

**RESPONS KREATIF PELAKU BISNIS KULINER
BERBAHAN PISANG DI KOTA MAKASSAR**



OLEH :

MUHAMMAD NUR JULAEL MAULANA

NIM : E511 15 009

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2022

HALAMAN JUDUL

RESPONS KREATIF PELAKU BISNIS KULINER

BERBAHAN PISANG DI KOTA MAKASSAR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar

Sarjana Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Hasanuddin

Oleh :

**Muhammad Nur Julael Maulana
E51115009**

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
"RESPONS KREATIF PELAKU BISNIS KULINER
BERBAHAN PISANG DI KOTA MAKASSAR"

Disusun dan diajukan oleh
MUHAMMAD NUR JULAEL MAULANA

E51115009

Telah dipertahankan di hadapan panitia ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin pada tanggal 25 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

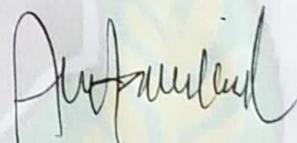
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

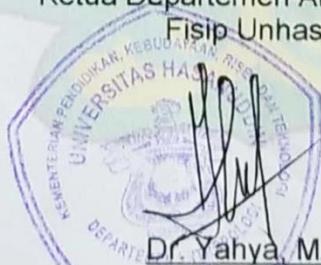


Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA
NIP. 19591231 198609 1 002



Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si
NIP. 19870620 202107 3 001

Ketua Departemen Antropologi
Fisip Unhas



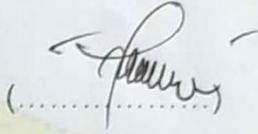
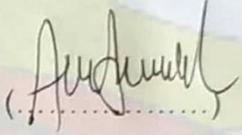
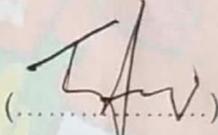
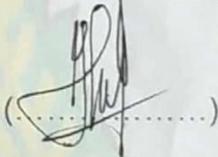
Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1 001

HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Makassar pada hari Senin Tanggal 25 bulan Juli tahun 2022 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

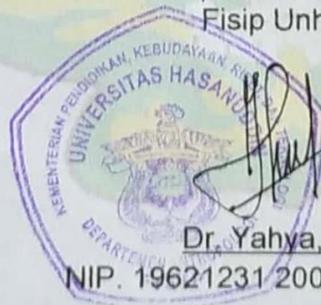
Makassar, 25 Juli 2022

Panitia Ujian

Ketua	<u>Prof. Dr. H. Pawennari Hijang, MA</u> NIP. 19591231 198609 1 002	()
Sekretaris	<u>Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si</u> NIP. 19870620 202107 3 001	()
Anggota	1. <u>Dr. Tasrifin Tahara, M.Si</u> NIP. 19750823 200212 1 002	()
	2. <u>Dr. Yahya, MA</u> NIP. 19621231 200012 1 001	()

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi
Fisip Unhas



Dr. Yahya, MA
NIP. 19621231 200012 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Muhammad Nur Julael Maulana
NIM : E51115009
Program Studi : Antropologi
Departemen : Antropologi
Jenjang : Strata satu (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis yang berjudul :

“RESPONS KREATIF PELAKU BISNIS KULINER BERBAHAN PISANG DI KOTA MAKASSAR”

Adalah karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain. 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.

Makasassar, 25 Juli 2022



Muhammad Nur Julael Maulana

ABSTRAK

E51115009. Muhammad Nur Julael Maulana. “Respons Kreatif Pelaku Bisnis Kuliner Berbahan Pisang di Kota Makassar”. Dibimbing oleh Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA dan Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan respon kreatif pelaku bisnis berbahan pisang di kota Makassar terkait selera pasar bisnis berbahan dasar pisang di Kota Makassar, juga melihat bagaimana respon pelaku bisnis terhadap bisnis tersebut dan bagaimana strategi yang dijalankan pelaku bisnis sebagai upaya mempertahankan bisnis berbahan dasar pisang di kota Makassar.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa data deskriptif tentang respon masyarakat terhadap suatu fenomena bisnis kreatif berbahan dasar pisang, selain itu penelitian ini juga ingin menggambarkan terkait respon pelaku usaha melihat peluang bisnis tersebut yang kemudian menghasilkan strategi-strategi guna mempertahankan bisnis itu sendiri. Sehingga teknik penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi langsung dan wawancara mendalam atau *in depth interview*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa respon pelaku usaha berbahan dasar pisang di kota Makassar sangatlah beragam, terkait bagaimana mereka melihat selera pasar yang berkembang di masyarakat juga terkait usaha bisnis pisang di kota Makassar. Dari hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini mendapatkan hasil terkait selera pasar pada bisnis pisang yang kian banyak disukai dan berkembang di masyarakat dikarenakan bahan dasar bisnis tersebut yang sudah sejak lama disukai oleh masyarakat yang kemudian mudah diterima oleh masyarakat walaupun telah dimodifikasi menjadi makanan dengan bentuk lain atau model lain. Hal tersebut yang kemudian dilihat oleh para pelaku usaha dan dimanfaatkan sedemikian rupa dengan berbagai strategi-strategi yang dihasilkan. Strategi tersebut yang kemudian dilihat sebagai respon dari pelaku usaha bisnis berbahan dasar pisang yang ada di kota Makassar.

