

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi menciptakan keadaan yang beraneka ragam di suatu tempat dan banyak aspek kebudayaan dari wilayah lain yang dapat mempengaruhi kondisi kebudayaan yang sudah ada dan juga aspek budaya lainnya antar negara. Adanya globalisasi ini menyebabkan berbagai budaya dari berbagai negeri yang ada di dunia masuk ke Indonesia, sehingga menjadikan kebudayaan asli dari Indonesia menjadi lebih variatif lagi. Sebagai contohnya adalah kedatangan kebudayaan Korea selatan yang disebut sebagai *Hallyu*. *Hallyu* yang dalam bahasa Inggris berarti *Korea Wave* atau disebut sebagai gelombang Korea yang membawakan berbagai kebudayaan populer Korea yaitu kecantikan, *fashion*, makanan, hiburan, dan kebudayaan tradisional dan dapat mempengaruhi negara-negara lain. *Korean Wave* memiliki pengaruh yang sangat besar pada berbagai belahan dunia dan juga menjadi tren di kalangan masyarakat, kalangan yang paling menonjol adalah anak-anak remaja hingga orang tua (Elen et al, 2020).

Popularitas *Korean Wave* di Indonesia semakin terkenal semenjak mudahnya akses untuk masuk ke dalam budaya Indonesia melalui media sosial. Hiburan Korea yang sering dinikmati dan diminati oleh masyarakat yaitu musik (K-Pop) dan drama. Dua hal tersebut merupakan pengaruh yang sangat besar dalam persebaran *Korean Wave*, sehingga mampu menarik minat masyarakat Indonesia untuk mencari tahu berbagai hal tentang Korea, tidak terkecuali hidangannya (Elen et al, 2020). Salah satu makanan yang sedang populer karena pengaruh dari Korean Wave adalah croffle, yang merupakan perpaduan antara croissant dan waffle yang memiliki tekstur yang garing diluar dan lembut didalam, juga memiliki tekstur yang berlapis. Croffle tercipta pada tahun 2017 dan diciptakan oleh chef Louise Lennox dari Irlandia, croffle pertama kali dikenalkan di sebuah café yang bernama La Petite Boulangerie milik Cuisine de France yang berlokasi di pusat Dublin. Croffle populer di Korea setelah Kang Min-kyung memperkenalkan makanan croffle dan dijadikan sebagai makanan favorit.

Maraknya produk makanan dan restoran Korea di Indonesia, sehingga banyak pelaku pengusaha yang mulai melakukan bisnis ini karena memiliki peluang bisnis yang menguntungkan, dikarenakan masyarakat memiliki minat yang tinggi terhadap produk-produk *Korean Wave*, termasuk produk makanan. Sebagai contoh makanan yang sedang diminati di masyarakat yaitu Croffle, banyak masyarakat dari usia remaja hingga dewasa dan juga dari kalangan laki-laki maupun perempuan berebut ingin mencoba croffle. Croffle termasuk dalam kategori pastry dan bentuk adonan sebelum menjadi croffle adalah croissant. Croffle dimasak menggunakan alat cetak untuk waffle, croffle memiliki cita rasa yang manis dan tekstur yang renyah diluar dan lembut di dalam. Croffle dimasak menggunakan alat cetak untuk waffle, croffle memiliki cita rasa yang manis dan tekstur yang renyah diluar dan lembut di dalam. Croffle saat cocok untuk dijadikan makanan pendamping dengan minuman teh maupun kopi. Croffle juga bisa diminati oleh semua kalangan laki-laki dan perempuan terutama pada dewasa awal. Pada saat croffle di kenalkan kepada masyarakat, banyak sekali yang tertarik untuk mencoba croffle dan mereka antusias dalam membeli croffle. Dikarenakan croffle merupakan makanan yang unik bagi masyarakat dan juga memiliki aroma yang khas, yang membuat orang ingin mencobanya.

