ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya
Volume 14, Nomor 2, Juni 2025: 221–238
10.33772/etnoreflika.v14i2.3036

ISSN: 2252-9144 (Cetak)
ISSN: 2355-360X (Online)

Pilihan Rasional Strategi Usaha Penjual Makanan Tradisional *Dumbleg* Khas Nganjuk

Rational Choice of Business Strategy for Selling traditional Dumbleg Food Typical of Nganjuk

Cindy Olga Juanita[1], Waskito[2]

[1,2] Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang No. 5, Malang, 65145, Jawa Timur, Indonesia
[1]Email Korespondensi: cindyolga87@gmail.com

Diterima: 24 April 2025; Direvisi: 8 Juni 2025; Disetujui: 20 Juni 2025

Copyright © 2025 The Author
This is an open-access article
under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

How to cite (APA): Juanita, C. O., Waskito. (2025). Optimalisasi daya tarik wisata kampoeng kopi banaran di Kabupaten Semarang. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya, 14*(2), 221-238 https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v14i2.3011.

ABSTRACT

Traditional dumbleg food is increasingly threatened with extinction due to the regeneration of business actors and changes in public consumption patterns due to globalization. This study aims to analyze the business strategies applied by traditional dumbleg food sellers in maintaining their existence amid the growing culinary competition. This study uses a qualitative approach with a narrative research design. This research uses James S. Coleman's Rational Choice Theory and the methods used are observation, interviews and documentation. The main subjects in this study were 3 traditional dumbleg food sellers, 4 community members and 3 young people who were selected using purposive sampling technique. The results showed that there are two strategies used by traditional dumbleg food sellers in maintaining their business, namely conventional strategies and modern strategies. Conventional strategies such as offline marketing at Gondang Market, Rejoso Market and Nganjuk Square and marketing through bazaars at certain events. Meanwhile, modern strategies are carried out by marketing through digital platforms such as WhatsApp and Facebook as well as flavor innovations in products in order to reach a wider market and attract public interest. The combination of the two strategies can help increase the competitiveness of dumbleg food in the face of current culinary competition. The implication of this research is the importance of innovation in business strategies to be able to maintain the existence of traditional food.

Keywords: *globalization, traditional food, business strategy*

ABSTRAK

Makanan tradisional *dumbleg* semakin terancam kepunahannya akibat dari perubahan pola konsumsi masyarakat akibat globalisasi serta regenerasi pelaku usaha. Penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis pilihan rasional strategi usaha yang diterapkan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* dalam mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan kuliner yang sedang berkembang. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian narasi. Penelitian ini menggunakan Teori Pilihan Rasional dari James S. Coleman dan metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Subjek utama dalam studi ini berjumlah 3 orang penjual makanan tradisional *dumbleg* yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pilihan rasional strategi usaha yang digunakan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* dalam mempertahankan usahanya, yaitu pilihan rasional strategi konvensional dan pilihan rasional strategi modern. Pilihan rasional strategi konvensional seperti pemasaran secara *offline* di Pasar Gondang, Pasar Rejoso, dan Alun-Alun Nganjuk serta pemasaran melalui bazar pada acara tertentu. Sementara itu, pilihan rasional strategi modern dilakukan dengan pemasaran melalui platform digital seperti *WhatsApp* dan *Facebook* serta inovasi rasa pada produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta menarik minat masyarakat. Kombinasi dua strategi tersebut, dapat membantu meningkatkan daya saing makanan *dumbleg* dalam menghadapi persaingan kuliner saat ini. Implikasi pada penelitian ini yaitu pentingnya inovasi dalam strategi usaha untuk dapat mempertahankan eksistensi makanan tradisional.

Kata kunci: globalisasi, makanan tradisional, strategi usaha

PENDAHULUAN

Makanan tradisional merupakan bagian penting dari warisan kuliner suatu bangsa yang mencerminkan identitas budaya dan kearifan lokal suatu masyarakat atau daerah. Di Indonesia, setiap daerah memiliki makanan tradisional yang unik dan diwariskan secara turun-temurun. Indonesia sejak dahulu memiliki begitu banyak kuliner tradisional dari Sabang hingga Merauke. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, makanan tradisional di Indonesia mengalami pergeseran akibat pengaruh globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi dan interaksi global yang mencakup pertukaran budaya, teknologi, ekonomi, dan informasi antarnegara (Sibarani et al., 2023). Salah satu dampak besar dari globalisasi adalah perubahan gaya hidup, termasuk pola konsumsi masyarakat yang cenderung lebih memilih makanan modern dan cepat saji dibandingkan dengan makanan tradisional (Candra et al., 2023).

Globalisasi tidak hanya mencakup tentang teknologi dan gaya hidup, akan tetapi globalisasi berpengaruh pada pergeseran makanan tradisional dengan makanan modern yang telah mendunia. Hal tersebut dapat dilihat dari sistem pangan lokal di lima ekosistem sosial yang berbeda yaitu Nunavik (Kanada), Oyapock (Guyana Prancis), Estarreja (Portugal), Téssékéré (Senegal), dan Littoral-Caraïbes (Guadeloupe, Prancis). Meskipun setiap wilayah mempertahankan beberapa aspek tradisional dari sistem pangan mereka, pola konsumsi telah berubah secara signifikan akibat integrasi dengan pasar global (Rapinski et al., 2023). Begitu pula di India, hal tersebut terutama terlihat di kalangan generasi muda di India yang lebih memilih makanan yang mudah diakses dan cepat saji, menciptakan permintaan yang tinggi untuk restoran cepat saji dan layanan pengantaran makanan (Singh et al., 2024). Di India juga terdapat pengaruh globasisasi terhadap makanan tradisional dan pelestarian warisan kuliner yang

mana hal tersebut merupakan suatu interaksi yang kompleks dan secara signifikan memberikan pengaruh pada identitas budaya, dinamika ekonomi serta keberlanjutan di seluruh dunia (Mathew, 2024).

Perubahan pola konsumsi akibat globalisasi, juga terjadi di Indonesia. Pada era globalisasi saat ini banyak kalangan muda yang tidak mengenal makanan tradisional, bahkan makanan tradisional di daerahnya sendiri. Di Italia, fenomena serupa juga terjadi dimana banyak usaha kecil yang menjual makanan tradisional menghadapi tantangan besar, seperti depopulasi, penuaan populasi, dan keterbatasan generasi penerus (Fontefrancesco, 2023). Kondisi tersebut juga ditemukan di Indonesia, di mana semakin sedikit penjual yang tertarik untuk melanjutkan usaha makanan tradisional yang menyebabkan keberadaan makanan tradisional semakin terancam.

