

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengantar

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan metode penelitian yang digunakan sebagai acuan untuk menjelaskan tentang variabel penelitian yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumen terkait keamanan jajanan kaki lima di Kota Yogyakarta.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu yang terjadi saat seseorang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Persepsi terjadi melalui panca indera manusia, yaitu: penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar informasi orang datang melalui mata dan telinga mereka. *Knowledge* atau pengetahuan kognitif merupakan area yang sangat penting dalam pengembangan kinerja. Dengan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup maka dapat mempengaruhi sikap dan perilaku sehingga akan berdampak kepada peningkatan pengetahuan tentang keamanan jajanan yang dapat memberikan pandangan yang benar kepada konsumen untuk memilih jajanan yang aman, dan mencegah dampak negatif dari makanan untuk menjaga kesehatan (Mulyawati *et al.*, 2017). Pengetahuan didefinisikan sebagai pemahaman dan kesadaran konsumen tentang patogen penyebab keracunan makanan, kebersihan makanan dan personal, kelompok risiko tinggi, dan praktik pembersihan yang benar (Ma *et al.*, 2019). Pengetahuan dapat diperoleh melalui berbagai cara, seperti pengalaman, pembelajaran, dan observasi.

Dalam konteks jajanan kaki lima, konsumen akan cenderung menghindari atau memilih jajanan dengan pertimbangan risiko terkait kebersihan dan kualitas makanan dan minuman. Menurut Teori Sistem Informasi Konsumen menyatakan bahwa konsumen memproses informasi yang diterima dari lingkungan untuk

membentuk pengetahuan dan persepsi tentang suatu produk atau layanan. Dalam hal ini, konsumen akan memperoleh pengetahuan tentang keamanan jajanan kaki lima melalui sumber informasi seperti label, testimoni, ulasan, atau pengalaman pribadi, yang kemudian akan mempengaruhi keputusan dalam memilih jajanan. Dalam era digital saat ini, pengetahuan menjadi semakin penting karena informasi dapat dengan mudah diakses melalui internet. Namun, tidak semua informasi yang tersedia di internet dapat dianggap sebagai pengetahuan yang benar dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, penting bagi individual atau organisasi untuk memiliki kemampuan untuk memilah dan memilih informasi yang benar dan dapat dipercaya.

Definisi diatas menjelaskan bahwa pengetahuan tentang keamanan jajanan kaki lima memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Dengan pengetahuan yang cukup, konsumen dapat memilih jajanan yang aman dan menjaga kesehatan mereka. Pengetahuan dapat diperoleh melalui pengalaman, pembelajaran, dan observasi, serta melalui sumber informasi seperti label, testimoni, ulasan, dan pengalaman pribadi. Hal tersebut yang sangat penting bagi konsumen untuk dapat memilah dan memilih informasi yang benar dan dapat dipercaya.

2.2.2 Sikap

Sikap merupakan respon seseorang terhadap suatu objek yang belum ditunjukkan dalam perilaku. Sikap disini berupa respon emosional seseorang terhadap stimulus atau objek luarnya (Sari, 2017). Sikap adalah disposisi yang relatif stabil dalam diri seseorang yang mempengaruhi cara dia merespons atau berperilaku terhadap objek, orang, atau situasi tertentu. Sikap dapat dibentuk oleh pengalaman, nilai, keyakinan, dan pengetahuan seseorang. Sikap dapat berubah seiring dengan perubahan pengalaman dan pengetahuan seseorang. Sikap berhubungan dengan perilaku higienis sanitasi. Karena sikap adalah semacam bentuk kesiapan untuk menanggapi rangsangan positif atau negatif dari suatu objek.

Sikap menjadi faktor predisposisi seseorang dalam berperilaku, meskipun sikap belum merupakan suatu bentuk praktik nyata yang dilakukan oleh seseorang (Rahmayani, 2018). Sikap juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial seperti

kelompok sosial, budaya, dan lingkungan. Sikap mencerminkan evaluasi atau penilaian yang positif, negatif, atau netral terhadap sesuatu. Sikap yang positif dapat membantu individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial dan mencapai tujuan hidupnya. Sebaliknya, sikap yang negatif dapat menghambat individu dalam mencapai tujuan hidupnya dan mempengaruhi kualitas hidupnya. Sikap dapat dibentuk oleh faktor-faktor berikut:

1. Pengalaman pribadi

Pengalaman masa lalu seseorang dengan objek atau situasi tertentu dapat mempengaruhi sikapnya terhadap di masa depan.

2. Norma sosial

Sikap juga dipengaruhi oleh norma-norma sosial yang ada dalam masyarakat. Seseorang cenderung mengadopsi sikap yang konsisten dengan norma-norma yang diterima secara sosial.