Di zaman ini banyak produk baru yang sedang dipasarkan, biasanya orang dewasa lebih tau dikarenakan anak dewasa lebih banyak beraktifitas diluar rumah dan juga lebih banyak menghabiskan waktu dengan media (seperti handphone) (Laras & Lilik, 2018). Penelitian Tarabashkina (2013) mendapatkan bahwa orang dewasa yang menghabiskan waktu dengan media sosial dapat memperlihatkan motivasi sosial yang tinggi terhadap pengetahuan tentang produk, konsumsi dan simbol sosial. Dalam keputusan pemilihan makanan sikap dan perilaku dapat berbeda pada setiap orang dan gender. Umur dewasa awal dimulai dari usia 21-36 tahun, pada masa dewasa awal ditandai dengan usia yang produktif, memiliki ide yang kreatif, komitmen, perubahan nilai, dan penyesuaian diri dengan kehidupan. Perubahan pada dewasa awal juga mempengaruhi perubahan komposisi tubuh dan kebutuhan energi. Pengetahuan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi asupan makan dari seseorang. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pendidikan, sosial budaya, lingkungan, ekonomi, dan pengalaman (Rizki & Apoina, 2013). Dewasa awal merupakan masa peralihan

dari masa remaja yang ditandai dengan pencarian jati diri atau identitas diri, lebih mandiri dari segi ekonomi, kebebasan diri, dan pandangan masa depan (Puspita, 2021). Pada saat dewasa awal akan ada perubahan-perubahan fisik dan psikologis, dan dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dan harapan-harapan sosial baru.

Pada perbedaan istilah feminine dan maskulin yang menjadikan adanya istilah dari stereotipe gender, stereotipe gender merupakan sifat-sifat yang dimiliki oleh perempuan maupun laki-laki dalam individu dan juga memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam keputusan pembelian produk, laki-laki dan perempuan dipengaruhi oleh iklan, sosial, keluarga, teman, dan juga pasangan. Selain dalam keputusan pembelian produk juga pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumsi juga dapat berpengaruh. Makanan merupakan salah satu bagian dari budaya yang memiliki nilai simbolik dari suatu masyarakat tertentu, makanan juga berhubungan erat dengan kehidupan seseorang. Ketika seseorang mengonsumsi makanan bersama dengan orang lain atau di hadapan orang lain akan memungkinkan mempengaruhi cara kita mengonsumsi jenis makanan. Perlu diadakan suatu penelitian yang mengkaji tentang masalah pada stereotype gender pada pengetahuan produk, sikap dan perilaku konsumsi croffle pada dewasa awal. Dikarenakan pada setiap gender memiliki karakter masing-masing dalam pemilihan makanan dan sikap. Dan juga pengaruh dari pendidikan pekerjaan juga mempengaruhi dalam pengetahuan produk. Biasanya perempuan lebih teliti dalam memilih makanan, sedangkan laki-laki lebih memilih makanan yang simple. Penelitian ini dilakukan di daerah Semarang, Jawa Tengah, dengan tempat penelitian di Dear Butter Semarang.

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Lokasi Penelitian

Kota Semarang terletak di daerah di Jawa Tengah dan merupakan kota besar yang sangat strategis. Kota Semarang terbagi dalam 16 wilayah kecamatan dan 177 kelurahan. Luas wilayah kota Semarang tercatat 373,70 Km². Berdasarkan hasil sensus penduduk pada tahun 2020, jumlah penduduk Kota Semarang tercatat sebesar 1.653.524 jiwa dengan laki-laki sebanyak 818.441 jiwa dan perempuan 835.083. Kepadatan penduduk cenderung naik seiring dengan kenaikan jumlah penduduk. Dan penyebaran penduduk di Semarang di masing-masing kecamatan belum merata (BPS, 2021).

Pada lokasi penelitian di tempat Dear Butter yang berada pada jalan MT. Haryono No 582, Sarirejo, kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang. Dear butter dibuka pada bulan Mei 2021, menjual makanan croffle. Jam buka dari Dear Butter dari jam 09.00-21.00, hanya melayani takeaway tidak melayani makan di tempat, juga pembayaran hanya menggunakan Qris (M-banking, Ovo, Shopeepay, link, jenius, Gopay) dan juga tersedia secara online di Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Karyawan di Dear Butter ada 7 orang, yang dibagi menjadi 2 shift pagi dan shift siang.

