

Patiseri Suatu Kajian Antropologi di Kota Makassar



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**

Oleh :

**SEPRIYANTI
E51116004**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2023**

Halaman Judul

Patiseri Suatu Kajian Antropologi Di Kota Makassar

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar

Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

Disusun dan Diajukan Oleh

Sepriyanti

E51116004

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Patiseri Suatu Kajian Antropologi Di Kota Makassar

Disusun dan diajukan oleh:

SEPRIYANTI
E511 16308

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin pada tanggal 1 Agustus 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

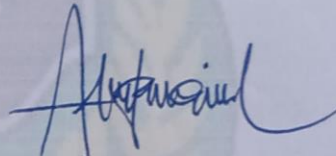
Pembimbing Utama



Dr. Yahya, MA

NIP. 19621231 200012 1 001

Pembimbing Pendamping



Dr. Ahmad Ismail, M.Si.

NIP. 19870620 202107 3 001

Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si

NIP. 19750823 200212 1 002

HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh panitia ujian skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin di Makassar pada hari Selasa, tanggal 01, bulan Agustus, tahun 2023, dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

Makassar, 03 Agustus 2023

Panitia Ujian

Ketua : Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1 001

Sekretaris : Dr. Ahmad Ismail, M.Si
NIP. 19870620 202107 3 001

Anggota : 1. Dr. Muh. Basir Said, MA
NIP. 19620624 198702 1 002

2. Muhammad Neil, S.Sos., M.Si
NIP. 19720605 200501 1 001

Mengetahui,
Ketua Departemen Antropologi,
Fisip, Universitas Hasanuddin


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP. 19750623 200212 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sepriyanti
Nim : E51116004
Program Studi : Antropologi Sosial
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Patiseri Suatu Kajian Antropologi Di Kota Makassar

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 01 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Sepriyanti

ABSTRAK

Sepriyanti (E51116004) dengan judul “ **Patiseri Suatu Kajian Antropologi di Kota Makassar**”. Dibawah bimbingan **Dr. Yahya, MA.** Selaku pembimbing I dan **Dr. Ahmad Ismail, M.Si.** Selaku pembimbing II pada Departement Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Semua manusia memerlukan makanan untuk bertahan hidup. Seiring perkembangan zaman, makanan tidak lagi menjadi sebuah kebutuhan semata, namun menjadi sebuah budaya konsumtif untuk memuaskan keinginan pribadi. Berbagai jenis hidangan pastry kini tersebar diseluruh kalangan Masyarakat, mulai dari yang dikukus, digoreng bahkan dibakar sekalipun.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Patiseri sebagai suatu kajian antropologi di Kota Makassar, dengan meneliti Latar belakang toko Pastry menjual kue tertentu untuk dijual, bentuk-bentuk strategi yang digunakan patiseri untuk menarik lebih banyak konsumen dan bentuk pengelolaan usaha Patiseri. Penelitian ini dilakukan pada Toko Pastry yang terletak di kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar. Penentuan sampel penelitian dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, dan menghasilkan sampel berupa pemilik toko pastry dari; Toko Kue Ameera, Toko kue Tika, Toko Kue Suka Jaya, Toko Kue Mak Pao, Toko kue Mama Aja dan Toko Kue Bakpao Paparax. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode Observasi dan Wawancara dengan memerhatikan etika dalam penelitian. Data yang didapatkan dianalisis dengan mengtranskrip, coding, mengelompokkan data sesuai tema-tema yang sudah disiapkan dan disajikan secara deskripsi.

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa sebagian besar informan dalam penelitian ini membuat usaha Pastry karena menyukai membuat kue dan meneruskan resep keluarga, strategi yang informan gunakan untuk menarik banyak konsumen adalah promosi menggunakan media sosial dan penjualan pada *Marketplace online* seperti *Grabfood*, *Gofood* maupun *Shopeefood*, bentuk pengelolaan pastry adalah dengan menjalin kerjasama dan merekrut karyawan untuk membantu proses kelola toko menjadi lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci : Pastry, Toko Kue, Strategi

ABSTRACT

Sepriyanti (E51116004) with the title **“Patiseri As An Anthropological Study In The City Of Makassar”**. Under the guidance of **Dr. Yahya, MA** as Supervisor I and **Dr. Ahmad Ismail, M.Si.** as Supervisor II at the Department of Anthropology, Faculty of Social and Apolitical Sciences, Hasanuddin University.