3. Informasi dan pengetahuan

Pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek atau situasi tertentu dapat membentuk sikapnya. Informasi baru yang diperoleh juga dapat mengubah sikap yang ada.

4. Faktor sosial dan budaya

Konteks sosial dan budaya seseorang hidup juga dapat mempengaruhi sikapnya. Nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat dan budaya tempat tinggal seseorang dapat memengaruhi sikapnya terhadap berbagai hal.

Dapat disimpulkan bahwa sikap dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menanggapi atau berperilaku terhadap objek, orang, atau situasi tertentu. Sikap dapat dibentuk oleh pengalaman pribadi, norma sosial, informasi dan pengetahuan, serta faktor sosial dan budaya. Sikap positif dapat membantu individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya dan mencapai tujuan hidupnya, sedangkan sikap negatif dapat menghambat pencapaian tujuan dan mempengaruhi kualitas hidupnya. Sikap dapat berubah dan memiliki dampak signifikan terhadap interaksi dan pencapaian individu.

2.2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Pardede (2016), perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah mengonsumsi produk jasa atau ide yang memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen mengkaji bagaimana individu tertarik untuk membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan barang/jasa yang akan dikonsumsi. Dalam konteks keamanan jajanan kaki lima, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai tindakan, sikap, dan keputusan yang dilakukan oleh individu dalam memilih jajanan kaki lima yang aman untuk dikonsumsi. Perilaku konsumen dalam memilih jajanan kaki lima tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasa dan harga, tetapi juga faktor keamanan makanan. Keamanan makanan menjadi salah satu faktor penting dalam memilih jajanan kaki lima karena konsumen tidak ingin mengalami keracunan makanan atau penyakit lainnya setelah mengonsumsi jajanan tersebut. Oleh karena itu, perilaku konsumen dalam memilih jajanan kaki lima yang aman menjadi hal yang penting untuk dipahami. Perilaku konsumen dalam memilih jajanan kaki lima yang aman dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti informasi tentang bahan baku dan cara pembuatan jajanan, reputasi penjual, dan pengalaman sebelumnya dalam mengonsumsi jajanan tersebut.

Perilaku pemilihan makanan yang buruk akan menyebabkan terjadinya penyakit bawaan makanan dan mempengaruhi nutrisi bagi tubuh konsumen. Pemilihan tempat makan juga tergantung pada faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku memilih jajanan kaki lima yaitu jenis kelamin. Wanita menunjukkan perhatian dan lebih teliti dalam memilih makanan yang sehat terhadap kesehatan dan keamanan pangan (Sari, 2017). Hal ini sejalan dengan Diah Andriani *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa dari faktor jenis kelamin adalah konsumen wanita yang lebih memiliki perilaku baik dalam memilih makanan sehat dan bergizi serta menunjukkan perhatian terhadap kesehatan dan keamanan pangan,

Dapat disimpulkan bahwa perilaku adalah tindakan atau reaksi yang dilakukan oleh individu dalam berbagai situasi dan dapat dipengaruhi oleh faktor

internal dan eksternal seperti nilai-nilai, norma, lingkungan, dan pengalaman masa lalu. Dalam konteks keamanan jajanan kaki lima, perilaku konsumen dalam memilih jajanan kaki lima yang aman dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti informasi tentang bahan baku dan cara pembuatan jajanan, reputasi penjual, dan pengalaman sebelumnya dalam mengonsumsi jajanan tersebut. Perilaku penjaja makanan juga penting dalam menentukan keamanan pangan jajanan yang dijual.

2.2.4 Keamanan Pangan

Keamanan pangan adalah suatu kondisi dimana makanan yang dikonsumsi oleh manusia aman dan bebas dari risiko kesehatan yang dapat membahayakan. Keamanan pangan meliputi segala aspek yang terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan konsumsi makanan. Keamanan pangan juga mencakup aspek lingkungan dan sosial yang terkait dengan produksi makanan. Infeksi bawaan makanan dan keracunan dapat terjadi dari asupan produk makanan dari jalanan, menjadikan keamanan makanan jalanan sebagai kesehatan masyarakat yang signifikan memprihatinkan (Hossen *et al.*, 2020). Lokasi penjual yang dekat dengan tempat pembuangan limbah menyediakan tempat berkembang biak yang ideal untuk hewan pengerat dan serangga yang dapat dengan mudah mencemari makanan dengan bahaya keamanan pangan (Imathiu, 2017). Jadi, kebersihannya dan kondisi sanitasi struktur penjual serta lingkungan penjual dapat dikompromikan dengan kemungkinan penyakit bawaan makanan yang membahayakan kesehatan masyarakat yang berisiko bagi konsumen makanan (Okojie & Isah, 2014).