Di Indonesia, globalisasi memberikan pengaruh yang begitu signifikan pada masyarakat dalam bidang kuliner. Konsumen mengalami perubahan yang tercermin dalam peningkatan frekuensi konsumsi makanan cepat saji dan pergeseran menuju pilihan makanan yang lebih mudah dan praktis serta berdampak pada makanan tradisional di Indonesia. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Damayanti et al., 2024), yang menunjukkan bahwa makanan tradisional Nusantara mulai kehilangan daya tarik di kalangan masyarakat urban, terutama generasi muda, akibat pesatnya globalisasi dan pengaruh media sosial. Makanan modern seperti kuliner Korea dinilai lebih menarik secara visual dan praktis, menyebabkan makanan lokal berisiko ditinggalkan tanpa inovasi strategi usaha. Banyak makanan khas yang semakin tersisih oleh makanan asing yang lebih praktis dan populer, seperti tteokbokki dari Korea, pizza dari Italia, dan burger dari Amerika Serikat (Wardani & Nurfaizah, 2022). Penelitian lain menegaskan bahwa di kalangan mahasiswa, pergeseran dari makanan tradisional ke makanan cepat saji terjadi karena faktor praktis, akses, dan tren media sosial (M Fadhil Uluum S et al., 2024). Selanjutnya penelitian lain juga menunjukkan bahwa makanan halal modern memiliki daya tarik kuat bagi generasi muda karena kemasan visual, harga paket, dan eksposur media sosial. Hal ini turut mendorong pergeseran pola konsumsi masyarakat dari makanan tradisional, seperti jajanan pasar, ke makanan modern (Salsabila & Hana, 2023). Adanya hal tersebut menunjukkan telah terjadi pergeseran nilai budaya makanan tradisional serta identitas suatu daerah yang perlahan menghilang (Antonio & Rozi Satria Utama, 2024).

Makanan tradisional merupakan makanan, minuman dan jajanan yang berkembang di suatu daerah atau masyarakat di Indonesia. Makanan tradisional di Indonesia diolah dengan menggunakan bahan dan resep tradisional yang sudah turun temurun dari sumber lokal yang memiliki cita rasa khas setiap daerahnya (Kartini et al., 2024). Selain itu, makanan tradisional telah menjadi ikon kuliner daerah yang mencerminkan identitas budaya yang kuat dan nilai-nilai lokal (Harsana & Maria Triwidayati, 2020). Banyak makanan tradisional yang mulai terancam keberadaannya, sehingga perlu adanya tindakan yang dilakukan untuk menyelamatkan makanan tradisional. Makanan tradisional yang terancam keberadaanya saat ini salah satunya adalah makanan tradisional *dumbleg*.

Dumbleg merupakan makanan tradisional yang berasal dari Kabupaten Nganjuk dan hanya diproduksi di salah satu kecamatan yaitu Kecamatan Gondang (Jannah et al., 2021). Makanan *dumbleg* berbahan dasar dari tepung beras, gula merah, dan santan. Makanan tradisional *dumbleg* merupakan jenis makanan basah yang memiliki kadar air berkisar 0,70-0,90 atau sekitar 15-50% (Afiyah et al., 2019). Makanan *dumbleg* memiliki keunikan yaitu terletak pada kemasannya, yaitu dibungkus dengan menggunakan pelepah daun pinang yang dijahit dengan tali rafia. Selain itu, *dumbleg* merupakan makanan tanpa bahan pengawet yang mampu bertahan 2-3 hari di suhu ruang. Meskipun makanan tradisional *dumbleg* sudah ada sejak dahulu, tetapi masih belum dikenal oleh banyak masyarakat khususnya masyarakat Kabupaten Nganjuk sendiri. Pada era saat ini, keberlangsungan usaha *dumbleg* menghadapi tantangan serius akibat minimnya regenerasi penjual. Dahulu masih terdapat sekitar 6-7 penjual makanan *dumbleg*. Akan tetapi, saat ini hanya tersisa 3 produsen atau penjual makanan *dumbleg* yang masih bertahan. Hal tersebut disebabkan regenerasi penjual menjadi permasalahan serius di mana banyak anak atau cucu dari penjual makanan tradisional *dumbleg* enggan meneruskan usaha keluarga karena dianggap kurang menguntungkan. Adanya permasalahan tersebut apabila masih terus berlanjut, maka bukan tidak mungkin *dumbleg* akan punah dalam beberapa tahun ke depan. Selain itu, minimnya minat masyarakat terhadap makanan tradisional juga menjadi faktor utama yang menyebabkan makanan ini sulit berkembang di era modern.

Adanya permasalahan-permasalahan tersebut menyebabkan penjual makanan tradisional *dumbleg* harus tetap dapat mempertahankan eksistensinya di era sekarang ini. Dalam menghadapi tantangan tersebut, tentunya diperlukan pilihan rasional strategi usaha yang efektif agar *dumbleg* tetap bertahan di tengah persaingan dengan makanan serba modern ini. Untuk itu, penjual makanan tradisional *dumbleg* memerlukan strategi usaha yang dapat dilakukan secara terus menerus agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya masing-masing. Seperti halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Hanna Zulhijayanti, dkk yang mana terdapat strategi untuk terus mempertahankan usahanya pada situasi tertentu seperti masa Covid-19 (Zulhijahyanti et al., 2021). Karena akan terdapat peningkatan yang signifikan dalam penjualan produk setelah adanya penerapan strategi usaha yang dilakukan untuk menarik konsumen seperti pada strategi perluasan abon jantung pisang makanan khas Subang Jawa Barat (Arifudin et al., 2020). Selain itu, strategi usaha dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk, mempertahankan harga guna untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Adiyanto, 2020). Idealnya, makanan tradisional seperti *dumble*g perlu dilestarikan sebagai simbol identitas budaya dan warisan kuliner lokal yang diwariskan lintas generasi. Pelestarian ini mencakup regenerasi pelaku usaha, promosi aktif, dan inovasi produk agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Namun realitas menunjukkan sebaliknya, makanan tradisional d*umbleg* menghadapi ancaman kepunahan akibat minimnya regenerasi, rendahnya minat generasi muda, dan gempuran makanan modern yang lebih praktis serta populer.

Ketimpangan antara harapan dan kenyataan ini belum banyak dibahas secara eksplisit dalam kajian ilmiah yang ada. Penelitian terdahulu umumnya hanya

mendeskripsikan makanan tradisional dalam bingkai budaya atau nilai historis, tanpa mengupas bagaimana pelaku usaha merespons tekanan modernisasi secara rasional dalam konteks ekonomi mikro. Belum terdapat studi yang secara khusus menelaah strategi bertahan penjual makanan tradisional dengan pendekatan teori pilihan rasional. Oleh karena itu, riset ini berupaya menjembatani kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis bagaimana penjual makanan *dumbleg* khas Nganjuk membentuk pilihan strategi usaha yang rasional dalam situasi ketidakpastian dan keterbatasan sumber daya. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi antara kajian pelestarian makanan tradisional dan pendekatan *Rational Choice Theory* James S. Coleman. Studi ini tidak hanya memberikan deskripsi tentang ancaman terhadap makanan tradisional, tetapi juga menyajikan pemahaman konseptual tentang bagaimana aktor lokal menyusun strategi berbasis kalkulasi untung-rugi dalam mempertahankan eksistensi produk kuliner tradisional. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya perspektif akademik dalam studi pelestarian kuliner dan strategi adaptasi pelaku usaha mikro di era globalisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (2018), mendeskripsikan bahwa kualitatif ialah susunan aktivitas dalam penafsiran material yang mana menciptakan dunia lebih terpandang. Penelitian kualitatif berasal atas dugaan serta kerangka penafsiran yang mengarah pada kajian permasalahan penelitian yang berhubungan dengan makna yang ada dalam individu ataupun kelompok pada suatu persoalan sosial yang ditelaah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin memberikan gambaran mengenai makanan tradisional *dumbleg* dan bagaimana strategi usaha yang dilakukan oleh pedagang makanan tradisional *dumbleg* khas Kabupaten Nganjuk. Studi ini menggunakan desain penelitian naratif. Pemilihan desain penelitian naratif dalam studi ini didasarkan pada tujuan untuk menggali secara mendalam pengalaman hidup, pandangan, dan strategi subjektif para penjual makanan tradisional *dumbleg* dalam mempertahankan usahanya. Desain naratif memungkinkan peneliti untuk menangkap makna personal yang terkandung dalam cerita atau narasi individu, serta memahami proses pengambilan keputusan mereka dalam konteks sosial dan budaya yang spesifik. Teori yang digunakan yaitu teori pilihan rasional James S. Coleman. Dipilihnya teori tersebut dengan pertimbangan bahwa teori pilihan rasional ini menjelaskan tentang bagaimana individu atau seseorang membuat keputusan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang berdasarkan pada kalkulasi untung dan rugi untuk mencapai suatu hasil atau tujuan yang diinginkan. Melalui teori ini, peneliti ingin melihat bagaimana pilihan rasional strategi usaha yang dipilih oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk.