Respon pelaku usaha terkait fenomena tersebut menghasilkan sebuah strategi yang diterapkan dalam menjalankan bisnis itu sendiri, strategi tersebut diterapkan menjadi berbagai bentuk atau ide yaitu ide kemasan produk dan menu yang dihasilkan adalah bentuk adaptasi dari apa yang dilihat melalui minat masyarakat serta bentuk-bentuk pemasaran yang juga melihat dan mengikuti tren yang berkembang di masyarakat saat ini dengan menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok, dan juga aplikasi online seperti *grab food* dan *juga gofood*.

Kata kunci : Industri Kreatif, Selera Pasar, Strategi Bisnis, Pandangan Masyarakat.

ABSTRACT

E51115009. Muhammad Nur Julael Maulana. “Creative Response of Banana-Based Culinary Business People in Makassar City”. Guided by Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA and Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si

This study aims to describe the creative response of banana-based business people in Makassar city related to the tastes of the banana-based business market in Makassar City, as well as see how business people respond to the business and how the strategies carried out by business people as an effort to maintain banana-based businesses in the city of Makassar.

This research is a type of descriptive research using qualitative research methods. The data produced in this study is in the form of descriptive data about the community's response to a banana-based creative business phenomenon, besides that this study also wants to describe the response of business actors to see the business opportunity which then produces strategies to maintain the business itself. So that the writing technique used in this study is a descriptive qualitative research method, as for the data collection technique carried out in this study using direct observation techniques and in-depth interviews.

The results of this study show that the response of banana-based business actors in the city of Makassar is very diverse, related to how they see the tastes of the developing market in the community as well as related to the banana business business in the city of Makassar. From the results of the research conducted, this research obtained results related to market tastes in the banana business which is increasingly liked and developed in the community because the basic ingredients of the business have long been liked by the community which is then easily accepted by the community even though it has been modified into food with other forms or other models. This is then seen by business actors and utilized in such a way with the various strategies produced. This strategy was then seen as a response from banana-based business actors in the city of Makassar. The response of business actors related to this phenomenon produces a strategy that is applied in running the business itself, the strategy is applied into various forms or ideas, namely product packaging ideas and the resulting menu is a form of adaptation to what is seen through public interest and forms of marketing that also see and follow trends that are developing in today's society by using social media such as Instagram, tiktok, and also online applications such as grab food and also gofood.

Keywords : Creative Industries, Market Tastes, Business Strategies, People's Views.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbal'alam, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Respons Kreatif Pelaku Bisnis Kuliner Berbahan Pisang di Kota Makassar. Sholawat serta salam juga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga dan turunannya, para sahabatnya, serta kepada seluruhnya umatnya dan semoga syafaat senantiasa menaungi kita semua di akhir zaman nanti *Inshaallah*.

Selama proses penyelesaian skripsi ini tentunya bukan tanpa hambatan yang berarti diantaranya mulai dari penentuan judul yang mengalami beberapa pergantian, beberapa riset awal yang tidak sesuai ekspektasi, namun hambatan itu telah terlewati atas sebuah kesabaran terutama dalam hal melawan kemalasan dalam diri penulis, kerja keras yang cukup panjang, serta tidak lupa kontribusi dalam bentuk motivasi-motivasi yang datang dari orang-orang hebat. Mungkin tanpa doa dan bantuan dari mereka skripsi ini hanya akan berujung pada sebuah ekpektasi tanpa realita dan tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itulah saya sebagai penulis perlu menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ucapan banyak terima kasih kepada kedua orang tua saya, Bapak Zainal Adam, S.Pd. dan Ibu Hj. Marwiah beserta saudara(i) saya Muhammad Nur Zamar, Nur Aprilia, Siti Nur Maulisa, Muhammad Nuzlul Mubaraq, dan Siti Nur Suci Amanah yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
2. Informan yang telah meluangkan waktunya dan berbagi informasi terkait skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para Wakil Rektor, staf dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan

studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

4. Dr. Phil. Sukri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, beserta para staf dan jajarannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
5. Dr. Yahya, MA selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
6. Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA dan Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah memberikan arahan serta nasihat selama penelitian dilakukan.
7. Dr. Tasrifin Tahara, M.si dan Dr. Yahya, MA selaku penguji yang telah memberikan tanggapan dan masukan yang membangun pada skripsi ini.
8. Dosen pengajar Departemen Antropologi Universitas Hasanuddin Prof. Dr. Mungsi Lampe, Ma., Prof. Prof. Dr. Pawennari Hijjang, MA., Nurul Ilmi Idrus, Ph.D., Prof. Dr. Mahmud Tang, MA., (Alm.) Prof. Dr. M. Yamin Sani, MS., Prof. Hamka Naping, MA., Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA., Prof. Dr. Ansar Arifin, MS, Dr. Yahya, MA, Dr. Muh. Basir Said, MA, Dr. Tasrifin Tahara, M.Si, Dr. Safriadi, M.Si., Dra. Nurhadelia Fadeli Luran, M.Si., Muhammad Neil M.Si, Ahmad Ismail, S.Sos.,M.Si., Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si., Hardiyanti Mungsi, S.Sos, M.Si, dan Jayana Suryana Kembara, S.Sos.,M.Si yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama belajar di Universitas Hasanuddin.
9. Tenaga pegawai kependidikan Departemen Antropologi Unhas M. Idris,S.Sos., Muh. Yunus dan Damaris Siampa, S.Sos. yang selalu membantu dalam proses kelengkapan berkas penelitian dan penyelesaian studi.

10. Teman kuliah E51115 (JIWA 2015) di Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang menjadi sahabat bahkan keluarga selama saya di Makassar.
11. Terima kasih kepada Himpunan Mahasiswa Antropologi FISIP UNHAS yang telah menjadi tempat belajar dan mendapat pengalaman selama berstatus Mahasiswa Antropologi.
12. Terima kasih kepada seluruh Mahasiswa Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
13. Kepada siapapun yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.

Makassar, 25 Juli 2022

Muhammad Nur Julael Maulana

DAFTAR ISI

Sampul	
Halaman Judul	
Lembar Pengesahan Skripsi	i
Halaman Penerimaan	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Abstrak	iv
Asbtract	v
Kata Pengantar	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Makanan	7
B. Konsep Makanan Tradisional	8
C. Konsep Ekonomi Kreatif	10
D. Konsep Perubahan Budaya	13
E. Tinjauan Literatur / Penelitian Terdahulu	16
BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
C. Informan Penelitian	21
D. Instrumen Penelitian	22
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
F. Teknik Analisis Data	23
BAB IV	
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	

A. Letak Geografis dan Demografi Kota Makassar	25
B. Deskripsi Kondisi Perekonomian Daerah Kota Makassar	29
C. Deskripsi Persebaran Outlet Bisnis Berbahan Pisang di Kota Makassar	30
D. Industri Kreatif	34
E. Jumlah Pelaku Industri Kreatif di Kota Makassar	35
F. Macam-macam Bidang Industri Kreatif	36
BAB V	
PEMBAHASAN	
A. Selera Pasar Terhadap Kuliner Berbahan Dasar Pisang	42
B. Respon Pelaku Bisnis Terhadap Bisnis Kuliner Berbahan Pisang.....	46
C. Strategi Pemasaran Pelaku Bisnis Kuliner Berbahan Pisang	54
BAB VI	
PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan kuliner, kuliner merupakan salah satu bentuk elemen budaya dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali yang kemudian menjadi identitas suatu kelompok masyarakat atau suku bangsa. Kuliner dapat juga dikatakan sebagai salah satu unsur dari budaya yang menunjukkan adanya hubungan sosial antar masyarakat (Utami, 2018:38). Pembuatan kuliner berupa makanan dan minuman dilakukan melalui cara-cara tradisional dengan berbasis pada kearifan lokal, yang terjadi pada awal sejarah kuliner di Nusantara sebelum industrialisasi di Indonesia, oleh karena itu tumbuhnya perajin-perajin makanan dan minuman sangat lekat dengan kehidupan yang bergantung pada kearifan lokal serta cara hidup mereka yang lebih banyak bergantung dengan kebaikan-kebaikan dari alam.