1.2.2. *Streotipe gender*

Stereotipe merupakan gambaran yang ada dalam pikiran orang tentang sifat khas dari suatu kelompok dan etnis khusus. Stereotip dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: budaya, gender, dan status sosial. Steretip adalah keyakinan-keyakinan yang dipegang secara luas bahwa seseorang memiliki ciri-ciri tertentu yang disebabkan oleh keanggotaan mereka dalam suatu kelompok tertentu. Gender mengarah pada bagaimana seseorang memandang dirinya sebagai maskulin atau feminine yang dipengaruhi pada konsep budaya, sosial, dan struktur masyarakat. Konsep Gender membedakan karakteristik antara pria dan perempuan secara sosial budaya.

Steotipe gender adalah sifat-sifat yang diyakini dimiliki oleh perempuan dan laki-laki, yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik seperti laki-laki memiliki sifat maskulinitas dan perempuan memiliki sifat feminitas. Tugas wanita biasanya memasak, mengurus rumah tangga, dan perempuan diyakini sebagai wujud cinta terhadap keluarga. Sedangkan laki-laki lebih memiliki rasa bertanggung jawab dan pekerja keras. Stereotipe gender tidak bisa melepaskan diri dari apa yang dinamakan peran gender. Karena peran gender merupakan harapan agar orang berperan sesuai dengan jenis kemalainnya, seperti laki-laki memiliki perilaku maskulin sedangkan perempuan memiliki perilaku yang feminine. Dalam ideologi gender, pada laki-laki dan perempuan memegang peran tertentu, yaitu perempuan merupakan individu yang lembut, sabar, dan tidak boleh menentang laki-laki, sedangkan laki-laki merupakan sosok individu yang kuat, tegar dan menjadi pemimpin perempuan. Hal tersebut tidak bisa dilepaskan dari faktor sosial dan budaya.

Pemilihan makanan pada setiap orang didasarkan pada banyak faktor yang mempengaruhi pada setiap individu. Dalam pemilihan makan wanita dan laki-laki memiliki respon yang berbeda, faktanya adalah ada penelitian yang melaporkan bahwa wanita lebih banyak memilih banyak variasi makanan, memiliki pengetahuan yang lebih baik pada makanan dan nutrisi, dan juga memiliki banyak aktivitas dibandingkan laki-laki (Valerio, 2017). Perbedaan gender dalam mengkonsumsi makanan terkait dengan norma-norma sosial dan keyakinan budaya dan juga perilaku konsumsi. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dalam pemilihan makanan adalah pendidikan, tempat tinggal, kepercayaan pada budaya dan sosial. Dalam penelitian Rita (2016) menyatakan bahwa wanita lebih sulit dalam menentukan pilihan bila diberikan dua atau lebih pada produk tertentu, karena wanita memikirkan banyak hal mengenai produk yang akan dipilih sedangkan laki-laki memiliki pemikiran yang lebih sederhana dalam pemilihan produk dan tidak memusingkan harga, warna, dan kemasan. Sama seperti memilih makanan seperti croffle apakah wanita lebih menyukai dari rasanya, apa karena hanya ingin mencobanya saja. Apakah juga consumer dari laki-laki maupun perempuan tidak mementingkan harga, tetapi mereka mementingkan kualitas dan rasa yang didapatkan. Contoh dari pemilihan makanan yang berbeda pada setiap gender adalah biasanya laki-laki memiliki label yang maskulin memilih makanan yang berasal dari produk hewani,

sedangkan wanita yang lebih feminin memilih makanan seperti sayur dan buah (Simone et al, 2013). Biasanya dalam pemilihan makan dalam pengetahuan produk dan komposisi wanita lebih teliti dibandingkan laki-laki. Dalam menentukan pilihan makanan wanita dan laki-laki memiliki sikap, penilaian dan perilaku yang berbeda. Seperti wanita lebih memperhatikan postur tubuhnya sedangkan laki-laki, karena perempuan memiliki pengetahuan yang lebih tentang pangan dan lebih banyak terlibat dengan pekerjaan rumah tangga (Simone et al, 2013).