Penelitian ini berlokasi di Dusun Ngemplak, Desa Gondang Kulon, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk. Penelitian tersebut juga dilakukan di Pasar Gondang, Pasar Rejoso dan Alun-Alun Nganjuk. Penelitian ini dimulai sejak tanggal 20 September 2024 hingga 30 Desember 2024. Terdapat beberapa alasan pemilihan lokasi tersebut sebagai lokasi penelitian. Pertama, desa tersebut merupakan tempat berasalnya makanan tradisional *dumbleg*. Kedua, di desa

tersebut hanya tersisa 3 penjual makanan tradisional *dumbleg* yang masih bertahan hingga sekarang ini. Ketiga, lokasi penelitian tersebut merupakan tempat berjualan para pedagang makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk. Dalam penelitian ini, subjek penelitian dipilih secara *purposive sampling*. Subjek penelitian yang diambil oleh peneliti berjumlah 10 orang dengan rincian sebagai berikut: (1) pedagang makanan tradisional *dumbleg* yang berjumlah 3 orang yaitu Ibu R (52 Tahun), Ibu P (70 Tahun), dan Mas H (30 Tahun). Terdapat alasan pemilihan subjek penelitian tersebut yaitu subjek penelitian merupakan pedagang makanan tradisional *dumbleg* yang masih bertahan hingga sekarang dan mengetahui bagaimana sejarah serta proses pembuatan makanan *dumbleg*. (2) Konsumen atau pembeli makanan tradisional yang berjumlah 4 orang ibu-ibu yaitu Ibu H (52 Tahun), Ibu U (49 Tahun), Ibu S (50 Tahun), dan Ibu T (50 Tahun). Alasan pemilihan subjek penelitian tersebut yaitu karena untuk mengetahui pola konsumsi masyarakat Dusun Ngemplak terhadap makanan tradisional *dumbleg*. (3) Generasi muda berjumlah 3 orang yaitu Mas R (21 Tahun), Mbak Y (22 Tahun), dan Mbak A (21 Tahun). Terdapat alasan pemilihan subjek penelitian tersebut karena untuk mengetahui faktor generasi muda tidak menyukai makanan tradisional *dumbleg*. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya yaitu bagaimana gambaran kondisi makanan tradisional *dumbleg* khas nganjuk ini dan bagaimana strategi bertahan pedagang makanan tradisional *dumbleg* khas Kabupaten Nganjuk ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara langsung, hasil observasi dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari buku, artikel jurnal, dan publikasi lainnya. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain: (1) observasi partisipasi yang dilakukan dengan cara peneliti turun langsung pada rumah produksi makanan tradisional *dumbleg* dan mengikuti proses pembuatan makanan tradisional *dumbleg,* serta peneliti turun langsung pada lokasi pemasaran makanan tradisional *dumbleg* dan ikut berjualan di lokasi tersebut, (2) wawancara mendalam dengan subjek penelitian, (3) dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu milik Miles & Huberman (Miles et al., 2014) yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Selanjutnya pada penelitian ini menggunakan dua teknik pengujian keabsahan data yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara peneliti melakukan perbandingan hasil informasi dari sumber-sumber penelitian. Kemudian triangulasi metode dilakukan dengan cara peneliti membandingkan hasil temuan dari metode satu dengan metode lainnya untuk mendapatkan validitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Makanan Tradisional *Dumbleg* di Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk

Dumbleg merupakan makanan tradisional khas Nganjuk yang hanya diproduksi disalah satu kecamatan di Kabupaten Nganjuk yaitu tepatnya di Dusun Ngemplak, Desa Gondang Kulon, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk. Terdapat alasan mengapa makanan tradisional *dumbleg* hanya diproduksi di

Kecamatan Gondang, yaitu karena makanan tradisional *dumbleg* pelestariannya hanya dilakukan oleh penjual yang bertempat tinggal di desa tersebut serta tidak ada perluasan untuk daerah lainnya karena makanan tradisional *dumbleg* merupakan warisan keluarga yang tidak semua orang bisa untuk memproduksinya. Makanan tradisional *dumbleg* tergolong makanan jenis kue basah yang berbahan dasar dari tepung beras, gula dan santan. *Dumbleg* merupakan usaha keluarga yang diwariskan secara turun temurun dan kini telah memasuki generasi ke-6. Pada zaman dahulu makanan tradisional *dumbleg* ini memiliki beberapa penjual yaitu sekitar 6 hingga 7 orang. Namun, seiring berjalannya waktu, pada saat ini hanya tersisa 3 penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk yang masih bertahan yaitu Ibu R (52 Tahun), Ibu P (70 Tahun) dan Mas H (30 Tahun). Makanan tradisional *dumbleg* memiliki keunikan tersendiri dengan dibungkus menggunakan pelepah daun pinang yang dijahit dengan tali rafia. Selain itu, makanan tradisional *dumbleg* juga memiliki keunikan yaitu hanya dipasarkan ketika hari pasaran saja dengan lokasi yang berbeda. Makanan tradisional *dumbleg* hanya dipasarkan pada hari pasaran *Kliwon* di Pasar Rejoso dan hari pasaran *Pon* di Pasar Gondang serta Hari Minggu di Alun-Alun Nganjuk saat acara *Car Free Day* sehingga makanan tradisional *dumbleg* tidak tersedia setiap hari. Alasan mengapa makanan tradisional *dumbleg* hanya dijual ketika hari pasaran karena proses produksi yang memakan waktu cukup lama sekitar 4-6 jam, sehingga tidak memungkinkan untuk diproduksi setiap hari. Sistem produksi yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* tersebut yaitu satu hari produksi dan satu hari jualan. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan oleh subjek penelitian Ibu R (Wawancara 23/10/2024):

> "….Makanan *dumbleg* ini hanya dijual tiap pasaran mbak, sebab *dumbleg* ini mengukusnya lama jadi dijualnya hari pasaran kalau hari *Pahing* itu produksi dijual buat hari *Pon*, hari *Wage* produksi dijual buat hari *Kliwon* kayak gitu"