Cara hidup manusia yang bergantung pada alam juga mempengaruhi jenis makanan yang dijadikan manusia sebagai kebutuhan makannya, kebutuhan makan merupakan naluri mahluk hidup, seperti halnya manusia, namun mengenai jenis makanan apa yang layak dimakan dan yang tidak layak, cara mengolah makanan, menyajikan, fungsi dan makna makanan merupakan suatu kebudayaan (Hamdat, 2010:93).

Makanan adalah suatu bahan yang dapat dikonsumsi oleh makhluk hidup untuk menjaga kelangsungan hidup. Makanan merupakan kebutuhan pokok dan mendasar yang harus dipenuhi. Awalnya manusia hanya memanfaatkan bahan makanan yang tersedia di alam dan langsung memakannya tanpa mengolah, bermaksud untuk merasa kenyang atau bertahan hidup saja. Hal tersebut dijelaskan pula oleh Rahman (2016:4) bahwa pada fase kehidupan paling purba manusia, makan hanya sekedar untuk merasa kenyang atau bertahan hidup dan tidak ada pengelolaan atas makanannya.

Seiring perkembangan manusia (biologis dan kultural) yang sangat panjang, makanan terus mengalami proses perkembangan, tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan lapar (naluri alamiah), tetapi melingkupi kebutuhan lainnya seperti *lifestyle* (gaya hidup), *fashion* (mode), sakral (ritus) dan berbagai hal yang lain yang syarat makna. Makna muncul salah satunya dari representasi nama makanan itu sendiri, walaupun banyak makna yang juga ditafsirkan dari bahan-bahan dasarnya.

Pisang menjadi salah satu tumbuhan yang telah dimanfaatkan sejak lama di Sulawesi Selatan. Melimpahnya tumbuhan ini, juga relatif mudah tumbuh di dataran Sulawesi Selatan mengakibatkan pemanfaatannya cukup masif. Hal ini dapat dibuktikan dengan maraknya makanan khas Sulawesi Selatan berbahan dasar pisang, seperti *Barongko*, *Pisang Epe'*, *Sanggara' Balanda*, *Es Pisang Ijo*,

Pisang Goreng (dengan tepug), dan beberapa makanan berbahan dasar pisang lainnya.

Makanan tradisional seperti di atas kini mengalami perkembangan inovasi melalui berbagai kreatifitas manusia khususnya di Kota Makassar. Pertumbuhan ekonomi kreatif (Howkins, 2001), seperti hadirnya sosial media dan aktifitas promosi melalui jasa pengantaran online (*Go Food* dan *Grab Food*) menjadikan makanan kreasi ini lebih mudah dikenal dan persebarannya semakin cepat. Nama-nama merek seperti Nugget Fried Banna Pattarani, Pisang Goreng Kipas 89 Batua, Pisang Goreng Gepeng, GogoCrispy, D&N Banna Nugget, Ana Banna, Sweet Banana Makassar, Browcyl (Banana Brownies Typical) Pattarani, Banana Zoo, Jolis Banana Roll, Banana Bread, Bances (Banana 'Inces') Makassar, Banana Onana, Big Bananas Hertasning, Banana Chichips, Banana Rong Makassar, Bozz Banana Makassar, dan lain-lain, begitu meramaikan kuliner baru Kota Makassar.

Kuliner merupakan salah satu dari lima belas subsektor di dalam ekonomi kreatif, merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen (Lazuardi dan Triady, 2015). Oleh karena itu, industri kuliner atau

pengolahan makanan menjadi konsentrasi pembangunan masyarakat oleh pemerintah yang dinilai cukup potensial.

Usaha menginovasi makanan tradisional berbahan dasar pisang di Kota Makassar tidak lepas dari perkembangan ekonomi kreatif. Upaya menciptakan usaha untuk mencapai keuntungan yang tinggi ditempuh dengan melihat peluang besar pada pisang, sebagai bahan baku makanan yang sudah sejak lama dimanfaatkan oleh masyarakat. Sehingga ketika dikreasikan menjadi berbagai jenis makanan kekinian sifatnya lebih mudah diterima pasar. Dikemas dengan gaya terbaru agar lebih mudah diterima sesuai kondisi zaman. Di beberapa kasus pisang goreng misalnya dipadukan dengan *topping* coklat, keju, *green tea*, *tiramisu*, atau selai dari beri-berian.