1.2.3. Dewasa awal

Istilah adult berasal dari bahasa latin yang berarti “tumbuh menjadi kedewasaan”. Akan tetapi, kata adult merupakan bentuk lampau dari kata kerja adultus yang diartikan sebagai “telah tumbuh menjadi kekuatan dan ukuran yang sempurna” atau “telah menjadi dewasa”. Oleh karena itu, orang dewasa merupakan individu yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan sudah siap menerima kedudukan dalam masyarakat bersama dengan orang dewasa lainnya. Setiap kebudayaan membuat perbedaan usia kapan seseorang harus dikatakan dewasa secara resmi. Pada sebagian besar di kebudayaan kuno, status dewasa bisa didapatkan apabila pertumbuhan pubertas sudah selesai atau hampir selesai dan organ kelamn anak telah berkembang dan mampu memproduksi.

Dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Masa peralihan dari masa mandiri baik dari ekonomi, kebebasan menentukan diri, dan pandangan masa depan lebih realistis. Secara umum orang dikatakan sebagai orang dewasa awal menginjak usia 21 tahun, masa dewasa awal merupakan istilah yang digunakan untuk menunjuk masa transisi dari remaja menuju dewasa. Transisi dari masa remaja menuju masa dewasa diwarnai dengan perubahan yang berkesinambungan. Masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun. Pada saat dewasa awal akan ada perubahan-perubahan fisik dan psikologis, dan dewasa awal merupakan periode penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dan harapan-harapan sosial baru. Dewasa awal merupakan masa transisi dari secara fisik, peran sosial, intelektual dan psikologis yang

menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif. Pada masa dewasa awal, identitas diri didapatkan sedikit demi sedikit sesuai dengan umur kronologis.

Selama masa dewasa terjadi perubahan-perubahan yang signifikan seperti perubahan fisik dan psikologis yang terjadi pada waktu-waktu yang tidak ditentukan. Masa dewasa biasanya dibagi menjadi beberapa periode yang menunjukkan pada perubahan tersebut, bersama dengan masalah-masalah penyesuaian diri dan tekanan-tekanan berdaya serta harapan yang timbul akibat perubahan tersebut. Dewasa awal adalah masa peralihan dari ketergantungan ke masa mandiri, baik dari segi ekonomi, pandangan tentang masa depan yang lebih realistis dan juga kebebasan menentukan jati diri atau diri sendiri. Tugas perkembangan dari dewasa awal adalah membangun keluarga atau menikah, mendidik dan mengasuh anak, mengelola rumah tangga, membuat hubungan dengan suatu pekerjaan dan memiliki tanggung jawab sebagai warga negara. Dewasa awal merupakan masa permulaan dimana seseorang mulai menjalin hubungan yang secara intim dengan lawan jenisnya.

1.2.4. Croffle

Croffle merupakan perpaduan dari dua menu yaitu *croissant* dan *waffle*, kemudian adonan *croissant* di pres menggunakan alat pemasak dari *waffle*. Croffle pertama kali dibuat oleh koki bernama Irlandia Louise Lennox pada tahun 2017 dan dijual pertama kali di La petite Boulangerie yang terletak di Dublin, croffle merupakan jenis makanan yang dapat disajikan sebagai camilan ataupun dessert. Croffle juga populer di Korea setelah Kang Min-kyung penyanyi asal Korea Selatan memperkenalkan di media sosialnya melalui YouTube dan menyebut croffle merupakan kudapan favoritnya. Setelah dikenalkan di media sosialnya, croffle banyak dicari oleh orang Korea dan juga sekarang croffle sudah banyak ditemukan di berbagai gerai di Korea dan sudah menjadi jajanan kaki lima di Korea. Setelah populer di Korea, kemudian croffle masuk di Indonesia dan makanan yang paling banyak dicari dan juga diminati oleh masyarakat.