Proses pembuatan makanan tradisional *dumbleg* yang memakan waktu cukup lama tersebut, disebabkan oleh langkah-langkah produksi yang cukup rumit sehingga membutuhkan waktu berjam-jam. Sebelum memulai proses produksi, para penjual telah menyiapkan bahan-bahan serta alat yang digunakan untuk produksi makanan tradisional *dumbleg* tersebut. Bahan yang digunakan antara lain tepung beras, santan, gula, dan garam. Alat yang digunakan berupa ember, alat pengukus *(dandhang),* dan kompor. Pada proses produksi, langkah awal yang dilakukan yaitu air santan dan gula jawa direbus terlebih dahulu hingga mendidih. Kemudian tepung beras dituang ke dalam wadah bak besar dan selanjutnya santan yang sudah mendidih tersebut dituangkan ke dalam wadah berisi tepung beras dan diaduk secara merata agar tidak ada adonan yang menggumpal. Adonan tepung beras yang telah dicampur santan tersebut kemudian dipisahkan kedalam tiga wadah yang berbeda guna memisahkan variasi rasanya. Wadah pertama untuk varian rasa original manis gula jawa, wadah kedua untuk varian rasa gurih santan, dan wadah ketiga untuk varian pandan. Untuk varian rasa original, wadah pertama yang berisi adonan tepung beras dan santan tersebut ditambahkan dengan garam secukupnya dan gula jawa cair yang telah direbus hingga mendidih dan diaduk hingga merata agar adonan tercampur dengan sempurna. Untuk varian rasa gurih santan, wadah kedua yang berisi adonan tepung beras dan santan tersebut hanya

ditambahkan garam sesuai dengan takaran hingga menghasilkan rasa adonan yang gurih. Kemudian untuk varian rasa pandan, wadah ketiga berisi adonan tepung beras dan santan tersebut ditambahkan dengan garam secukupnya serta perisa pandan agar menghasilkan rasa pandan dan warna yang hijau. Ketiga varian tersebut kemudian dimasukkan ke dalam wadah dan dikukus selama kurang lebih 4-6 jam. Adonan *dumbleg* yang telah melewati proses pengukusan, ketika matang *dumbleg* tersebut dibersihkan wadahnya dengan kain basah agar tidak ada adonan yang menempel di wadah pembungkusnya dan *dumbleg* tersebut terlihat lebih rapi serta higienis. *Dumbleg* yang telah jadi tersebut kemudian ditiriskan di wadah yang bernama *"rinjing"* agar *dumbleg* tersebut dingin dan dapat dijual utuk keesokan harinya.



Gambar 1: Makanan Tradisional *Dumbleg* Khas Nganjuk
Sumber: Peneliti 2024

Penjual makanan tradisional *dumbleg* dalam sekali produksi, dapat menghasilkan sekitar 40-50 biji *dumbleg* tergantung dengan ukuran besar kecilnya wadah. Untuk variasi rasa original, dibuat lebih banyak karena peminat rasa tersebut masih cukup banyak dibandingkan dengan rasa gurih santan dan pandan. Takaran atau ukuran pembuatan *dumbleg* disetiap produksinya berbeda-beda, tergantung penjualnya. Informasi tersebut sesuai dengan pernyataan ketiga subjek penelitian yaitu Ibu R, Ibu P dan Mas H yang mana setiap produksi *dumbleg* tidak menentu jumlahnya tergantung dengan hari pasarannya.

Selanjutnya, tidak hanya proses produksi yang memakan waktu cukup lama, akan tetapi proses pembuatan wadah pembungkus makanan tradisional *dumbleg* tersebut juga membutuhkan waktu yang cukup lama. Wadah pembungkus yang berasal dari pelepah daun pinang cukup sulit untuk didapatkan karena pohon pinang yang sudah jarang ada di Kabupaten Nganjuk. Subjek penelitian memaparkan bahwa mereka memperoleh pelepah daun pinang dari setoran pemilik pohon pinang di salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Nganjuk yaitu tepatnya di Kecamatan Baron. Selain sulitnya memperoleh pelepah daun pinang, proses penjememuran dan penjahitan pelepah daun pinang juga membutuhkan waktu yang lama yaitu sekitar 2 hari untuk penjemuran dan dilanjutkan proses pemotongan serta penjahitan dengan tali rafia. Harga satu lembar daun pelepah pinang sebesar Rp2.000,00, dan satu lembar daun pinang dapat dipotong menjadi

5 bagian. Semua proses yang dilakukan para subjek penelitian tersebut dibantu dengan keluarga masing-masing tanpa adanya karyawan atau pekerja.

Makanan tradisional *dumbleg* saat ini mengalami penurunan peminat yang mana sebelumnya makanan ini banyak dikonsumsi dan dicari-cari oleh masyarakat. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman yang lebih modern, makanan *dumbleg* ini kalah bersaing dengan makanan modern yang lebih kekinian serta digemari oleh banyak masyarakat dari berbagai kalangan. Makanan *dumbleg* mengalami pergeseran nilai akibat adanya globalisasi. Dampak dari globalisasi tersebut menjadikan makanan tradisional seperti *dumbleg* tersebut tergeser dengan makanan yang lebih modern dan lebih praktis. Adanya globalisasi ini juga memberikan dampak terhadap pasar yang mana pasar tradisional sekarang menjadi sepi dan kalah dengan belanja *online*. Hal tersebut sebagaimana dengan pernyataan subjek penelitian Ibu R (wawancara 22/09/2024):

> "……Tantangan terbesar itu kan sekarang peminatnya sudah berkurang jauh, terus yang di pasar itu juga lho mbak kalah sama makanan-makanan sekarang kayak itu apa namanya kalau makanan yang jajan-jajan kalah sama risoles pokoknya begitu. Disamping itu, kalau anak kecil sekarang kan tidak tau apa itu namanya *dumbleg,* sama orang tuanya kadang tidak boleh jangan mencoba paling kamu tidak suka begitu mbak jadi tidak ada pengenalan untuk makakan khas sekarang ini, kalah sama sosis"

Hal tersebut selaras dengan pernyataan subjek penelitian Ibu R dan Mas H bahwa tantangan yang dihadapi oleh penjual yaitu berkaitan dengan pasar yang sepi. Banyak masyarakat yang memilih belanja secara *online* sehingga sudah jarang masyarakat yang belanja di pasar konvensional yang menyebabkan penjualan makanan *dumbleg* juga ikut menurun. Selain pasar yang sepi, maraknya makanan modern yang lebih diminati masyarakat juga menjadi pemicu menurunnya penjualan makanan *dumbleg*. Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan subjek penelitian dari masyarakat yaitu Ibu H, Ibu U, Ibu S dan Ibu T bahwa penurunan peminat makan *dumbleg* tersebut dapat disebabkan karena maraknya makanan modern yang berkembang di lingkungan kita sehingga makanan tradisional *dumbleg* kalah bersaing dengan makanan modern. Hal tersebut sebagaimana penyataan dari subjek penelitian Ibu S (wawancara 10/12/2024):

> "……Kalau dulu sama nenek setiap pasaran beli mbak soalnya *dumbleg* ini kalau kata orang dulu kan bisa bikin kenyang terus enak kan dulu juga gak ada makanan lain kayak roti gitu, kalau sekarang karena banyaknya makanan ya beli *dumbleg* kalau pas ingin aja atau pas keluarga kesini buat oleh-oleh gitu. Kalau sekarang ya jarang makan *dumbleg* soalnya anak-anak dibelikan juga gak mau lebih suka jajan seblak atau mie gitu mbak".