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling mendasar dan pemenuhannya juga merupakan bagian dari hak asasi manusia. Hak asasi manusia ini juga dijamin dalam pasal 27(2) UUD 1945 yang pada dasarnya mengatakan bahwa setiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak, salah satunya adalah konsumsi pangan yang aman. Melindungi penduduk dari siklus pangan berbahaya merupakan jaminan yang harus didapatkan sebagai konsumen masyarakat. Keamanan pangan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan timbulnya penyakit atau keracunan akibat pencemaran pangan (Malhotra *et al.*, 2020). Keamanan makanan adalah kondisi dan upaya yang

diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi. Keamanan makanan berkaitan dengan penerapan sanitasi dan higienis, penggunaan bahan tambahan pangan, serta jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan (Peraturan Pemerintah No. 86, 2019).

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), keamanan pangan dapat diukur dari tiga aspek, yaitu keamanan bahan baku, keamanan proses produksi, dan keamanan produk jadi. Keamanan bahan baku meliputi pemilihan bahan baku yang aman dan bebas dari kontaminasi. Keamanan proses produksi meliputi pengolahan makanan yang higienis dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Keamanan produk jadi meliputi pengemasan dan penyimpanan makanan yang aman dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Keamanan pangan menjadi isu yang semakin penting di era globalisasi dan modernisasi. Perubahan pola konsumsi masyarakat, perubahan iklim, dan perubahan teknologi produksi makanan menjadi tantangan bagi keamanan pangan. Untuk menjaga keamanan pangan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu (Maxlean Consulting, 2019) sebagai berikut:

1. Pemeliharaan bahan utama atau bahan baku makanan dan minuman
Pemilihan bahan baku merupakan langkah awal dalam mencegah kontaminasi makanan dan minuman. Bahan baku harus dilindungi terhadap benda asing yang dapat masuk ke dalam makanan.
2. Penyimpanan makanan
Ini juga harus diperhitungkan, karena sangat mempengaruhi kualitas bahan baku. Jika penyimpanan bahan baku tersebut tidak diperhatikan dapat menyebabkan kerusakan seperti kontaminasi bakteri, serta kerusakan mekanisme seperti tekanan, benturan, gesekan, dan lain-lain.
3. Pengolahan bahan baku

Proses pertukaran bahan mentah untuk memasak atau makanan. Di sini, produsen harus benar-benar memperhatikan baik metode maupun perangkat yang digunakan.

4. Penyajian

Harus diuji secara klinis pada saat disajikan agar layak untuk dikonsumsi. Wadah yang digunakan juga harus bebas dari benda asing.

Dapat disimpulkan bahwa keamanan pangan merupakan kondisi di mana makanan yang dikonsumsi harus aman dan bebas dari risiko kesehatan. Hal ini melibatkan semua aspek terkait dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan konsumsi makanan, serta memperhatikan aspek lingkungan dan sosial dalam produksi makanan. Keamanan makanan jalanan menjadi perhatian penting karena risiko infeksi bawaan makanan dan keracunan. Upaya yang berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan keamanan pangan dari sisi produksi dan konsumsi, mengingat perubahan pola konsumsi masyarakat, perubahan iklim, dan perubahan teknologi produksi makanan yang menjadi tantangan.

2.2.5 Jajanan Kaki Lima

Jajanan kaki lima adalah makanan dan minuman yang dipersiapkan oleh pedagang kaki lima di jalanan atau di tempat keramaian umum lain yang dapat dikonsumsi langsung oleh konsumen (Lihua Ma *et al.*, 2019). Populasi perkotaan yang berkembang pesat di negara-negara berkembang telah mendorong peningkatan jumlah penjual makanan di banyak kota sehingga untuk memuaskan permintaan untuk makanan yang terjangkau dan mudah diakses. Selain itu, jajanan kaki lima berkontribusi signifikan terhadap pola makan banyak orang di negara berkembang (Hill *et al.*, 2019), meskipun demikian telah dikaitkan dengan praktek-praktek yang tidak higienis dan penyakit bawaan makanan. Dalam berbagai negara berkembang industri makanan jalanan sedang *booming* pertumbuhan penduduk yang pesat dan urbanisasi. Makanan jalanan banyak dikonsumsi oleh masyarakat berpenghasilan rendah karena ini mudah diakses dan murah.

Jajanan kaki lima adalah makanan yang biasanya dijual di gerobak dorong dan satu penjual di pinggir jalan atau di pasar tradisional. Jajanan biasanya memiliki

rasa yang unik dan berbeda dari makanan yang biasa kita konsumsi sehari-hari. Jajanan dianggap memiliki beberapa keunggulan, seperti kepraktisan dan kemudahan penggunaan, relatif murah, enak, cepat dan porsi sesuai permintaan, energi dan nutrisi lainnya (Sari, 2017). Walaupun begitu, makanan jajanan bisa memberikan pengaruh negatif terhadap kesehatan jika tidak diolah atau disajikan dengan baik serta tidak memperhatikan aspek keamanan pangan, seperti sanitasi dan higienitas (Ningrum & Waznah, 2017).