Gambar 1. *Croffle*

Sumber: (<https://pergikuliner.com/blog/5-ciri-khas-croffle-autentik-dan-enak-agar-tak-salah-beli>)



Gambar 2. Pemanggang *croffle*

Sumber: (<https://www.jawaranyapedas.com/pasti-jawara/momen-jajan-higienis/croffle-makanan-hits-topping-beragam.html>)

Bahan yang digunakan untuk pembuatan croffle sama dengan cara pembuatan croissant, karena sebelum dicetak di mesin waffle adonan berbentuk croissant. Dalam sekilas croffle hampir mirip dengan waffle, untuk membedakannya dengan cara merasakannya. Biasanya croffle dimakan dengan minuman pendamping yaitu kopi atau teh. Croffle memiliki rasa yang manis, rasa manis didapatkan dari gula pasir yang dibalurkan pada croissant, juga ada rasa gurih atau asin dari butter. Croffle memiliki tekstur yang renyah di luar dan di bagian dalamnya tetap lembut, tidak sama dengan croissant yang cenderung kering. Dengan bahan

utamanya adalah croissant dengan ditambahkan butter dan dimasak menggunakan pan untuk waffle. Setelah croffle dimasak, bisa diberikan topping sesuai selera seperti coklat, blueberry cream cheese, ice cream dan dll. Dalam pembuatan croffle hampir mirip dengan croissant, perbedaan pada pembuatannya terletak pada komposisi pastry fat yang digunakan. Pada pembuatan croffle menggunakan fat sekitar 15-20% saja, sedangkan croissant membutuhkan fat sekitar 30-40%. Dalam berat 67 gram croffle memiliki kalori sebesar 272 dan nutrisi dari croffle yaitu lemak 14 gram, sodium 313 gram, karbohidrat 31 gram, serat 1,7 gram, gula 7,8 gram dan protein 5,5 gram.

1.2.5. Croissant

Croissant merupakan salah satu produk dari pastry yang berbentuk bulan sabit (crescent) ataupun tanduk (horn), teknik pembuatan croissant dengan cara melipat adonan dan memiliki ciri khas yaitu berlapis-lapis. Lapisan yang terbentuk pada adonan dikarenakan adanya shortening yang berada pada masing-masing sisi lapisan pada adonan yang terbentuk pada saat proses pelipatan adonan dan juga dibantu dengan ragi sebagai pengembang (Jaya & Yuke, 2018). Croissant merupakan produk pastry yang seperti bulan sabit, yang terbuat dari campuran (tepung terigu, ragi, telur, susu bubuk, telur, garam dan air) dan juga dilapisi dengan lemak pelapis (roll in fat) yang dilakukan sebelum penggilasan dan melipat adonan dengan menggunakan metode English dan blits.



Gambar 3. *Croissant*

Sumber: (http://jabfoods.com/wp-content/uploads/2014/10/CROISSANT_STRAIGHT_UNBAKED-e1412630465915.jpg)

Bahan-bahan pembuatan croissant yaitu tepung terigu protein tinggi yang memiliki kadar protein 11,4% sampai 14% menggunakan protein tinggi untuk memberikan tekstur yang kenyal dan elastis, bahan paling wajib dalam pembuatan croissant yaitu ragi karena ragi memiliki peran supaya roti mengembang. Ragi dibagi menjadi 3 yaitu ragi basah, ragi aktif kering dan ragi instan. Air berperan untuk mencampur tepung dan bahan lainnya dan juga memiliki fungsi lain yaitu pengontrol suhu. Garam berfungsi sebagai pengontrol pada rasa roti, gula untuk penambah rasa juga membuat roti menjadi warna kecoklatan. Lemak berfungsi untuk pelembut dan pelumas pada adonan roti sehingga gampang dibentuk. Susu dan telur berfungsi untuk meningkatkan nutrisi pada roti dan membuat tekstur remah pada roti dan juga lembut (Ni Putu, 2021).

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumsi atau perilaku konsumendalammengonsumsi produk croffle dari aspek gender, ekonomi, sosial dan penilaian terhadap produk croffle.