Selanjutnya dari penelitian yang dilakukan dengan generasi muda yaitu Mbak Y, Mbak A dan Mas R, terdapat informasi terkait alasan mengapa generasi muda tidak tertarik terhadap makanan tradisional *dumbleg* yang merupakan makanan khas dari daerahnya sendiri. Banyak generasi muda yang kurang mengetahui informasi mengenai makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk karena makanan *dumbleg* hanya diproduksi disalah satu kecamatan serta hanya dipasarkan di Pasar Gondang dan Rejoso sehingga tidak menjangkau seluruh wilayah di Kabupaten Nganjuk. Selain itu, makanan tradisional *dumbleg* ini dianggap terlalu kuno dan tidak

sesuai dengan perkembangan zaman sekarang serta promosi yang kurang sehingga membuat generasi muda kurang tertarik. Hal tersebut sebagaimana pernyataan subjek penelitian Mas R (wawancara 15/12/2024):

> "…..Kalau menurut saya promosinya kurang ya soalnya banyak generasi muda atau orang luar Kecamatan Gondang khususnya masih banyak yang belum tau kalau ada makanan *dumbleg* ini yang menjadi ciri khas di Nganjuk, ya mungkin ada beberapa penjual yang mempromosikan lewat media sosial, tapi itu cuma sedikit setau saya".

Hal tersebut selaras dengan pernyataan subjek penelitian lainnya yaitu Mbak Y dan Mbak A bahwa faktor atau alasan generasi muda kurang berminat terhadap makanan tradisional *dumbleg* ini disebabkan oleh kurangnya informasi mengenai makanan tradisional *dumbleg* sebagai makanan khas Nganjuk sehingga masyarakat diluar Kecamatan Gondang tidak begitu mengetahui tentang adanya makanan tradisional *dumbleg* ini. Selanjutnya karena kemasan yang dianggap kurang menarik atau terlalu tradisional sehingga membuat makanan tradisional *dumbleg* ini memiliki tampilan yang sederhana dan menjadikan generasi muda kurang berminat untuk mencobanya. Selain itu, kurangnya promosi melalui media sosial juga berdampak kepada eksistensi makanan tradisional *dumbleg* dikalangan generasi muda serta adanya pengaruh dari globaliasi yang menyebabkan banyak budaya kuliner masuk ke Indonesia dengan beragam jenisnya membuat makanan tradisional *dumbleg* ini kalah bersaing dengan makanan modern.

Pilihan Rasional Strategi Usaha Penjual Makanan Tradisonal *Dumbleg* Khas Nganjuk

Pengaruh globalisasi yang cukup signifikan dibidang kuliner serta pergeseran nilai makanan tradisional dengan makanan modern, mengharuskan para pedagang makanan tradisional memiliki strategi usaha untuk tetap dapat melestarikan makanan tradisional dagangannya agar tidak punah. Usaha atau bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan usaha atau bisnis dapat meliputi berbagai peran seperti produsen, konsumen atau perantara. Salah satu bentuknya adalah aktivitas perdagangan (Hofifah et al., 2020). Strategi usaha atau strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha atau produsen untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan strategi, implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dan melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi ke depan (Anggreani, 2021).

Pilihan rasional strategi usaha merupakan upaya yang dilakukan secara rasional oleh pelaku usaha atau penjual yang bertujuan untuk dapat mempertahankan usahanya ditengah banyaknya tantangan yang dihadapi. Dalam buku yang berjudul *"Rational Choice Theory"* oleh James S. Coleman (1992) bahwa teori pilihan rasional menjelaskan tentang bagaimana ndividu atau seseorang membuat keputusan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang berdasarkan pada kalkulasi untung dan rugi untuk mencapai suatu hasil atau tujuan yang diinginkan. Teori pilihan rasional memiliki satu elemen yang membedakannya dari teori sosiologi lainnya yaitu "optimisasi". Dalam teori ini, individu selalu berusaha mengoptimalkan keputusan mereka, baik dengan memaksimalkan manfaat (utilitas)

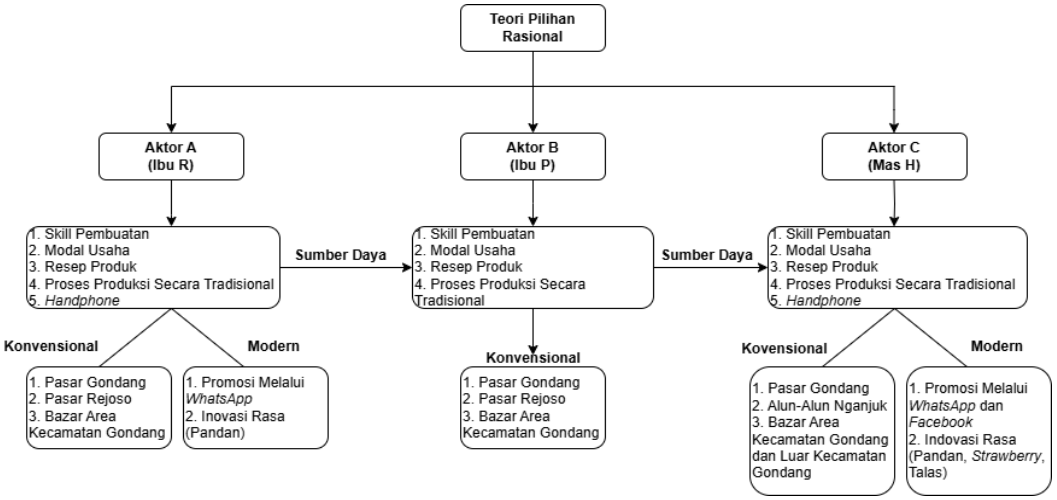
maupun meminimalkan biaya. Inti dari teori ini adalah bahwa individu akan membandingkan berbagai pilihan tindakan berdasarkan hasil yang diharapkan, lalu memilih yang memberikan keuntungan besar bagi mereka (Coleman, 1992:xi).

"Rational Choice Theory has one main element that distinguishes it from other sociological theories, which is optimization. In this theory, actors always try to optimize their decisions, either by maximizing benefits (utility) or minimizing costs. The essence of this theory is that actors will compare different options of action based on the expected outcome, and then choose the one that gives them the greatest benefit." (Coleman, 1992:xi)

Teori pilihan rasional memiliki konsep utama, yaitu aktor dan sumber daya. Dalam hal ini, aktor digambarkan sebagai individu yang melakukan suatu tindakan. Aktor atau individu memegang peran yang penting atas sumber daya tertentu dan aktor menggunakan sumber daya tersebut untuk mendapatkan atau mencapai hasil yang lebih spesifik sesuai dengan tujuannya. Sumber daya yang dimaksud dalam hal ini yaitu alat atau peluang yang dimiliki oleh individu atau aktor untuk mencapai tujuan tertentu (Coleman, 1992:138). James S. Coleman ini memadukan teori dengan menggunakan elemen-elemen sosial untuk menjelaskan tentang hubungan antara tindakan individu (mikro) dan struktur sosial (makro) (Coleman, 1992:182). Dalam teori pilihan rasional, hubungan antara fenomena makro dan mikro dapat dipahami secara satu arah dimana aktor rasional mempertimbangkan kondisi diluar yang ada saat mengambil keputusan. Mereka akan memilih tindakan yang paling menguntungkan berdasarkan situasi yang dihadapi (Coleman, 1992:157).

"The relationship between macro and micro phenomena is viewed unidimensionally as one where external conditions are taken into account by rasional actors in their choices about the most advantageous way to act"(Coleman, 1992:157)

Coleman menekankan bahwa tindakan individu atau seseorang berdasarkan pada keputusan rasional untuk memaksimalkan keuntungan atau manfaat serta meminimalkan kerugian mereka. Para penjual makanan tradisional *dumbleg* dalam menentukan keputusan strategi usaha yang diambil, tentunya mempertimbangkan keuntungan yang mereka dapatkan sehingga meminimalisir kerugiannya. Keterbatasan sumber daya yang dimiliki, menjadikan para penjual makanan tradisional *dumbleg* harus menentukan strategi usaha yang begitu berguna untuk kemajuan usahanya. Keputusan yang diambil oleh individu ini tidak hanya berdasarkan keinginan personalnya saja, akan tetapi dipilih berdasarkan sistem sosial (Coleman, 1992:138).