Jajanan memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi karena seringkali jajanan ini merupakan makanan tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Jajanan seringkali menjadi tempat berkumpulnya masyarakat untuk berbincang-bincang dan bersosialisasi. Selain itu, jajanan juga menjadi sumber penghasilan bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan tetap. Namun, jajanan juga memiliki beberapa kelemahan. Beberapa jajanan seringkali tidak higienis dan tidak aman untuk dikonsumsi. Selain itu, makanan jajanan juga seringkali mengandung bahan-bahan yang tidak sehat seperti pengawet dan pewarna buatan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli, makanan jajanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kesehatan masyarakat. Makanan jajanan yang tidak sehat dapat menyebabkan berbagai macam penyakit seperti obesitas, diabetes, dan penyakit jantung.

Dapat disimpulkan bahwa makanan jajanan, yang dijual di pinggir jalan atau tempat umum, merupakan makanan siap saji yang populer di negara-negara berkembang. Jajanan memiliki peran penting dalam memenuhi permintaan akan makanan yang terjangkau dan mudah diakses. Namun, jajanan juga dikaitkan dengan praktik yang tidak higienis dan penyakit bawaan makanan. Meskipun memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi, makanan jajanan seringkali tidak aman dan mengandung bahan-bahan tidak sehat. Konsumsi jajanan yang tidak sehat dapat berdampak negatif pada kesehatan masyarakat, termasuk risiko penyakit seperti obesitas, diabetes, dan penyakit jantung.

2.2.6 Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, penentuan proses produk, promosi dan tempat atau distribusi, sekaligus merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan (Abdul Manap, 2016). Pemasaran sendiri berkenaan dengan mengenali dan memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pelanggan (bisnis), keinginan rakyat dalam membayar pajak (pemerintah). Definisi pemasaran jika disempitkan adalah memberikan solusi terbaik dan bernilai bagi pelanggan. Hal ini berdasarkan pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Manusia pertama-tama harus menemukan kebutuhannya sebelum dia dapat memenuhinya. Dengan demikian, pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual.

Pemasaran berperan sebagai penghubung antara kebutuhan masyarakat dengan pola jawaban ekonomik yang diperlukan. Pentingnya memahami konsumen terletak pada definisi pemasaran, yaitu kegiatan manusia yang ditujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Bagi para pemasar untuk menciptakan pertukaran yang berhasil, mereka harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuai dengan pengertian tersebut, dapat disimpulkan fungsi pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Pemasaran bertujuan untuk merencanakan, penentuan harga, dan promosi barang serta distribusi barang dan jasa yang akan memuaskan kedua belah pihak
- b. Pemasaran bertujuan untuk nilai ekonomis suatu produk

Berikut adalah prinsip pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keamanan pangan jajanan kaki lima sebagai berikut:

1. Memberikan informasi yang akurat dan transparan mengenai bahan-bahan yang digunakan dan proses produksi jajanan untuk melindungi kesehatan, kesejahteraan, dan hak-hak dari konsumen
2. Memastikan keamanan fisik penjual dan konsumen sebagai salah satu prioritas utama dalam etika pemasaran

3. Menerapkan prinsip kebersihan dan sanitasi dalam produksi, penyimpanan, dan penyajian jajanan untuk meminimalkan risiko kontaminasi
4. Bekerja sama dengan otoritas regulasi terkait untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan pedoman keamanan pangan
5. Menerapkan control kualitas yang ketat dalam seluruh proses produksi jajanan untuk memastikan keamanan bahan baku
6. Membangun reputasi yang kuat dalam menghasilkan jajanan yang aman dan berkualitas tinggi
7. Memberikan informasi kepada konsumen tentang pentingnya keamanan pangan dan risiko yang terkait dengan mengonsumsi jajanan yang benar untuk mengurangi risiko kontaminasi

Dengan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran ini, produsen diharapkan keamanan jajanan dapat ditingkatkan dan kepercayaan konsumen terhadap produk dapat meningkat. Penting untuk mengutamakan kesejahteraan konsumen dan memastikan bahwa jajanan diproduksi dan dipasarkan dengan cara yang aman dan bertanggung jawab. Pemasaran terkait keamanan pangan jajanan melibatkan upaya untuk memastikan bahwa produk makanan yang dijual kepada konsumen aman untuk dikonsumsi. Keamanan pangan merupakan tanggung jawab bersama produsen, pemerintah, dan konsumen. Dengan adanya upaya yang koordinatif, jajanan yang aman dapat diproduksi, dipasarkan, dan dinikmati oleh konsumen.