All humans need food to survive. Along with the times, food is no longer a mere necessity, but has become a consumptive culture to satisfy personal desires. Various types of pastry dishes are now spread throughout society, ranging from steamed, fried and even baked ones.

This study aims to see how patiseri as an anthropological study in the city of Makassar, by examining the background of pastry shops selling certain cakes for sale, the forms of strategies used by patisserie to attract more consumers and the forms of patisserie business management. This research was conducted at a Pastry Shop located in the Tamalanrea sub-district, Makassar City. The determination of the research sample was carried out using a *purposive sampling technique*, and produced samples in the form of pastry shop owners from; Ameera Cake Shop, Tika Cake Shop, Suka Jaya Cake Shop, Mak Pao Cake Shop, Mama Aja Cake Shop and Paparax Bakpao Cake Shop. Data collection was carried out using observation and interview methods with due regard to ethics in research. The data obtained was analyzed by transcribing, coding, grouping data according to the themes that had been prepared and presented in a descriptive manner.

The results of this study found that most of the informants in this study started a pastry business because they liked making cakes and passing on family recipes. The strategy used by the informants to attract many consumers was promotion using social media and sales on online marketplaces such as Grabfood, Gofood and Shopeefood. The form of pastry management was by collaborating and recruiting employees to help the shop management process become more effective and efficient .

Keywords: Pastry, Cake Shop, Strategy

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hinayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul ***Patiseri Suatu Kajian Antropologi di Kota Makassar*** yang merupakan salah satu persyaratan pendidikan dalam menyelesaikan studi untuk menempuh gelar sarjana pada Jurusan Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga skripsi ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca guna menambah pengetahuan tentang Patiseri. Skripsi ini saya akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang penulis miliki masih sangat kurang. Perjalanan panjang telah saya lalui dalam rangka perampungan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga saya berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penyusunannya, saya banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan skripsi ini.

Makassar, Agustus 2023
Penulis,

Sepriyanti

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini membutuhkan waktu berbulan-bulan lamanya sehingga menjadi sekarang dan telah melalui beberapa hambatan baik dalam penyusunannya, penulisan, maupun saat penelitian dilakukan. Meskipun demikian, saya telah mendapatkan bantuan, semangat, motivasi maupun dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah S.W.T. yang telah memberikan kesehatan jasmani maupun rohani sehingga penyusunan skripsi ini selesai. Selain itu saya berterima kasih kepada seluruh keluarga baik itu orang tua dan saudara saya yang telah mendoakan, membantu dan membiayai penulis sampai selesai.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada panitia penguji yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang bermanfaat untuk penelitian ini. Kepada Dr.Yahya, MA sebagai pembimbing pertama dan Dr. Ahmad Ismail, M.Si sebagai pembimbing kedua serta dosen penguji Dr. Muh. Basir Said, MA dan Muhammad Neil, S.Sos., M.Si. Terima kasih juga terhadap pihak lain yang telah membantu saya, oleh karena itu dengan penuh hormat dan kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin, beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Phili Sukri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

3. Bapak Dr.Tasrifin Tahara, M.Si selaku Ketua Departemen Antropologi dan Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Departemen Antropologi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terkhusus kepada dosen Departemen Antropologi yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
5. Staf Departemen Antropologi serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang berbaik hati membantu dalam pengurusan berkas dalam menyelesaikan studi.
6. Terima kasih kepada keluarga Bapak jusman yang telah meminjamkan rumahnya untuk di tinggali selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi.
7. Terima kasih kepada ibu Erma, ibu Tika, bapak Irfan, ibu Heria, ibu Hajra dan bapak Daniel telah bersedia menjadi informan serta membantu dalam penelitian ini.
8. Teman-teman dan kerabat Himpunan Mahasiswa Antropologi (HUMAN) FISIP UNHAS yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman yang sangat berarti selama saya bergabung didalamnya.
9. Kepada teman-teman SIWARKA 2016 terima kasih banyak telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan selama penyusunan skripsi hingga saat ini. Terimakasih teruntuk As'ary Rivaldi sani, Abd Aziz, dan Esri Wulandari yang telah menemani saya selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.