Tabel 1. Skema teori pilihan rasional pada strategi usaha penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk
Sumber: Peneliti, 2024

Pada skema di atas, terlihat bahwa teori pilihan rasional memiliki konsep utama aktor dan sumber daya. Pada konteks tersebut, aktor yang dimaksud adalah penjual makanan tradisional *dumbleg* yaitu aktor A (Ibu R), aktor B (Ibu P) dan aktor C (Mas H). Sedangkan sumber daya yang dimaksud yaitu berupa hal-hal yang dimiliki oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* untuk menunjang dan mempertahankan usahanya seperti *skill* pembuatan, modal usaha, resep produk, dan alat promosi. Dari aktor dan sumber daya tersebut, akan menghasilkan keputusan rasional berupa strategi usaha yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk. Dalam hal ini, terdapat tindakan atau pilihan rasional strategi yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional yang terbagi menjadi 2 klasifikasi, yaitu pilihan rasional strategi konvensional dan pilihan rasional strategi modern.

Pilihan Rasional Strategi Konvensional

Pilihan rasional strategi usaha secara konvensional yang dilakukan oleh ketiga informan tersebut, bertujuan untuk tetap mempertahankan usahanya ditengah persaingan dengan makanan modern dengan cara yang masih tradisional. Pilihan rasional strategi konvensional yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* yaitu berjualan secara *offline* di lokasi pasar yang berbeda. Subjek penelitian Ibu R dan Ibu P memasarkan produknya di dua lokasi pasar yaitu Pasar Gondang dan Pasar Rejoso. Subjek tersebut berjualan di Pasar Gondang saat hari pasaran Pon dan Pasar Rejoso saat hari pasaran Kliwon. Sedangkan subjek penelitian yakni Mas H memasarkan produknya di Pasar Gondang saat hari pasaran Pon dan Alun-Alun Nganjuk saat Hari Minggu. Hal tersebut sebagaimana pernyataan subjek penelitian Ibu P (wawancara 23/10/2024):

> "……Iya mbak saya hanya jualan *dumbleg* ini di Rejoso dan Gondang itu saja ya karena dari nenek moyang dulu jualannya cuma di situ jadi saya meneruskan apa yang sudah ada saja karena kan sudah ada tempatnya dari dulu di situ jadi tinggal meneruskan saja"

Ketiga informan tersebut memasarkan produknya mulai dari pukul 05.30 WIB hingga pukul 11.00 WIB dan hanya memasarkan produknya di dua lokasi tersebut karena lokasi tersebut warisan turun temurun yang digunakan oleh keluarga penjual *dumbleg* untuk memasarkan produknya. Selain itu, karena adanya keterbatasan sumberdaya waktu dan sumberdaya akomodasi, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan perluasan pasar di daerah yang lain. Berbeda dengan kedua subjek penelitian lainnya, Mas H melakukan pemasaran di lokasi berbeda yaitu di Alun-Alun Nganjuk karena untuk di lokasi Pasar Rejoso tidak memiliki lapak. Mas H lebih memilih untuk berjualan di Alun-Alun Nganjuk saat hari Minggu karena Alun-Alun Nganjuk merupakan lokasi yang cukup strategis dengan lingkungan yang ramai sehingga dapat menjangkau cukup banyak konsumen. Hal tersebut selaras dengan pernyataan subjek penelitian Mas H (wawancara 23/10/2024):

> "…….Yang pertama ya di alun-alun itu kalau hari Minggu Car Free Day itu sama di sini pasaran *Pon*, kalau tiap malam ikut acara di bazar kayak sholawatan itu saya bawa, kalau nanti masih sisa saya bawa kalau gak ada sisa ya saya bawa jasuke saja, tapi yang pasti di sini sama di alun-alun. Kalau di Pasar Rejoso gak punya tempatnya"

Selain memasarkan di ketiga lokasi tersebut, para penjual makanan tradisional *dumbleg* juga melakukan pemasaran pada acara bazar di daerah setempat. Akan tetapi, biasanya penjual makanan *dumbleg* hanya mengikuti bazar apabila barang dagangannya masih tersisa banyak dan ada pesanan. Bazar yang diikuti berupa bazar UMKM maupun bazar pada acara kegiatan seperti *agustusan dan sholawatan* di daerah Kecamatan Gondang serta luar Kecamatan Gondang. Selain itu, para penjual makanan *dumbleg* juga memanfaatkan jaringan sosial dengan pemerintahan desa untuk memperluas jangkauan pasarnya. Subjek penelitian Ibu R menerima ajakan dari pemerintahan desa apabila ditunjuk sebagai perwakilan untuk mewakili desa pada acara bazar UMKM. Hal tersebut bertujuan untuk memperkenalkan *dumbleg* ke masyarakat yang lebih luas serta menambah jangkauan pasarnya. Ibu R juga pernah dijadikan sebagai perwakilan desa untuk mengikuti kegiatan bazar UMKM yang ada di Alun-Alun Nganjuk sehingga hal tersebut juga menjadi suatu strategi untuk dapat mempertahakan usaha *dumbleg* agar lebih dikenal oleh khalayak ramai. Selain itu, pilihan rasional strategi konvensional yang dilakukan oleh para penjual makanan *dumbleg* tersebut yaitu dengan cara terus mempertahankan resep makanan *dumbleg* yang telah diwariskan dari nenek moyangnya. Subjek penelitian tersebut tetap melakukan proses produksi secara tradisional tanpa bantuan mesin produksi modern sesuai dengan apa yang telah diwariskan. Subjek penelitian tersebut melakukan produksi secara manual dengan tangan serta tetap menjaga cita rasa makanan tradisional *dumbleg* agar tetap otentik dan tidak berubah. Kualitas produk yang dibuat selalu diutamakan serta bahan yang digunakan tetap dijaga kebersihannya.

Pilihan Rasional Strategi Modern

Pilihan rasional strategi modern yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* tersebut bertujuan untuk dapat bersaing dengan era modernisasi dan digitalisasi sekarang ini dengan cara melakukan pemasaran secara *online*. Pada penelitian ini, hanya terdapat dua subjek penelitian yang memiliki

strategi usaha secara modern karena adanya keterbatasan sumberdaya dari Ibu P yang sudah lanjut usia dan tidak dapat menggunakan teknologi komunikasi untuk memasarkan produknya. Pilihan rasional strategi modern yang dilakukan oleh kedua subjek penelitian Ibu R dan Mas H yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya. Subjek penelitian Ibu R untuk mempertahankan usahanya diera modernisasi sekarang ini yaitu dengan cara subjek penelitian tersebut melakukan promosi melalui medial sosial *WhatsApp*. Ibu R memanfaatkan media sosial *WhatsApp* untuk mempromosikan atau memasarkan produk makanan *dumbleg*nya. Konsumen dapat memesan produk *dumbleg* melalui *WhatsApp* dan kemudian dapat diambil di rumah informan tersebut secara langsung tanpa harus membeli di pasar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan subjek penelitian Ibu R (22/10/2024):

> "…..Iya saya promosikan lewat WhatsAap status itu. Iya menerima pesanan juga mbak. Nanti yang beli itu biasanya bisa langsung ke rumah gak perlu ke pasar, sudah saya siapkan di rumah. Kalau anak saya di rumah, ya bisa diantar istilahnya apa itu, *delivery order*".