2.3 Penelitian Terdahulu

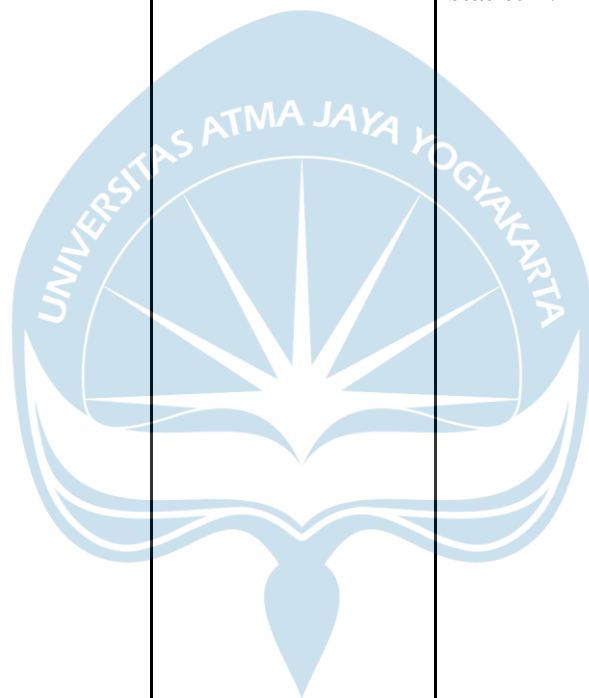
Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan oleh berbagai peneliti dengan beberapa faktor yang berbeda seperti variabel, rentang waktu, dan subjeknya. Hasil penelitian inilah yang pada akhirnya akan digunakan peneliti sebagai bahan acuan dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut ringkasan penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian ini:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Penulis Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	<p>Food Safety Knowledge, Attitudes, and Behavior of Street Food Vendors and Consumers in Handan, a Third Tier City in China</p> <p>(Ma et al., 2019)</p>	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Sikap 3. Perilaku <p>Keamanan Pangan Pedagang Kaki Lima</p>	<p>Menggunakan kuesioner berdasarkan penelitian sebelumnya, dan mempertimbangkan karakteristik khusus Cina dan dampak wajar yang diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya, seperti peningkatan pendapatan, pengalaman kerja, lisensi, dan lokasi.</p> <p>Kuesioner pengetahuan dan sikap keamanan pangan sesuai dengan kondisi nasional di Cina. Digunakan untuk menilai pengetahuan</p>	<p>Pemasok makanan jalanan pada umumnya memiliki praktik penanganan makanan yang buruk, dan sebagian besar beroperasi dalam kondisi tidak sehat.</p> <p>Pengetahuan keamanan pangan pedagang kaki lima di Zona Pengembangan Industri Teknologi Tinggi adalah yang terendah, kemungkinan besar karena wilayah ini terletak di zona pinggiran desa-kota, di mana tingkat pendidikan umumnya relatif rendah.</p>

			<p>dan sikap keamanan pangan terhadap pemasok dan konsumen makanan, di mana tiga bidang utama dibahas dalam survei dan analisis statistik.</p>	<p>Sikap keamanan pangan konsumen termuda secara signifikan lebih baik daripada kelompok usia yang lebih tua. Tingkat pendidikan mereka juga berbeda, dengan pendapatan yang relatif tinggi untuk individu yang lebih muda. Sebagian besar pedagang memilih lokasi di dekat sekolah atau supermarket.</p> <p>Konsumen dan pedagang kaki lima memiliki pemahaman yang baik tentang keamanan pangan, namun pedagang kaki lima relatif kurang dalam</p>
--	--	--	--	--



				melakukan penanganan makanan yang aman.
2	Street Food Handlers' Food Safety Knowledge, Attitudes and Self-reported Practices and Consumers' Perceptions about Street Food Vending in Maseru, Lesotho (Letuka et al., 2021)	Variabel Penelitian: 1. Keamanan Pangan Penjamah Makanan Jalanan 2. Pengetahuan 3. Sikap 4. Praktek 5. Persepsi Konsumen	Survei deskriptif ini dilakukan di Maseru di sekitar pangkalan taksi di antara 48 penjamah makanan dan 93 konsumen menggunakan kuesioner semi-terstruktur untuk menilai pengetahuan, sikap dan praktik penjamah makanan, kuesioner terbuka untuk memperoleh persepsi konsumen dan daftar observasi.	Temuan –Sebagian besar penjamah makanan adalah perempuan (60%) dan hanya terdiri dari laki-laki (40%). Usia rata-rata adalah 35,5±10.3 dan 28.2±9,9 berturut-turut untuk pedagang kaki lima dan konsumen. Ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam pengetahuan antara vendor terlatih dan tidak terlatih (P50040). Rata-rata populasi penjual yang berpartisipasi