10. Terima kasih banyak kepada Saudari Miranda Malinda Hamka yang telah memberikan motivasi dan menemani serta membantu saya dalam penelitian dan penulisan skripsi ini semoga dengan kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas dengan baik oleh Allah SWT.

11. Terima kasih banyak kepada saudari Suhartina, Jumarni, Jumriani Saleh, Nursan, Yelinna Kristalida Jessica Pricilla W, dan Syohra Zia Sulastri yang telah menemani serta membantu dan mendengarkan keluh kesah saya selama ini.

12. Terima kasih pula kepada orang-orang yang telah membantu selama ini.

Demikian ucapan terima kasih yang telah saya sampaikan dan semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Makassar, Agustus 2023

Penulis,

Sepriyanti

DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Tinjauan Konseptual.....	6
Konsep kebudayaan Adaptif	6
Strategi Pemasaran	8
Konsep Patiseri.....	10
Konsep Makanan	11
B. Penelitian Terdahulu	13
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Lokasi penelitian.....	19

C. Informan Penelitian	19
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Tehnik Analisi Data	23
F. Etika Penelitian.....	23
G. Etika Penelitian.....	24
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	26
A. Gambaran Umum Kota Makassar	26
B. Profil Toko Kue di Kecamatan Tamalanrea	28
BAB V PEMBAHASAN	32
A. Latar Belakang Toko Pastry Menjual Kue Tertentu	32
B. Bentuk Strategi yang digunakan untuk menarik konsumen	45
C. Bentuk pengelolaan usaha Patiseri	57
BAB VI PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN DOKUMENTASI	85
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA.....	89
LAMPIRAN SURAT IZIN PENELITIAN.....	91
LAMPIRAN SURAT IZIN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua makhluk hidup memerlukan makanan untuk bertahan hidup. Keunikan manusia terletak pada kemampuan mengkonsumsi berbagai variasi bahan pangan, baik dari jenis biji-bijian, daun-daunan, dan buah dengan memanfaatkan apa yang ada di sekelilingnya. Ada banyak kategori makanan, tetapi secara umum, masyarakat Indonesia mengkatagorikan makanan menjadi dua berdasarkan tingkat pentingnya yaitu makanan berat (*meal*) dan makanan ringan (*snack*). Makanan berat merupakan makanan utama yang wajib dikonsumsi setiap hari berupa nasi, sayur dan lauk, sedangkan makanan ringan biasanya dimakan setelah atau sebelum makanan utama.

Terdapat dua istilah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) yang tampak hampir sama pengertiannya yaitu “kudapan” dan “kue”. Kudapan adalah penganan yang dikonsumsi di luar waktu makan utama. Sedangkan kue adalah penganan yang dibuat dari bahan yang bermacam-macam, dapat dibuat dalam berbagai bentuk, ada yang dikukus, digoreng, dipanggang. Tampaknya kue merupakan salah satu dari banyak jenis kudapan yang dikonsumsi disela waktu makan utama, sebab kita dapat mengkonsumsi jenis minuman disela waktu makan utama.