Merespon kondisi perubahan yang makin cepat pada makanan berbahan pisang dan inovasinya di Kota Makassar ini, sehingga penelitian antropologis ini dianggap perlu untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai segmentasi pasar dan strategi pemasaran, penelitian ini akan menekankan pada kedua fokus tersebut di makassar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, masalah yang diidentifikasi dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan berikut:

1. Bagaimana selera pasar bisnis kuliner berbahan pisang di Kota Makassar?
2. Bagaimana respon pelaku bisnis kuliner berbahan pisang terhadap selera pasar?
3. Bagaimana strategi pemasaran pelaku bisnis kuliner berbahan pisang di Kota Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Berpedoman pada rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Menggambarkan selera pasar bisnis kuliner berbahan pisang di Kota Makassar.
2. Menggambarkan respon kreatif pelaku bisnis kuliner berbahan pisang terhadap selera pasar.
3. Menggambarkan strategi pemasaran pelaku bisnis kuliner berbahan pisang di Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman terkait bisnis kuliner dan mampu berkontribusi terhadap disiplin ilmu Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rekomendasi bagi mereka bagi mereka yang ingin membangun bisnis kuliner,

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Makanan

Makanan memiliki banyak arti, dapat berarti sebagai “persiapan, ritual, bau, kondisi sosial, perubahan iklim, serta dimana makanan itu ditabur, dikumpulkan, disusun, dan dimakan adalah bentuk ekspresi budaya dan identitas” (Bentley, 2007:215). Sedangkan menurut Brian Street, budaya merupakan proses aktif dalam pembentukan makna, dengan mengemukakan pemikiran bahwa budaya adalah kata kerja bukan kata benda (*culture is a verb, not a noun*) (Street, 1993: 23-43).

Menurut WHO (World Health Organization), makanan adalah semua substansi yang dibutuhkan oleh tubuh tidak termasuk air, obat-obatan, dan substansi-substansi lain yang digunakan untuk pengobatan. Air tidak termasuk dalam makanan karena merupakan elemen yang vital bagi kehidupan manusia (Chandra, 2006).

Makanan memiliki beberapa fungsi bagi tubuh manusia antara lain (Chandra, 2006): (1) Makanan sebagai sumber energi karena panas dapat dihasilkan dari makanan seperti juga energi; (2) Makanan sebagai zat pembangun karena makanan berguna untuk membangun jaringan tubuh yang baru, memelihara, dan memperbaiki jaringan tubuh yang sudah tua; (3) Makanan sebagai zat pengatur karena

makanan turut serta mengatur proses alami, kimia, dan proses faal dalam tubuh.

Beberapa antropolog mempercayai bahwa kegiatan memasak sudah ada sejak 250 ribu tahun lalu pada saat tungku pertama kali ditemukan. Secara bahasa, kuliner diserap dari bahasa Inggris, *culinary* yang memiliki arti sebagai sesuatu yang digunakan dalam memasak atau berkaitan dengan memasak (Lazuardi dan Triady, 2015: 4).

B. Konsep Makanan Tradisional

Makanan tradisional atau makanan lokal merupakan salah satu identitas suatu kelompok masyarakat yang sangat mudah untuk ditemukan dan mudah untuk dikenali. Setiap wilayah di Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang menjadi ciri khas atau identitas daerah tersebut. Makanan tradisional atau kuliner lokal adalah jenis makanan yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi (Jordana, 2000 dalam Pieniak, dkk. 2009).

Menurut Guerrero (2009), makanan tradisional atau kuliner lokal adalah produk makanan yang sering dikonsumsi oleh suatu kelompok masyarakat atau dihidangkan dalam perayaan dan waktu tertentu, diwariskan dari generasi ke generasi, dibuat sesuai dengan resep secara turun-temurun, dibuat tanpa atau dengan sedikit

rekayasa, dan memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan kuliner daerah lain. Makanan tradisional artinya dapat dikatakan sebagai identitas lokal karena keberadaannya yang menjadi bagian dari budaya masyarakat, seperti tata cara tertentu dalam mengolah bahan makanannya, perannya dalam budaya masyarakat dan tata perayaan, serta resep yang terjaga secara turun-temurun.

Makanan tradisional juga dapat didefinisikan sebagai makanan umum yang biasa dikonsumsi sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang sesuai dengan selera manusia, tidak bertentangan dengan keyakinan agama masyarakat lokal, dan dibuat dari bahan-bahan makanan dan rempah-rempah yang tersedia lokal (Sastroamidjojo, 1995). Almi dkk. (2010) mendefinisikan makanan tradisional sebagai produk makanan yang sering dimakan oleh nenek moyang sampai masyarakat sekarang. Sementara itu Hadisantosa (1993), mendefinisikan makanan tradisional sebagai makanan yang dikonsumsi oleh golongan etnik dan wilayah spesifik, diolah berdasarkan resep yang secara turun temurun. Bahan baku yang digunakan berasal dari daerah setempat sehingga makanan yang dihasilkan juga sesuai dengan selera masyarakat.