				<p>dalam penelitian ini dianggap memiliki pengetahuan yang buruk (skor < 50%) tentang keamanan pangan karena mereka mendapat skor $49\% \pm 11$, sedangkan 84% responden dinilai memiliki sikap positif terhadap keamanan pangan.</p> <p>Hanya 6% konsumen yang melaporkan bahwa mereka tidak pernah membeli makanan kaki lima terutama karena masalah kebersihan.</p> <p>Checklist pengamatan menunjukkan bahwa para pedagang beroperasi dalam</p>
--	--	--	--	---



				kondisi yang tidak higienis dan terdapat kelangkaan pasokan air bersih dan fasilitas cuci tangan.
3	<p>Food Safety Knowledge, Attitudes and Behavior of Street Food Vendors and Consumers in Dhaka City</p> <p>(Mamun et al., 2020)</p>	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Keamanan Pangan 2. Sikap 3. Perilaku Penjual 4. Perilaku Konsumen 	<p>Data yang diperoleh dari kuesioner dan daftar periksa observasi dianalisis dengan SPSS versi 21, kemudian diekspor ke Microsoft Excel untuk menghitung berbagai skor.</p> <p>Analisis deskriptif menggunakan mean, standar deviasi, maksima, dan minima untuk setiap kategori umur. Skor dinilai menurut usia, pendidikan, lokasi, pendapatan dan jenis</p>	<p>Menunjukkan bahwa pengetahuan keamanan pangan konsumen makanan jalanan di kota Dhaka. Namun, banyak konsumen (48, 20%) memiliki pengetahuan keamanan pangan yang buruk (skor <50). Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pengetahuan keamanan pangan berkaitan dengan jenis kelamin ($p = 0,322$), tingkat pendidikan ($p = 0,621$), atau pendapatan bulanan</p>

			<p>kelamin. Dua sampel uji digunakan untuk membandingkan set data dalam hal jenis kelamin dan status pelatihan.</p> <p>Perbandingan lebih dari dua kelompok dilakukan dengan analisis varian efek tetap. Data dan normalitas residual pertama kali diuji menggunakan plot kuantil-kuantil atau uji Kolmogorov-Smirnov, dan persamaan varians diperiksa menggunakan uji Levene yang dimodifikasi.</p>	<p>($p = 0,540$). Rata-rata pendidikan konsumen = 66 poin, dan rata-rata pelatihan makanan = 56 poin.</p> <p>Dengan demikian, konsumen perlu terus meningkatkan pengetahuan keamanan Pangannya.</p> <p>Peningkatan tingkat pendidikan secara signifikan meningkatkan proporsi konsumen dengan skor > 50 poin.</p> <p>Mengenai status keuangan, kita dapat melihat bahwa pendapatan 4001 hingga 6000 Tk</p>
--	--	--	--	--

				<p>untuk konsumen menunjukkan yang tertinggi (6,8%) pada keamanan pangan dan sikap.</p>
4	<p>Food Safety Knowledge, Attitudes and Practices of Street Food Vendors in Jashore region, Bangladesh</p> <p>(Hossen et al., 2020)</p>	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Sikap 3. Praktik Keamanan Pangan 	<p>Metode survei dikumpulkan dalam lembar excel dan dianalisis menggunakan paket statistik untuk ilmu-ilmu sosial (SPSS versi 22.0) untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci dan hambatan utama dalam memastikan keamanan pangan oleh pedagang kaki lima.</p> <p>Metode statistik deskriptif juga digunakan untuk meringkas variabel minat dan menentukan korelasi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan higienis makanan cukup memuaskan pada pedagang makanan di daerah penelitian. Meskipun penjual makanan memiliki pengetahuan dan sikap keamanan makanan yang memadai, mereka memiliki pemahaman yang buruk tentang penanganan makanan yang aman, yang tercermin dalam fasilitas yang</p>

			antara diterapkan.	<p>sangat tidak memadai dan praktik yang tidak higienis selama penjual makanan.</p> <p>Sebagian besar pedagang kaki lima yang diwawancarai dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang rendah, yang secara signifikan berkontribusi pada praktik keamanan makanan yang buruk.</p> <p>Pemerintah harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan dan menerapkan peraturan dan regulasi kebersihan makanan yang sesuai untuk</p>
--	--	--	--------------------	--