Makanan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, seperti ekonomi, kesehatan, gizi, kajian lifestyle, dsb. Sementara itu dari sudut antropologi kesehatan, Foster dan Anderson (2015: 313) melihat kebiasaan makan sebagai suatu kompleks kegiatan masak-memasak, masalah kesukaan dan ketidaksukaan, kearifan rakyat, kepercayaan-kepercayaan, pantangan-pantangan dan tahayul-tahayul yang berkaitan dengan produksi, persiapan dan konsumsi makanan. Dengan demikian kebudayaan makanan menjadi suatu kategori budaya yang penting. Makanan dipandang sebagai sistem budaya yang mencakup masalah konsep makanan, kesukaan pribadi, nafsu makan dan rasa lapar, klasifikasi makanan, serta peranan simbolik dari makanan (Foster dan Anderson 2015: 313-322).

Di Indonesia terdapat beberapa waktu khusus dimana konsumsi kue sangat tinggi, terutama pada bulan Ramadhan ketika umat Islam melakukan puasa, dan pada berbagai ritual adat seperti perkawinan bahkan kematian. Namun konsumsi kue juga tinggi pada waktu-waktu biasa, terutama ketika sejumlah orang berkumpul untuk mengerjakan sesuatu seperti arisan keluarga, pertemuan alumni, pertandingan olahraga, atau sekedar bercerita.

Seiring berkembangnya zaman, kini kue tidak hanya dipasarkan dengan cara konsumen mendatangi tempat penjual kue, kini kue mulai dipasarkan melalui media sosial seperti aplikasi *grab food*, *go food*, dan *shopee food*. Tentu ada perbedaan besar dari kedua cara penjualan

tersebut. Pada penjualan *online*, pembeli melihat gambar ketika memilih dan betul-betul mengandalkan pengalaman dan pengetahuan mereka untuk memilih. Sedangkan jika membeli langsung, pembeli dapat melihat secara langsung tekstur, warna, aroma, dan bahkan dapat mencicipi jika penjual kue menyediakan sampel.

Seseorang yang memiliki keahlian dalam membuat kue disebut sebagai patiseri atau yang dikenal dalam bahasa Prancis *Pâtissier*, merupakan profesi yang bertanggung jawab untuk membuat kue dan *dessert*, seperti *pastry*, roti, *mousse*, kue kering, dan masih banyak lainnya. Tanggung jawab seorang Patiseri tidak hanya membuat kue yang nantinya akan dijual atau disajikan di toko, melainkan juga menciptakan resep, mengemas kue yang dibuat dengan seindah mungkin, mengatur dan merencanakan menu yang nanti akan dihidangkan ke konsumen (GramediaBlok 2022).

Tidak semua orang dewasa dapat membuat kue, tetapi semua orang dewasa dapat memasak makanan utamanya sendiri. Kita dapat memasak Indomie yang dapat menjadi makanan utama ketika lapar, tetapi sangat sulit membuat kue sederhana sehingga sebagian besar orang lebih memilih membeli kue, hal ini membuat saya tertarik untuk melihat strategi Patiseri dalam membuat kue yang dapat menarik lebih banyak konsumen dalam memilih kue dengan bercita rasa manis, gurih, asin, atau variasi diantara ketiganya serta kue memiliki banyak bentuk, warna dan aroma.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa yang melatar belakangi patiseri menjual kue tertentu untuk dijual di toko ?
2. Bagaimana strategi yang digunakan patiseri untuk menarik lebih banyak konsumen?
3. Bagaimana bentuk pengelolaan usaha Patiseri ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini diharapkan mampu untuk mendeskripsikan patiseri sebagai studi antropologi terkait toko pastry di kota makassar.

1. Mendeskripsikan Apa yang melatar belakangi toko Pastry menjual kue tertentu untuk dijual
2. Menjelaskan bentuk-bentuk strategi yang digunakan patiseri untuk menarik lebih banyak konsumen
3. Mendeskripsikan bentuk pengelolaan usaha Patiseri

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi atas dua, yaitu manfaat yang bersifat akademik dan praktis. Adapun manfaat akademik yang diharapkan dari penelitian ini yaitu hasil dari penelitian ini dapat menyumbang dibidang akademik mengenai Patiseri sebagai studi

antropologi terkait toko pastry yang ada di Kota Makassar dan dapat dijadikan sebagai kajian ilmiah untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan bacaan terkait antropologi dan makanan.