Makanan tradisional yang sering disebut dengan kuliner sebenarnya tidak hanya berwujud makanan saja, namun ada minuman. Keanekaragaman pangan merupakan kekayaan budaya Indonesia akan baik untuk menjadi sarana penunjang ketahanan

pangan. Keragaman sumber pangan di Indonesia, menyebabkan makanan tradisional Indonesia juga bervariasi rasa. Di antaranya diolah dari sumber daya alam yang paling dekat ketersedianya dengan masyarakat. Bahan baku seperti pisang merupakan bahan baku paling populer dan paling mudah dijumpai dalam berbagai ragam makanan tradisional.

C. Konsep Ekonomi Kreatif

Konsep kreatif dalam pembahasan ini merujuk pada 'ekonomi kreatif'. Kreatif sendiri secara independen berarti kemampuan memiliki daya cipta, mempunyai kemampuan untuk menciptakan atau mampu menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun kenyataan yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh Howkins tahun 2001. Pada tahun 1997 Howkins menyadari akan adanya sebuah perubahan industri ekonomi yang berdasar pada kreativitas masyarakat. Ekonomi kreatif adalah gagasan baru sistem ekonomi yang menempatkan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Ide merupakan barang mahal dalam ekonomi kreatif, karena ide-ide yang kreatif inilah yang akan mendorong terciptanya inovasi-inovasi yang kemudian menjadi solusi baru dan produk baru, dimana ini merupakan jawaban selama ini atas

masalah minimnya kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Beliau mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai "kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan".

Dimulai pada tahun 2006 di mana mantan presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Untuk mewujudkan Indonesia Kreatif, mulai tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahunnya. Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dari manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis bahan-bahan alam sekarang menjadi berbasis manusia, misalnya dari era pertanian ke era industri dan informasi.

Disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah gagasan baru sistem ekonomi yang menempatkan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Disini ide merupakan barang mahal karena ide-ide yang kreatif inilah yang akan mendorong terciptanya inovasi-inovasi yang kemudian menjadi solusi baru dan produk baru, dimana ini merupakan jawaban selama ini atas masalah minimnya kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh arahan Presiden RI bahwa ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah mengenai meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, antara lain melalui pengembangan ekonomi kreatif dan peningkatan kapasitas inovasi dan teknologi.

Kata kuliner diserap dari bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan masak-memasak atau aktivitas memasak. Istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti seni kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan (Ezizwita dan Sukma, 2021). Kuliner di Indonesia sebenarnya sudah lama menorehkan jejaknya, yakni sebagai bagian dari sejarah perjalanan bangsa ini. Kuliner tidak hanya berbicara tentang makanan, bahan- bahan, dan cara memasaknya, tetapi juga etika di meja makan, tata cara menghadirkan makanan, hingga kondisi dapur. Kuliner bisa menjadi

identitas suatu suku, kota, bahkan bangsa. Dalam perjalanannya, kuliner terkadang dijadikan alat untuk menilai status sosial seseorang. Kuliner pun bisa bercerita tentang sejarah peradaban dan menjadi salah satu daya tarik pariwisata. Lewat kuliner, kita bisa bercerita mengenai panjang lebar tentang keindonesian kita.

D. Konsep Perubahan Budaya

Para ahli kemasyarakatan telah mengemukakan berbagai teori tentang perubahan sosial, namun karena demikian kompleksnya kehidupan manusia, teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli tidak pernah sampai pada simpulan perubahan sosial secara tuntas. Para ahli melihat perubahan sosial dari perspektif yang berbeda-beda, bahkan tidak jarang teori yang satu bertolak belakang dengan teori yang lain. Penelaahan terhadap teori perubahan sosial meliputi berbagai hal yang penting diantaranya, proses dan mekanisme perubahan, dimensi perubahan sosial serta kondisi dan faktor-faktor perubahan sosial. Perubahan Sosial adalah perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi dari bentuk-bentuk masyarakat. Adanya interaksi sosial akan menimbulkan proses sosial di dalam masyarakat.