				<p>meningkatkan praktik penanganan makanan yang baik. Investigasi ini memberikan data yang diperlukan untuk pengembangan kebijakan dan standar yang akan membantu memastikan keamanan makanan jalanan.</p>
5	<p>Food Safety Knowledge and Practice of Street Food Vendors in Selected Locations within Kiambu County, Kenya</p> <p>(Johnson et al., 2020)</p>	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Praktik Makanan Jalanan 	<p>Sebuah studi deskriptif cross-sectional dilakukan pada SFV di enam lokasi penjual makanan kaki lima di daerah Kiambu, Kenya antara Juni dan Juli 2019. Lokasi studi meliputi area di sekitar Rumah Sakit Tingkat 5 Thika: Juakali, Kiandutu, Makongeni, Ngoigwa, dan Kota</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa jajanan kaki lima yang dijual di Kabupaten Kiambu, merupakan potensi bahaya yang signifikan bagi kesehatan masyarakat. Sebagian besar SFV dididik hingga tingkat sekolah menengah dan</p>

			<p>Thika tengah.</p> <p>Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perangkat lunak paket statistik untuk ilmu sosial (SPSS), versi 25. Untuk data kategorikal, frekuensi dan persentase kemunculan respons dihitung sementara data numerik diringkas sebagai rata-rata \pm kesalahan standar. Uji independensi Chi-square digunakan untuk menguji apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel kategori. Semua tes dilakukan pada tingkat signifikansi $P=0,05$.</p>	<p>belum menerima pelatihan formal tentang kebersihan dan keamanan makanan. Kurangnya pelatihan untuk sebagian besar penjual mungkin telah menyebabkan perilaku tidak higienis dan kurangnya pengetahuan tentang kebersihan dan keamanan makanan. Yang menjadi perhatian khusus adalah temuan bahwa hampir semua SFV menangani makanan dengan tangan kosong, dan menangani uang dan makanan pada saat yang sama tanpa mencuci tangan setelahnya.</p>
--	--	--	---	--

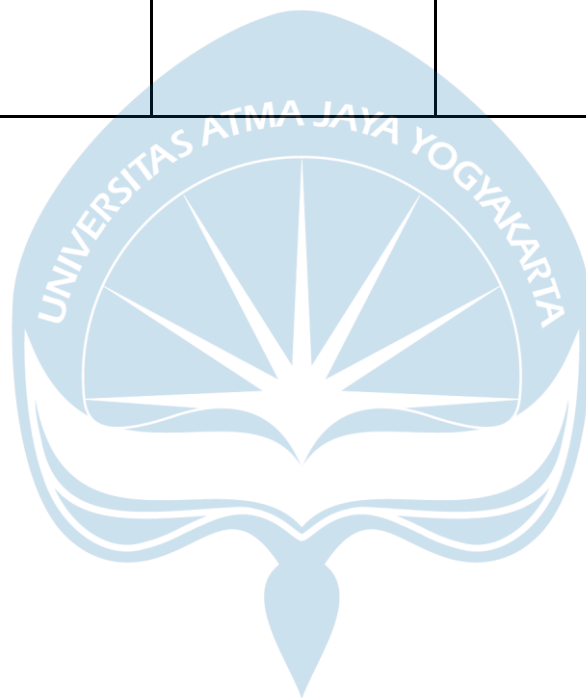
				<p>Praktik penyimpanan dan pengawetan buruk karena sebagian besar penjual menyimpan makanan RTE termasuk sisa makanan pada suhu kamar. Untuk sebagian besar vendor, kondisi lingkungan penjual, serta struktur penjual, juga buruk.</p> <p>Mengingat keuntungan dari bisnis pedagang kaki lima, termasuk penyediaan pendapatan dan pekerjaan untuk banyak anak muda, penyertaan bisnis ini dalam desain jalanan mungkin tidak hanya menguntungkan</p>
--	--	--	--	---



				<p>SFV tetapi juga konsumen makanan jalanan melalui penyediaan makanan berkualitas tinggi dan aman. Pemberian pelatihan higiene dan keamanan pangan secara terus-menerus kepada SFV, dan menegakkan penerapan praktik higiene dan keamanan pangan yang tepat memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas dan keamanan pangan jalanan.</p>
6	<p>Urban street vending practices: an investigation of ethnic food safety knowledge,</p>	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Praktik nutrisi 	<p>Data dianalisis dengan menggunakan IBM SPSS, 2010 Statistics version 19, for analisis butir dan uji</p>	<p>Penjual makanan jalanan adalah praktik umum di Cape Town, menyediakan berbagai macam</p>