Untuk manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan sebagai contoh bagi pembaca ataupun masyarakat lain mengenai Patiseri yang ada di Kota Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Konseptual

1. Kebudayaan sebagai sistem Adaptif

Secara alami manusia akan mengalami evolusi begitu pula dengan budaya dan di beberapa tingkat evolusi budaya biasanya akan merubah struktur budaya yang ada namun tidak jarang tetap ada yang bisa mempertahankan budaya tersebut. Dari sudut pandang teori kultural, perkembangan telah muncul dari salah satu pendekatan evolusioner atau ekologis terhadap budaya sebagai sistem adaptif (Keesing 1997:3). Para pemikir pendekatan itu adalah Michigan dan Columbia. Sebagian besar sarjana antropolog yang disebut oleh penulis dalam (Keesing 1997) dengan sebutan "cultural adaptationist" sepakat dalam beberapa asumsi pokok yaitu:

- a. Budaya merupakan sistem dari pola-pola tingkah laku yang diturunkan secara sosial dan bertujuan untuk menghubungkan komunitas manusia. Pada asumsi pertama ini, konsep budaya turun menjadi adat istiadat atau cara kehidupan manusia.
- b. Perubahan kultural merupakan suatu proses adaptasi atau seleksi alam. Dilihat dari sistem adaptif, budaya berubah ke arah keseimbangan ekosistem. Namun apabila perubahan yang diinginkan tersebut tidak sesuai dengan apa yang diinginkan maka akan terjadi ketidakseimbangan karena terganggu oleh perubahan lingkungan,

teknologi, atau gangguan dari faktor lain yang datang dari dalam maupun dari luar kelompok manusia tersebut.

- c. Teknologi, subsistence economy, dan elemen organisasi sosial yang terikat langsung dengan produksi adalah bidang pokok budaya yang paling bersifat adaptif. Perubahan biasanya dimulai dari bidang-bidang tersebut. Dalam hal ini, Harris mendapatkan kritik dari para aliran Marxist dimana mereka menekankan konflik dan kontradiksi di dalam masyarakat. Jadi tidak hanya sekedar adaptasi di dalam suatu tatanan sosial namun juga mampu menghasilkan proses perubahan sosial dan budaya.
- d. Komponen-komponen ideasional dari sistem kultural dianggap mampu mengontrol penduduk, menjaga ekosistem, dan lain sebagainya.

Analisis yang dilakukan oleh Rappaport dianggap sebagai salah satu hal yang mengagumkan pada era tersebut dalam bidang antropologi. Analisisnya mengenai lingkaran upacara yang dilakukan oleh orang Tsembaga Maring sebagai komponen dalam satu sistem adaptif. Upacara tersebut dianggap memainkan peranan penting dalam adaptasi budaya.

Sherry menjelaskan bahwa, dari perspektif antropologi, perilaku konsumen dapat dilihat sebagai strategi adaptif yang membentuk kualitas hidup individu. Jadi kita semua sebagai konsumen menggunakan konsumsi kita sebagai cara untuk beradaptasi. Selain itu, pemasaran dari perspektif antropologis, merupakan strategi intervensi terarah dari perubahan yang direncanakan (Sherry 1995). Tujuan pemasar adalah

untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Untuk melakukannya membutuhkan lebih banyak pembelian produk. Pemasar berusaha mengubah norma budaya agar lebih banyak orang membeli produk. Jika ini terjadi, norma budaya telah berhasil diubah. Jadi, dari perspektif antropologis, strategi pemasar adalah menerapkan perubahan yang direncanakan dengan sukses.

2. Strategi Pemasaran

Kata "Strategi" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*strate-gos* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti "ge-neralshif" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk menangkap musuh. Devinisi ini juga dapat dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz, yang menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi secara umum didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Saat menghadapi persaingan, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Cara tersebut dapat dilakukan dengan menetapkan strategi yang tepat untuk dijalankan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melakukan strategi pemasaran, yaitu wujud dari suatu rencana di bidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Menurut Tjiptono (2005: 53) "Strategi pemasaran adalah alat

fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut." Strategi pemasaran ini memiliki ruang lingkup yang luas diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam jalannya kegiatan bisnis, oleh karena itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus mempunyai daya tarik konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan. (Kotler dan Keller 2009).