Secara teoritis dapatlah dikatakan bahwa perubahan sosial mengacu kepada perubahan dalam struktur sosial dan hubungan sosial, sedangkan perubahan kebudayaan mengacu kepada perubahan pola-pola perilaku, termasuk teknologi dan dimensi-dimensi dari ilmu, material dan nonmaterial. Menurut Ogburn (1932)

perubahan sosial meliputi perubahan teknologi yang mengakibatkan perubahan lingkungan material dan mengaturnya, sehingga menimbulkan perubahan atau modifikasi kebiasaan-kebiasan dan lembaga sosial.

Menurut Pujiwati (1986) tidak ada masyarakat yang tidak mempunyai kebudayaan, sebaliknya pula tidak ada kebudayaan yang tidak terjelma dalam suatu masyarakat. Dengan demikian istilah yang lebih lengkap semestinya adalah “perubahan sosial budaya”. Perspektif fungsionalisme struktural dalam sosiologi antropologi pada hakekatnya dilandasi oleh konsepsi-konsepsi yang dikembangkan Emile Durkheim. Menurut Durkheim (dalam Poloma, 1994) masyarakat merupakan keseluruhan organisme yang memiliki realitas sosial. Keseluruhan itu memiliki seperangkat kebutuhan atau fungsi-fungsi tertentu yang harus dipenuhi oleh bagian-bagiannya agar ia tetap eksis dalam keadaan normal dan tetap langgeng.

Khusus dalam bidang antropologi, yang dianggap sebagai peletak dasar dari teori fungsionalisme ini yakni Molinowski dan Radcliffe Brown. Kemudian kedua pendapat tokoh ini dikembangkan dan dimodifikasi oleh seorang muridnya Brown yakni Meyer Fortes.

Perspektif fungsional struktural sebenarnya juga menerangkan masalah perubahan. Perlu melihat pandangan fungsionalisme struktural terhadap perubahan dalam masyarakat. Van den Berghe (dalam Lauer 1993) melihat ciri-ciri umum dari perspektif ini terhadap

perubahan masyarakat adalah sebagai berikut: (1) Masyarakat harus dianalisis secara keseluruhan, secara sistem yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan; (2) Hubungan sebab dan akibat bersifat “jamak dan timbal balik”. (3) Sistem sosial senantiasa berada dalam keadaan “keseimbangan dinamis”, penyesuaian terhadap kekuatan yang menimpa sistem menimbulkan perubahan minimal di dalam sistem itu; (4) Integrasi sempurna tak pernah terwujud, setiap sistem mengalami ketegangan dan penyimpangan namun cenderung dinetralisir melalui institusionalisasi; (5) Perubahan pada dasarnya berlangsung secara lambat, lebih merupakan proses penyesuaian ketimbang revolusioner; (6) Perubahan adalah hasil penyesuaian atas perubahan yang terjadi diluar sistem, pertumbuhan melalui diferensiasi dan melalui penemuan-penemuan internal dan; (7) Masyarakat terintegrasi melalui nilai-nilai bersama.

Hoogvelt (1985) mengungkapkan premis pokok teori struktural fungsional. Pertama; masyarakat adalah suatu sistem yang secara keseluruhan terdiri dari bagian-bagian yang saling tergantung. Kedua; keseluruhan atau sistem yang utuh itu menentukan bagian-bagiannya. Artinya bagian yang satu tak dapat dipahami secara terpisah kecuali dapat memperhatikan hubungan dengan sistem keseluruhan yang lebih luas, dimana bagian-bagian itu meliputi nilai kultural, pranata hukum, pola organisasi kekeluargaan, pranata politik, dan organisasi ekonomi teknologi. Ketiga; bagian-bagian harus dipahami dalam

kaitannya dengan fungsinya terhadap keseimbangan sistem keseluruhan.

Analisis perubahan sosial budaya juga telah dilakukan Pitirin Sorokin (dalam, Sulaiman 1998), mengatakan bahwa jangka panjang pola-pola kebudayaan berubah, proses sejarahnya dan sosial terus menerus mengalami variasi-variasi baru, disertai dengan hal-hal yang sulit diduga dan sulit diramalkan secara keseluruhan, bahkan bersifat unik.

Perubahan sosial kultural dapat dianalisis dari proses interaksi sosial. Misalnya perubahan sosial kultural dipedesaan terjadi karena urbanisasi. Urbanisasi dapat berpengaruh terhadap pergeseran tenaga kerja agraris misalnya ke dalam model pekerjaan sektor informal, maka dengan sendiri akan membuat masyarakat tersebut berubah pula tatanan kehidupannya sebab dalam kehidupan kota misalnya frekuensi interaksi lebih di kedepankan, karena dengan model yang demikian akan membuat masyarakat dapat memahami setiap karakter masing-masing masyarakatnya.

