arahan guru dan memiliki nilai eigen value sebesar 5,915%,. Belajar merupakan hal yang hampir setiap orang lakukan, baik pembelajaran formal atau non-formal, “Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman” (Kotler & Armstrong, 2008:176). Sama halnya dengan kegiatan membeli barang atau jasa, dengan melakukan pembelajaran dalam memilih suatu produk yang dibeli. Dalam hal ini faktor arahan guru sesuai dengan pendapat tersebut, arahan guru merupakan pembelajaran formal di sekolah, hal ini berupa arahan guru kepada siswa mengenai makanan jajanan yang layak untuk dibeli dengan kriteria sehat, higienis, nilai gizi yang terkandung dalam makanan jajanan, dan lain-lain. Pembelajaran dari arahan guru ini merupakan salah satu pertimbangan peserta didik membeli makanan jajanan di sekolah. Dan merupakan faktor kedelapan dalam penelitian ini.

Hasil analisis data pada faktor arahan guru ini, termasuk dalam kategori ‘sedang’ dengan rata-rata 7,2897, jika dilihat dengan persentase 186 orang atau 46,9%, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh faktor arahan guru.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan temuan hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Terbukti melalui penelitian ini, bahwa faktor-faktor kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di SLTA Kota Malang disebabkan oleh: (a) Faktor Selera Lapar, (b) Faktor Jenis Makanan Jajanan, (c) Faktor Kebiasaan Keluarga, (d) Faktor Keinginan Jajan, (e) Faktor Ditraktir (f) Faktor Aneka Jajanan, (g) Faktor Keinginan Makan Jajanan Di Luar Lingkungan Sekolah, (h) Faktor Arahan Guru, (2) Dalam penelitian ini dapat dibuktikan, bahwa kontribusi masing-masing faktor adalah sebagai berikut: Faktor Selera Lapar 8,338%, Faktor Jenis Makanan Jajanan 7,126%, Faktor Kebiasaan Keluarga 7,096%, Faktor Keinginan Jajan 7,106%, Faktor Ditraktir 6,501%, Faktor Aneka Jajanan 6,414%, Faktor Keinginan Makan Jajanan

Di Luar Lingkungan Sekolah 6,065%, Faktor Arahan Guru 5,919%, dan (3) Terbukti pula dalam penelitian ini, bahwa faktor paling dominan yang menjadikan siswa SLTA Kota Malang membeli makanan jajanan di sekolah adalah faktor selera lapar, yaitu sebesar 8,338%.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka disarankan pada, (1) Bagi Kepala Sekolah SLTA Kota Malang, dengan mengetahui faktor-faktor penyebab kebiasaan siswa membeli makanan jajanan di sekolah, yaitu siswa cenderung memilih membeli makanan jajanan di lingkungan sekolah, oleh sebab itu sekolah harus menyediakan layanan kantin atau koperasi sekolah yang letaknya strategis yaitu agak jauh dari ruang belajar siswa, sehingga suara bising dan bau yang berasal dari kafetaria tidak terlalu mengganggu kenyamanan situasi belajar mengajar, harga makanan yang terjangkau daya beli siswa, pelayanan yang maksimal, misalnya membentuk komite yang bertugas sebagai pengelola penyedia makanan di sekolah, dengan mengontrol makanan yang dijual misalnya, cepat saji, higienis, bersih, kemasan yang baik serta sesuai dengan standar kesehatan, selain itu juga meningkatkan manajemen sekolah dalam manajemen kantin dan koperasi sekolah, yaitu dengan menentukan kebijakan, mengawasi, memberikan supervisi untuk usaha kantin dan koperasi sekolah, dan mengoptimalkan fungsi koperasi sekolah, yaitu menumbuhkan kesadaran berkoperasi siswa di sekolah, membina rasa tanggungjawab, membudayakan kebiasaan menabung di koperasi sekolah, agar mereka belajar dalam mengelola pengelolaan uang saku; (2) Bagi para guru SLTA Kota Malang, dengan mengetahui faktor-faktor kebiasaan siswa ini, yang salah satunya faktor arahan guru, dengan kata lain ketika siswa membeli makanan jajanan juga memperhatikan arahan dari guru. Oleh sebab itu sebaiknya guru lebih meningkatkan arahan atau pengajaran dengan sosialisasi tentang memilih makanan jajanan yang empat sehat 5 sempurna, bersih, memiliki nilai gizi, manfaat makanan tersebut dan sebagainya. Hal ini membantu siswa dalam pertimbangan ketika memilih makanan jajanan yang ada di sekolah. Misalnya dengan kegiatan membuat poster di aula dan kafetaria yang berisi tentang kriteria makanan yang sehat dan bagaimana makanan yang tidak sehat; dan (3) Bagi orang tua, dengan mengetahui penelitian ini

maka orang tua disarankan untuk ikut mengontrol siswa di sekolah, dengan ikut membayar keanggotaan koperasi di sekolah, sehingga dengan adanya kartu tersebut membuat siswa akan membeli makanan jajanan di koperasi atau kantin sekolah, sehingga kemungkinan membeli di luar sekolah dapat diminimalisir. Kemudian juga membantu membudayakan kebiasaan siswa menabung di koperasi sekolah.

### DAFTAR RUJUKAN

- Ali, I. (Ed). 2011. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Arianingias, S. 2009. *Analisis Biaya Ekstra Belanja Peserta Didik di SDN Girimoyo 01 Karangploso*. Skripsi, Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang.
- Damayanti, D. 2010. *Makanan Anak Usia Sekolah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, J. F. & Roger, D. B. & Paul W. M. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi 6. Terjemahan Budi.J. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Judarwanto, W. 2008. *Perilaku Makan Anak Sekolah* (online). (<http://www.gizi.net/cgi-bin/berita/fullnews>), diakses tanggal 2 Mei 2013.
- Kotler, P & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Principle of Marketing)*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Hendra A. dan Rhoni A. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kusdiana. 2005. *Kebiasaan Membeli*. (Online). (<http://www.vhimedia.net/home/index.php?id=view>), diakses tanggal 2 Mei 2013.
- Khosman, A. 2003. *Pangan dan Gizi untuk Kesehatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Linda, A. 2013. *Pengelolaan Kafetaria Sekolah*. (Online), (<http://alvionitalinda.wordpress.com>), diakses tanggal 8 September 2013
- Mariana, R.R, Subandi, Santoso, Suparjito. 2010. *Studi Sosial Budaya Keamanan Pangan Pada Makanan Jajanan yang Diperdagangkan di Lingkungan Sekolah Dasar Kota Malang*. Lemit UM: Jurnal.
- Suhardjo, 1989. *Sosio Budaya Gizi*. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Swastha, B. & Handoko, H. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta. BPFE.
- Tirtaradja. 2005, *Lingkungan Pendidikan Sekolah*. (Online), (<http://www.tempointerkatif.com/hg/ekbis/2005/07/31/brk,20030731-23,id.htm>), diakses tanggal 2 Mei 2013.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995 *Tentang Usaha Kecil*.