Berbeda dengan subjek penelitian sebelumnya, untuk mempertahankan dagangannya subjek penelitian Mas H memiliki pilihan rasional strategi modern yang dilakukan yaitu dengan cara memanfaatkan media sosial *WhatsApp* dan *Facebook* untuk memposting produk *dumbleg*nya. Mas H memposting produk *dumbleg*nya pada status *WhatsApp* serta Grub Kuliner Nganjuk yang terdapat di *Facebook*. Mas H menggunakan media sosial tersebut untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pada era yang serba digital ini, pelaku usaha yang masih tergolong muda seperti Mas H tersebut dapat dengan mudah untuk memanfaatkan media sosial guna menunjang keberlangsungan usahanya. Pemanfaatkan media sosial *WhatsApp* dan *Facebook* sangat berguna untuk menambah peminat makanan tradisional *dumbleg* terutama pada masyarakat luar daerah Kecamatan Gondang. Hal tersebut sebagaimana dengan pernyataan subjek penelitian Mas H (wawancara 23/20/2024):

> "……"Iya sama *online.* ya baru *WhatsApp* sama *Facebook*, punya Instagram tapi gak pernah diposting. Kalau di *Facebook* itu dulu waktu awal covid itu saya sering posting di *Facebook*, sekarang jarang tapi kan orang-orang udah mengenal jadi nomornya udah punya, jadi kalau ada orang ya langsung ada *WhatsApp itu* bisa"

Selain melakukan promosi melalui media sosial *WhatsApp* dan *Facebook*, pilihan rasional strategi modern yang dilakukan oleh kedua subjek penelitian tersebut yaitu dengan menambahkan inovasi rasa pada produk *dumbleg*. Dahulu *dumbleg* hanya tersedia dua varian rasa yaitu original dan gurih santan. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, kedua penjual melakukan inovasi rasa yang dianggap kekinian dan diminati masyarakat. Inovasi rasa yang dilakukan kedua subjek penelitian tersebut juga berbeda. Subjek penelitian Ibu R hanya menambahkan inovasi rasa pandan. Sedangkan Mas H menambahkan inovasi rasa dengan pandan, *strawberry,* dan talas (taro). Hal tersebut bertujuan untuk menambah minat masyarakat terhadap makanan tradisional *dumbleg* agar para konsumen tidak bosan dengan makanan tradisional *dumbleg* yang hanya memiliki dua varian rasa saja. Plihan rasional strategi modern yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional tersebut dilakukan secara rasional untuk mencapai tujuan yang

diinginkan yaitu menarik minat masyarakat serta mempertahankan usahanya agar dapat bersaing dengan makanan modern lainnya.

Pilihan rasional strategi usaha konvensional dan pilihan rasional strategi usaha modern memiliki hubungan erat dalam mendukung keberlanjutan penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk, terutama jika dianalisis melalui kerangka teori pilihan rasional James S. Coleman. Teori ini menggambarkan individu atau aktor sebagai agen rasional yang membuat keputusan berdasarkan pada perhitungan untung rugi untuk memaksimalkan manfaat dengan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu (Coleman, 1992:138). Pada penelitian ini dijabarkan bahwa terdapat penjual makanan tradisional *dumbleg* yang merasakan pengaruh persaingan kuliner tradisional dengan modern sehingga menurunkan minat masyarakat terhadap makanan modern yang mengancam keberlangsungan usahanya. Selain itu, terdapat permasalahan kegagalan pewarisan usaha atau regenerasi yang menyebabkan penjual makanan tradisional *dumbleg* semakin berkurang. Hal tersebut sangat berpengaruh pada penjual makanan tradisional *dumbleg* yang menjadikan usaha makanan tradisional dumblegnya ini sebagai tempat bergantung hidup.

Dalam perspektif teori pilihan rasional, penjual makanan tradisional *dumbleg* membuat keputusan rasional dalam memilih strategi berdasarkan perhitungan keterbatasan dan peluang yang ada. Pada tingkat mikro, setiap penjual atau individu mempertimbangkan sumber daya yang mereka miliki seperti sumber daya modal, tenaga kerja, waktu, dan akses teknologi sebelum memutuskan sebuah strategi. Penjual makanan tradisional *dumbleg* yang memiliki sumber daya terbatas cenderung pada pilihan rasional strategi konvensional karena memerlukan modal yang relatif rendah. Sebaliknya, penjual makanan tradisional *dumbleg* yang memiliki sumber daya cukup banyak dengan akses teknologi atau jangkauan pasar yang lebih luas, cenderung pada pilihan rasional strategi modern karena memiliki potensi keuntungan yang lebih besar. Pada tingkat makro, strategi usaha ini juga dipengaruhi oleh faktor eksternal yang lebih luas, seperti kebijakan pemerintah terhadap UMKM.

Pemerintah Kabupaten Nganjuk mengadakan kebijakan bahwa diadakan bazar yang wajib diikuti oleh setiap desa dengan mengirimkan perwakilannya, maka tindakan yang dilakukan tersebut dapat menciptakan norma baru dalam pemasaran makanan tradisional yaitu dengan mengenalkan makanan tradisional *dumbleg* melalui bazar UMKM yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten Nganjuk. Selain pertimbangan ekonomi, keputusan pada aspek budaya juga mencerminkan nilai-nilai sosial budaya. Pilihan rasional strategi konvensional seringkali didorong oleh keinginan untuk melestarikan warisan budaya lokal seperti cara pembuatan *dumbleg* yang masih menggunakan metode tradisional. Sementara pilihan rasional strategi modern lebih berfokus untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah dan berkembang. Tujuan utama dari strategi usaha adalah upaya untuk meningkatkan keuntungan, menjaga keberlangsungan usaha serta memberikan dampak yang positif bagi masyarakat. Dengan demikian, pilihan rasional yang dilakukan oleh penjual makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk tersebut

mencerminkan kemampuan penjual makanan *dumbleg* untuk beradaptasi dengan lingkungan yang telah berubah dengan tetap mempertahankan esensi tradisional dari produk mereka.

Temuan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa penjual makanan tradisional *dumbleg* menggunakan dua strategi utama, yakni strategi konvensional dan strategi modern, yang dipilih secara rasional berdasarkan keterbatasan dan peluang yang mereka miliki. Strategi ini selaras dengan temuan (Singh et al., 2024) yang menekankan pentingnya adaptasi pelaku usaha tradisional terhadap perubahan pola konsumsi di era globalisasi. Namun, berbeda dengan studi Singh yang lebih menyoroti perubahan dari sisi konsumen, penelitian ini justru menempatkan pelaku usaha sebagai aktor utama dan menggali bagaimana mereka membuat keputusan rasional untuk mempertahankan usahanya. Selain itu, penelitian ini juga melengkapi studi (Fontefrancesco, 2023) di Italia yang mengangkat persoalan ancaman terhadap makanan tradisional akibat minimnya regenerasi pelaku usaha.