	<p>attitudes, and risks among untrained Chinese vendors in chinatown, Kolkata</p> <p>(Ghatak & Chatterjee, 2018)</p>		<p>reliabilitas. Poin yang dipertimbangkan untuk analisis item dan validasi adalah (i) korelasi item/variabel dalam kuesioner, (ii) kemudahan/kesulitan yang dialami peserta dalam memahami item, dan (iii) reliabilitas konstruk. Semua item yang dimiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,20 dan indeks kesulitan antara 0,35 dan 0,85 (indeks menunjukkan bahwa pertanyaannya adalah tidak terlalu mudah/sulit) dipertahankan dalam kuesioner akhir. Sisanya dibuang. Secara keseluruhan, kuesioner menunjukkan</p>	<p>berbagai makanan dan minuman yang dijual. Sayangnya, ada dua publik masalah kesehatan yang terkait dengan praktik ini yang perlu ditangani oleh pembuat kebijakan kesehatan. Pertama, banyak makanan yang dijual tidak sehat dalam hal ukuran porsi, kepadatan energi, dan kandungan tinggi lemak jenuh, lemak trans, garam, dan gula. Di suatu negara mengalami pertumbuhan epidemi obesitas, kontribusi nutrisi makanan jajanan tidak berkontribusi pada kesehatan penduduk. Kedua, mayoritas vendor menunjukkan praktik kebersihan</p>
--	--	--	---	--

			reliabilitas yang kuat sejak Nilai alfa Cronbach adalah 0,82.	dan keamanan makanan yang buruk yang perlu ditangani oleh otoritas kesehatan untuk melindungi masyarakat dari mikroba kontaminasi.
--	--	--	---	--



2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019) merupakan solusi sementara dari rumusan masalah. Sangat penting untuk menunjukkan kebenaran menggunakan fakta empiris yang dikumpulkan karena masih bersifat sementara.

2.4.1 Perbedaan Pengetahuan antara Pria dan Wanita terhadap Keamanan Pangan Jajanan Kaki Lima

Menurut penelitian Ma *et al.*, (2019) menemukan bahwa konsumen memiliki pemahaman yang baik tentang keamanan pangan. Namun, tidak terdapat perbedaan jenis kelamin dalam hal pengetahuan terkait keamanan pangan. Karena, tidak secara spesifik menyebutkan adanya perbedaan jenis kelamin dalam hal pengetahuan di Kota Handan, China. Tetapi, ada beberapa variasi tergantung pada faktor seperti usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Menurut penelitian Mamun *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan jenis kelamin yang signifikan dalam pengetahuan konsumen keamanan pangan makanan jalanan di Kota Dhaka. Dengan demikian, konsumen perlu terus meningkatkan pengetahuan keamanan pangannya.

Oleh karena itu, peneliti dapat menyimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengetahuan antara pria dan wanita tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap keamanan pangan jajanan kaki lima

2.4.2 Perbedaan Sikap antara Pria dan Wanita terhadap Keamanan Pangan Jajanan Kaki Lima

Menurut penelitian Letuka *et al.*, (2021) menemukan bahwa 84% konsumen dianggap memiliki sikap positif terhadap keamanan pangan. Namun, tidak menunjukkan perbedaan pria dan wanita terhadap keamanan makanan di Maseru, Lesotho. Menurut penelitian Ma *et al.*, (2019) juga menyatakan bahwa sikap konsumen terhadap keamanan pangan juga positif. Namun, secara spesifik tidak terdapat perbedaan jenis kelamin dalam sikap konsumen antara pria dan wanita terkait keamanan pangan di wilayah Handan, China.

Oleh karena itu, peneliti dapat menyimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Sikap antara pria dan wanita tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap keamanan pangan jajanan kaki lima

2.4.3 Perbedaan Perilaku antara Pria dan Wanita terhadap Keamanan Pangan Jajanan Kaki Lima

Menurut penelitian Diah Andriani *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa perilaku konsumen tidak baik dalam memilih makanan jajanan di angkringan kopi Joss Kota Yogyakarta. Penelitian ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin dalam memilih makanan jajanan. Karena, menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan perilaku konsumen dalam memilih makanan. Hal tersebut tidak sesuai dengan temuan Abid *et al.*, (2022) yang menemukan bahwa perilaku konsumen positif dengan menjaga kualitas dan keamanan jajanan kaki lima terkait dengan praktik penanganan makanan yang sesuai untuk mengurangi penyakit bawaan makanan di Kota Chattogram, Bangladesh. Namun, penelitian ini juga secara spesifik menunjukkan tidak ada hubungan antara pria dan wanita dalam hal perilaku terhadap keamanan makanan jajanan. Sejalan dengan penelitian Mamun *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa perilaku konsumen positif terkait keamanan pangan dengan kesadaran akan kebersihan pribadi dan pembersihan yang tepat. Dan terdapat jenis kelamin yaitu pria lebih unggul dari hasil hitungan. Namun, penelitian ini tidak terdapat perbedaan antara pria dan wanita secara spesifik karena hasil selisih rata-rata hanya tipis.

Oleh karena itu, peneliti dapat menyimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Perilaku antara pria dan wanita tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap keamanan pangan jajanan kaki lima