Dengan demikian, antropologi dan terutama metode etnografinya telah menjadi sumber yang semakin populer untuk meminjam alat untuk menyelidiki pemasaran dan perilaku konsumen sejak akhir abad 20-an (Olsen 1995). Perilaku konsumen mempunyai kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut. teori perilaku berfokus hampir secara eksklusif pada perilaku yang dapat diamati (respons) yang terjadi sebagai hasil dari paparan rangsangan (Schiffman dan Kanuk 2004).

Bahwa budaya sebagai sebuah konsep secara teratur dan bermanfaat digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis baik varietas dan umum dari perilaku manusia, nilai-nilai, pilihan, preferensi, praktik, keyakinan, sikap, dan sebagainya di seluruh dunia (Costa 1995). Dengan demikian pilihan dan konsumsi makanan adalah perilaku khas

manusia yang sangat berorientasi budaya (Mooij 2004). Selain itu, pilihan makanan adalah perilaku yang sangat kompleks untuk diukur. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan, termasuk namun tidak terbatas pada: lingkungan, tradisi, keakraban, status sosial, dan properti yang dirasakan (Schiffman dan Kanuk 2004). Setiap masyarakat memiliki selera makan yang berbeda-beda ada menyukai makanan manis, asin, gurih maupun pedas, akan tetapi suatu makanan dapat diterima oleh seseorang jika makanan tersebut seringkali hadir dalam kehidupannya atau dalam ruang lingkup keluarga sehingga makanan tersebut bisa diterima serta menjadi makanan yang disukai. Semakin akrab suatu masyarakat dengan budaya yang berbeda, semakin dapat diterima ritual dan budayanya (Bell dan Valentine 1997). Demikian pula, makanan dari budaya lain akan lebih diterima jika bahan dan gaya persiapannya akrab (Gabaccia 1998).

Pengertian tersebut menjelaskan bahwa makanan yang tidak diterima oleh masyarakat dan akan diterima jika makanan tersebut dibuat sesuai dengan selera masyarakat itu sendiri begitupun dengan bentuk makanan yang dibuat harus akrab dengan masyarakat. Makanan seperti kue yang dibuat dengan berbagai macam cita rasa dan bentuk yang akrab dengan masyarakat sehingga dapat diterima.

3. Konsep Patiseri

patiseri atau yang dikenal dalam bahasa Prancis *Pâtissier*, merupakan profesi yang bertanggung jawab untuk membuat kue dan *dessert*,

seperti *pastry*, roti, *mousse*, kue kering, dan masih banyak lainnya (Gramedia Blok 2022) . Tanggung jawab seorang Patiseri tidak hanya membuat kue yang nantinya akan dijual atau disajikan di toko, melainkan juga menciptakan resep, mengemas kue yang dibuat dengan seindah mungkin, mengatur dan merencanakan menu yang nanti akan dihidangkan ke konsumen, dan masih banyak lagi. Patiseri harus memiliki stok kesabaran karena membuat suatu kue membutuhkan waktu serta kreatifitas dalam mengembangkan suatu kue dan meriset kue-kue yang berkembang di masyarakat kemudian seorang patiseri harus memiliki sifat pantang menyerah dalam menciptakan resep-resep baru walupun akan menemui kegagalan dalam menukan resep baru.

4. Konsep Makanan

Makanan dapat dikaji sebagai suatu fenomena biokultural. Dalam arti makanan akan mengalami proses biologis setelah masuk ke dalam tubuh dan mempunyai pengaruh pada fungsi organ-organ tubuh. Makanan juga menyangkut aspek sosial budaya seperti: sistem pengetahuan, ekonomi, adat istiadat, dan proses budaya mempengaruhi seseorang dalam memilih jenis makanan, pengolahan makanan, cara-cara mengkonsumsi. Dengan demikian, makanan mempunyai keterkaitan dimensi sosial (Hamdat, 2010 : 42).