E. Tinjauan Literatur / Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ditha Kharisma Fakhriani Tahun 2015 , Telah melakukan penelitian yang berjudul kajian etnobotani tanaman pisang (*Musa sp*) di desa bulucenrana kecamatan pitu riawa kabupaten sidrap. Penelitian tersebut bertujuan untuk

mengetahui manfaat tanaman pisang yang digunakan oleh masyarakat dalam kegiatan sehari-hari maupun upacara adat. Dalam penelitian tersebut peneliti menemukan bahwa tanaman pisang yang digunakan oleh masyarakat tergantung dari bagian-bagian tanaman tersebut, seperti batang, daun, buah dll. Masyarakat menggunakan tanaman pisang dalam kehidupan sehari-hari sebagai makanan pokok, dan juga beberapa dijadikan kue tradisional jika diadakan upacara-upacara adat. Diantara aktifitas yang biasanya dilakukan, bagian pisang yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah bagian , daun dan batang yang sering kali digunakan pada upacara-upacara adat setempat.

Penelitian kedua yang serupa juga dilakukan oleh Abdillah D, dkk tahun 2015, yang membahas tentang manajemen usaha bisnis pisang goreng nugget. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa manajemen usaha pisang goreng nugget telah berdiri sejak tahun 2010 yang dirintis bersama dan merupakan usaha keluarga yang dibangun menggunakan modal kecil, penelitian tersebut berbicara tentang bagaimana pemilik usaha mengatur bisnis yang telah dijalankan menggunakan sumber daya manusia yang berasal dari keluarga dan beberapa orang yang dikenal, bagaimana pembagian hasil yang dilakukan dan bagaimana membangun bisnis dengan sistem pembagian hasil dikarenakan modal yang digunakan dari keluarga.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nurul ifada arsyad tahun 2013 yang berjudul penjual pisang epe dikota Makassar (Suatu studi antropologi perkotaan) penelitian tersebut menjelaskan tentang faktor yang mempengaruhi pendatang memilih pekerjaan sebagai penjual pisang epe dikota Makassar , terkait bagaimana kondisi kehidupan dan pandangan para penjual pisang mengenai mata pencaharian yang ada di kota Makassar. Dari hasil penelitian , didapatkan bahwa terdapat para penduduk desa yang melakukan urbanisasi dikarenakan adanya ajakan dari keluarga yang juga memilih melakukan urbanisasi yang juga bekerja sebagai penjual epe di Makassar, pekerjaan tersebut kemudian mempengaruhi bagaimana kehidupan mereka . Hal yang membuat mereka harus memilih pekerjaan sebagai penjual pisang epe dikarenakan kurangnya tingkat pendidikan yang mereka miliki membuat mereka kurang bersaing dalam mendapatkan pekerjaan yang dengan status sosial yang lebih tinggi dan akhirnya memilih menjual pisang epe dengan bermodalkan pengalaman yang dimiliki.

Kemudian penelitian terakhir yang serupa adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurul jannah, Tahun 2018. Yang telah melakukan penelitian berjudul Ekonomi Kreatif Sektor Kuliner di Kota Makassar (Transfer pengetahuan kewirausahaan pada bisnis keluarga kuliner coto Makassar). Dari data yang didapatkan penelitian tersebut membahas tentang peran orang tua dalam mendidik anak yang akan

dijadikan sebagai penerus usaha coto makassar yang dilihat dari transfer pengetahuan yang dilakukan, dari hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah orang tua yang merupakan informan dalam penelitian ini telah menurunkan pengetahuan yang dimiliki di kepada anak sejak kecil , sang anak diajak terlibat dalam setiap aktivitas yang dilakukan sehingga mereka mendapatkan pengalaman terkait usaha tersebut.

Penelitian diatas merupakan penelitian serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait usaha bisnis kreatif kuliner berbahan pisang di kota Makassar . penelitian diatas sama-sama membahas tentang usaha – usaha yang ada di kota Makassar, berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti terkait respon para pelaku usaha bisnis kreatif terkait kuliner berbahan dasar pisang di kota Makassar. Penelitian ini membahas tentang bagaimana respon para pelaku usaha terkait bagaimana mereka memandang minat pasar terkait kuliner berbahan pisang yang ada dikota Makassar , bagaimana respon yang terjadi setelah melihat dan mengetahui minat tersebut yang kemudian membuat para pelaku menjalankan bisnis kuliner berbahan pisang di kota Makassar.