Berbeda dengan pendekatan deskriptif pada studi tersebut, penelitian ini tidak hanya menggambarkan tantangan, tetapi juga memetakan strategi adaptif yang dilakukan secara sadar oleh pelaku usaha. Dengan demikian, studi ini memberikan kontribusi konseptual yang lebih kuat melalui penerapan *Rational Choice Theory*, yang belum banyak digunakan dalam kajian pelestarian makanan tradisional di Indonesia. Temuan juga mendukung hasil (Arifudin et al., 2020) mengenai pentingnya inovasi dalam pengemasan dan pemasaran makanan khas daerah untuk memperluas daya saing produk. Namun, penelitian ini memperluas perspektif tersebut dengan menunjukkan bagaimana inovasi-inovasi itu bukan hanya bersifat teknis, tetapi merupakan hasil kalkulasi rasional aktor ekonomi mikro dalam mempertahankan eksistensinya di tengah tekanan globalisasi. Dengan begitu, riset ini menempati posisi strategis sebagai penghubung antara studi kultural, ekonomi mikro, dan teori tindakan rasional dalam konteks kuliner lokal.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa makanan tradisional *dumbleg* khas Nganjuk terancam mengalami kepunahan, yang ditandai dengan hanya tersisanya tiga penjual aktif. Penyebab utama dari kondisi ini adalah minimnya regenerasi pelaku usaha, perubahan pola konsumsi masyarakat akibat globalisasi, serta kurangnya apresiasi terhadap makanan tradisional di kalangan generasi muda. Penjual *dumbleg* dalam mempertahankan usahanya menerapkan dua strategi utama: strategi konvensional (misalnya berjualan di pasar tradisional, mempertahankan resep turun-temurun) dan strategi modern (seperti promosi digital dan inovasi rasa). Pilihan strategi tersebut dilakukan berdasarkan pertimbangan rasional terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan sumber daya yang tersedia.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan *Rational Choice Theory* dalam konteks pelestarian budaya lokal. Studi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tradisional tidak bersifat pasif, melainkan melakukan kalkulasi untung-rugi secara sadar untuk mempertahankan eksistensinya dalam tekanan perubahan sosial. Temuan ini memperluas aplikasi

teori dalam konteks ekonomi mikro berbasis budaya. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan pelaku UMKM untuk merancang program pelatihan strategi usaha berbasis digital, serta memberikan dukungan promosi kepada makanan tradisional. Penjual juga dapat memanfaatkan wawasan ini untuk mengembangkan strategi adaptif yang tetap menjaga otentisitas produk. Untuk pengembangan riset selanjutnya, disarankan agar studi serupa dilakukan dengan cakupan lebih luas, baik dari segi wilayah geografis maupun jenis makanan tradisional lainnya. Penelitian kuantitatif atau mixed-method juga dapat digunakan untuk mengukur efektivitas strategi rasional secara lebih sistematis. Selain itu, perlu dikaji juga peran institusi (seperti pemerintah desa, komunitas budaya, atau sekolah) dalam mendukung keberlanjutan makanan tradisional melalui kebijakan yang berbasis pada kebutuhan pelaku usaha mikro.

DAFTAR PUSTAKA

Adiyanto, Y. (2020). Analisis strategi pemasaran makanan tradisional ranginang (rengginang) di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2). https://doi.org/10.46306/jbbe.v13i2

Afiyah, D. N., Sarbini, R. N., & Daroini, A. (2019). Pendampingan usaha produsen jenang dumbleg makanan tradisional berbasis bahan pangan lokal di Desa Gondang Kulon Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Prosiding Conference on Research & Community Services*, 1(1).

Anggreani, T. F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi pengembangan SDM, strategi bisnis, dan strategi MSDM (Suatu kajian studi literatur manajemen sumber daya manusia). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5). https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5

Arifudin, O., Wahrudin, U., Damayanti Rusmana, F., & Tanjung, R. (2020). Strategi inovasi kemasan dan perluasan pemasaran abon jantung pisang Cisaat makanan khas Subang Jawa Barat. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 371–381. https://doi.org/10.31604/jpm.v3i2.371-381

Candra, M. A., Enjeladinata, V., & Widana, M. R. (2023). Eksistensi makanan tradisional di tengah gempuran makanan Korea. *Prosiding Seminar Nasional*.

Coleman, J. S., & Fararo, T. J. (1992). *Rational choice theory* (J. L. Hunter, Ed.). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

Damayanti, A., Fadhlurrahman, F. M., Yasifa, N., Yusuf, S. A., & Ichwani, W. O. F. (2024). Eksplorasi perubahan preferensi konsumsi makanan tradisional Nusantara terhadap makanan Korea di era globalisasi pada masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3).

Eabin, M. (2024). Globalization and local flavours: The impact of modern food production on traditional cuisine and culinary heritage preservation. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 2(7). https://doi.org/10.61877/ijmrp.v2i7.170

Fontefrancesco, M. F. (2023). Traditional food for a sustainable future? Exploring vulnerabilities and strengths in Italy's foodscape and short agrifood chains. *Sustainable Earth Reviews*, 6(1). https://doi.org/10.1186/s42055-023-00056-5

Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di D.I. Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana FT UNY*, 15(1).

Hofifah, S., Jaya, J. P., & Pintu, K. (2020). Analisis persaingan usaha pedagang musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2). http://dx.doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469

Jannah, L. R., Indah, P. N., Indra, D., & Amir, T. (2021). Promosi jajanan tradisional dumbleg khas Gondang, Kabupaten Nganjuk dengan memanfaatkan media sosial. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 10(1). https://doi.org/10.32520/agribisnis.v10i1.1535

Jerry Antonio, & Utama, R. S. (2024). Preferensi generasi muda suku Rejang terhadap pangan tradisional lemea. *Jurnal Pertanian Madani*, 1(2).

Kartini, N. L., Yulendra, L., & Wahyuningsih, S. (2024). Klasifikasi makanan tradisional untuk wisata kuliner di Desa Tempos. *Open Journal Systems*, 18. https://doi.org/10.33758/mbi.v18i6.672

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. Sage Publications.

Rapinski, M., Raymond, R., Davy, D., Herrmann, T., Bedell, J. P., Ka, A., … Duboz, P. (2023). Local food systems under global influence: The case of food, health and environment in five socio-ecosystems. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). https://doi.org/10.3390/su15032376

Salsabila, A. 'A., & Hana, K. F. (2023). Preferensi konsumen Muslim: Eksistensi makanan halal modern terhadap minat beli jajanan tradisional pada generasi muda. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 22(2). https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.748

Sibarani, J., Kurnia, T., & Purba, B. (2023). Tantangan etika dalam globalisasi ekonomi: Perspektif keadilan sosial. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 24. https://doi.org/10.5281/zenodo.10251111

Singh, S., Singh, P., Baheliya, A. K., Srivastava, A., & Yadav, A. (2024). Impact of globalization on consumer food behaviour: A comprehensive review. *Archives of Current Research International*, 24(6). https://doi.org/10.9734/acri/2024/v24i6789

Uluum, S. M. F., Nur'ain, A. D., Dini, K., Azmi, A. N., & Supriyono. (2024). Dampak perubahan gaya hidup: Pergeseran kuliner tradisional menuju makanan cepat saji di kalangan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 3.

Wardani, K. A., & Nurfaizah, I. (2022). Tren makanan sebagai dampak globalisasi terhadap pertukaran budaya. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3.

Zulhijahyanti, H., Ayu, K., Safira, A., Saputri, L. L., & Permana, E. (2021). Strategi mempertahankan usaha pedagang kaki lima (PKL) di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 8(1).