Ada banyak kategori makanan, tetapi secara umum, masyarakat Indonesia mengkatagorikan makanan menjadi dua berdasarkan tingkat

pentingnya yaitu makanan berat (*meal*) dan makanan ringan (*snack*). Makanan berat merupakan makanan utama yang wajib dikonsumsi setiap hari berupa nasi, sayur dan lauk, sedangkan makanan ringan biasanya dimakan setelah atau sebelum makanan utama.

Terdapat dua istilah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) yang tampak hampir sama pengertiannya yaitu “kudapan” dan “kue”. Kudapan adalah panganan yang dikonsumsi di luar waktu makan utama. Sedangkan kue adalah panganan yang dibuat dari bahan yang bermacam-macam, dapat dibuat dalam berbagai bentuk, ada yang dikukus, digoreng, dipanggang.

Ciri khas kue dibagi menjadi dua yaitu kue basah dan kue kering. Kue basah mempunyai tekstur yang empuk, lembut dan basah. Biasanya kue basah tidak bertahan lama hanya dapat bertahan beberapa hari saja jika disimpan dalam kulkas. Kue basah biasanya dimasak dengan cara dikukus, direbus, digoreng dan dioven atau dipanggang contohnya kue berongko, kue Bolu dan kue onde-onde. Berbeda halnya dengan kue kering yang mempunyai tekstur kering, garing dan kasar serta memiliki kadar air yang sedikit, kemudian dapat bertahan lama berbulan bulan hingga bertahun-tahun bila disimpan. Kue kering biasanya dimasak dengan cara di goreng dan dioven atau dipanggang contoh kue kering yaitu kue nastar, dan kue gutaim.

Pastry adalah salah satu istilah yang sering kita dengar seputar makanan roti dan kue. Biasanya pastry memiliki pengertian yang berbeda-

beda di masyarakat, tergantung pada pemahaman serta pengalaman dari masing-masing orang. Tidak jarang, ada yang mendefinisikan kalau semua jenis kue termasuk ke dalam pastry. Ada juga yang mendefinisikannya sebagai sebuah adonan yang berlapis-lapis.

Pastry berasal dari bahasa Prancis yaitu "*Pâtisseries*" yang memiliki arti kue-kue. Oleh karena itu, pastry juga bisa disebut sebagai salah satu bidang keilmuan yang mendalami seluk beluk tentang kue, baik kue oriental ataupun continental. Menurut Bartono (2005:164), bahwa pastry adalah suatu bagian dari dapur yang memproduksi khusus bagian jenis roti, cake, serta dessert, sedangkan Adjab (2007:87), menjelaskan bahwa pastry adalah bagian dari food product yang terdapat dalam lingkup food and beverage yang memiliki tugas dalam membuat dessert atau hidangan penutup, snack, atau makanan pendamping minuman, seperti kue dan roti.

B. Penelitian terdahulu

Sejauh ini penelitian terkait strategi patiseri dalam menarik banyak konsumen kue sangat terbatas, sehingga dalam penelusurannya hanya menemukan penelitian berikut yang sangat relevan dengan topik penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Emawati (2005) mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan roti "Tiga Berlian" di Semanggi, Surakarta. Metodologi penelitian yang dilakukan adalah observasi dan wawancara untuk memperoleh data primer dan sekunder.

Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan roti “Tiga Berlian” melakukan langkah-langkah dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu menentukan konsumen yang dituju pada golongan menengah ke bawah, mengidentifikasi keinginan konsumen dengan memperhatikan rasa, harga, kualitas dan langkah yang ketiga adalah marketing mix yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Imam (2019) terkait potensi usaha kue rumahan dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, dan wawancara. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang sangat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha kue rumahan adalah faktor tempat, faktor harga dan faktor promosi. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi tentang pendapatan usaha kue rumahan sehingga pengelolaan faktor-faktor produksi tersebut secara tepat akan mampu memaksimalkan produksi, sehingga keterampilan pelaku usaha kue rumahan dalam mengelola usaha kue rumahan sangat diperlukan untuk memaksimalkan kualitas dan kuantitas produksi usaha kue rumahan tersebut. Kemudian Potensi usaha kue rumahan di Desa Pagutan cukup baik, hal ini karena didukung oleh sumber daya manusia yang sangat baik, sarana dan prasarana penunjang yang baik serta pendapatan usaha kue rumahan yang bagus. Pendapatan usaha kue rumahan ditentukan oleh jumlah produksi dan harga jual.

Selanjutnya Dewi (2021) penelitiannya terkait analisis Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Chusnul Bakery. Sampel pada penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan dan konsumen Chusnul Bakery. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan data observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan teknik analisis menggunakan analisis SWOT. Dari penelitian ini didapatkan hasil IFAS yang menunjukkan kekuatan sebesar dan kelemahan sebesar. Sedangkan pada hasil EFAS menunjukkan peluang sebesar dan ancaman sebesar. Hasil pilihan strategis adalah strategi SO yang pada diagram SWOT terletak pada kuadran I yang berarti bahwa Chusnul Bakery memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dan hal tersebut berada di jalur yang tepat dengan terus melakukan usaha strategi pengembangan yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Siregar (2019) penelitian tentang persepsi masyarakat khususnya remaja terhadap kudapan tradisional yang ada di Kota Medan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Persepsi remaja terhadap kudapan tradisional pada produksi toko "Kue Enak" adalah sangat baik. Para remaja memberikan pandangan bahwa toko "Kue Enak" adalah salah satu toko yang masih mempertahankan khas citarasa kudapan tradisional. Penjualan dan penyajian yang baik dan steril juga kemasan yang baik adalah salah satu bentuk menjaga citarasa khas dan eksistensi terhadap kudapan tradisional. Perilaku remaja dalam melihat dan memandangi

kudapan tradisional sampai saat ini adalah bukan makanan yang ketinggalan zaman dengan citarasa yang buruk. Sebagian besar perilaku remaja terhadap kudapan tradisional adalah sangat menyukai jenis makanan tersebut dan ingin tetap mempertahankan citarasa khas makanan tersebut.

Vizcardine (2021) terkait strategi bertahan bisnis kue kering pada masa pandemi covid-19 melalui pendekatan pemasaran terpadu. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi di media sosial. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Patisserie dan Dapur Muslimah mampu mempertahankan bisnis kue keringnya di masa pandemi bahkan menjulang kenaikan penjualan karena menerapkan elemen komunikasi pemasaran terpadu. *Patisserie* menggunakan *direct marketing, online marketing, sales promotion* dan *advertising* untuk pemasaran. Hasilnya, usaha ini mengalami peningkatan *omzet* sebanyak dua kali lipat dan memiliki seorang karyawan. Sedangkan Dapur Muslimah menggunakan *direct marketing, online marketing, dan sales promotion*. Dapur Muslimah juga mengalami peningkatan *omzet* dan menambah dua karyawan. Kedepannya Patisserie dan Dapur Muslimah harus mengoptimalkan fitur di media sosial seperti lebih disiplin menunggah konten untuk menambah *engagement* yang pada akhirnya dapat meningkatkan brand *awareness* dan penjualan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Emawati (2005), Iman (2019), Dewi (2021), Siregar (2019), dan Vizcardine (2021), sama-sama

membahas mengenai strategi pemasaran. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini akan membahas tentang strategi patiseri dalam menarik minat konsumen kue untuk membeli kue yang telah dibuat. penelitian ini akan melihat bagaimana seorang patiseri dalam mengemas, mengombinasikan cita rasa dan membentuk kue agar menarik untuk dilihat serta menggambarkan bahwa fenomena pembuatan kue tersebut dipahami sebagai suatu kebudayaan.