

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### 4.1 Profil *Recolte Patisserie* Surabaya



**Gambar 4.1 Interior toko *Recolte Patisserie***

"*Recolte Patisserie*" dalam bahasa Prancis dengan arti "*harvest*" dalam bahasa Inggris memiliki alasan yang signifikan. Pilihan menggunakan bahasa Prancis dipilih karena kue tersebut terkenal di negara Prancis. Usaha ini dimulai pada tahun 2014 dengan beberapa periode *on-off*, kemudian diresmikan secara online pada tahun 2020. Akhirnya, pada tahun 2022, toko fisik dibuka di Kafe *Bluedoors*. *Recolte patisserie* ini memiliki 15 karyawan dan dua pemilik, yaitu Kezia yang bertanggung jawab atas pengelolaan toko dan Fely yang bertugas sebagai dekorator kue sekaligus instruktur untuk melatih karyawan dalam teknik dekorasi kue. Usaha ini berawal dari Kezia, salah satu dari dua pemilik, memiliki hobi membuat kue, ketika Pandemi COVID-19 melanda dan tidak ada kesibukan lain, Kezia memanfaatkan waktu luangnya untuk membuat kue, dan kue-kue buaatannya mendapat sambutan positif dari orang-orang di sekitarnya, Kezia dan mitra bisnisnya memutuskan untuk memperluas usaha mereka tanpa merasa tertekan, memanfaatkan kesempatan ini untuk mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut. Yang membedakan usaha ini adalah dekorasi kue yang tidak hanya lucu, tetapi juga lezat.

#### 4.1.1 Deskripsi Narasumber Penelitian

Untuk mengetahui deskripsi narasumber penelitian seperti nama, umur dan posisinya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.1 Deskripsi narasumber**

<b>Nama</b>	<b>Umur</b>	<b>Posisi / Berapa lama kerja</b>
Kezia	26 Tahun	Pemilik / 10 tahun
Fiana	19 Tahun	Karyawan / lebih dari satu tahun
Angel	22 Tahun	Konsumen toko <i>Recolte</i>
Jessica	21 Tahun	Konsumen toko <i>Recolte</i>
Cindy	22 Tahun	Konsumen toko <i>Recolte</i>
Emily	22 Tahun	Konsumen toko <i>Recolte</i>
Stefanie	22 Tahun	Konsumen toko <i>Recolte</i>

Sumber : Hasil penelitian 2024

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah orang yang peneliti wawancarai adalah 7 orang, yaitu satu pemilik, satu karyawan dan lima konsumen toko kue.

#### 4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini, Peneliti akan menguraikan dan menjelaskan data serta hasil penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah. Informasi yang didapatkan merupakan hasil wawancara dengan informan penelitian, dan hasil dokumentasi dari arsip-arsip dan dokumen penelitian yang berkaitan dengan dekorasi kue di toko kue bernama *Recolte Patisserie* Surabaya. Berikut ini adalah hasil wawancara peneliti dengan informan :

##### 4.2.1 Bagaimana anda melihat peran dekorasi kue dalam menarik perhatian konsumen dalam industri kue?

Untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian ini pada bab satu, beberapa pertanyaan diajukan kepada informan, termasuk pemilik, karyawan dan konsumen *Recolte*.

###### 1) Pemilik *Recolte*, Kezia

Kezia telah menekuni pekerjaannya sebagai pemilik *Recolte patisserie* selama sepuluh tahun. Pemilik *Recolte* menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti :

*“Dekorasi kue menduduki peringkat teratas dalam prioritas kami. Kami memahami bahwa bagi pelanggan, penampilan pertama kue adalah hal yang paling penting. Mereka akan terlebih dahulu tertarik dengan kue yang terlihat menarik sebelum benar-benar mencicipinya. Oleh karena itu, kami menempatkan penekanan besar pada dekorasi kue, karena kami percaya bahwa jika penampilannya tidak menarik, pelanggan mungkin tidak tertarik untuk membeli kue tersebut, bahkan sebelum mencicipinya.”*

2) Karyawan *Recolte*, Fiana

Fiana telah menekuni pekerjaannya sebagai karyawan *Recolte Patisserie* selama lebih satu tahun. Karyawan *Recolte* menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti :

*“Dekorasi kue memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen dalam industri kue. Meskipun rasa kue tetap menjadi faktor utama, dekorasi memberikan daya tarik visual pertama yang penting. Untuk menjawab pertanyaan kedua adalah benar. Itu sangat mempengaruhi sekali karena setiap dekorasi memiliki makna tersendiri seperti mengikuti tren dan tema yang sedang berlangsung (Ramadhan, Paskah, Natal)”*

3) Konsumen *Recolte*, Angel

Apa yang membuat anda tertarik pada kue ketika anda memilih untuk membeli di toko kue tertentu? Pertanyaan khusus ini peneliti sampaikan kepada konsumen toko kue yang bernama Angel, Jessica, Cindy, Emily, & Stefanie dan berikut adalah jawaban yang diberikan oleh Angel :

*“Ya, ketika saya memilih kue dari *Recolte Patisserie*, saya memperhatikan dua hal utama: rasa dan dekorasi. Tentu saja, rasa kue sangat penting bagiku. Tidak hanya itu, ulasan dari pelanggan juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian saya. Saya sering melihat ulasan dan testimoni dari pelanggan lain sebelum memutuskan untuk membeli kue dari *Recolte Patisserie*. Ulasan yang positif tentang rasa dan dekorasi kue selalu membuat saya yakin bahwa saya akan mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan harapan saya. Jadi, bagi saya, kombinasi antara rasa kue yang lezat, dekorasi yang indah, dan ulasan positif dari pelanggan adalah faktor utama yang mempengaruhi pengalaman belanja saya di *Recolte Patisserie*.”*

4) Konsumen *Recolte*, Jessica

Menjawab :

*“Saya tertarik pada bentuk dan rasanya serta penampilan kue ini. Dekorasi yang indah dan kreatif menarik perhatian sehingga membuat saya berpikir rasanya yang lezat memastikan saya kembali untuk membeli lagi.”*

- 5) Konsumen *Recolte*, Cindy

Menjawab :

*“Saya melihat Recolte Patisserie dari FYP Tiktok dan toko kue tersebut menjual kue yang memiliki penampilan atau bentuk yang lucu dan unik, oleh karena itu saya datang ke Recolte Patisserie untuk membeli kue tersebut.”*

- 6) Konsumen *Recolte*, Emily

Menjawab :

*“Ya, saya memilih untuk membeli kue di Recolte Patisserie karena orang menerima kue yang saya memberi suka banget dengan toko kue bernama Recolte Patisserie.”*

- 7) Konsumen *Recolte*, Stefanie

Menjawab :

*“Ya, bagus sehingga saya tertarik membeli kue tersebut.”*

**4.2.2 Berdasarkan pengalaman anda, apa saja preferensi umum konsumen terhadap dekorasi kue? Apakah ada tren tertentu dalam hal tema?**

- 1) Pemilik *Recolte*, Kezia

Menjawab :

*“Kami selalu mengikuti tren dalam dekorasi kue dan menerapkannya dalam tema yang sedang berlangsung, seperti tema Lebaran atau tema-tema lain yang sedang populer. Setelah itu, kami menjaga dekorasi kue tersebut selama satu bulan. Namun, jika dalam satu bulan tersebut tidak ada tema khusus seperti Lebaran, Paskah, atau Valentine, kami mengusung tema khas Recolte yang lucu menurut selera pemilik. Secara umum, rata-rata konsumen kami lebih menyukai dekorasi yang lucu, menarik, dan agak rumit. Selain itu, jika ada pelanggan yang memiliki ulang tahun atau perayaan anniversary, mereka dapat menghubungi kami di Recolte untuk memenuhi permintaan khusus mereka.”*

- 2) Karyawan *Recolte*, Fiana

Menjawab :

*“Preferensi konsumen terhadap bentuk dan warna kue juga sering mengikuti tren yang sedang populer. Misalnya, tren warna pastel atau kue bertema tropis mungkin sedang diminati, dan konsumen cenderung mencari kue yang sesuai dengan tren tersebut.”*

- 3) Konsumen *Recolte*, Angel

Menjawab :

*“Saya pribadi lebih tertarik pada kue dengan dekorasi yang sederhana namun elegan. Karena ketika saya melihat kue-kue dengan dekorasi yang warnanya yang norak, saya cenderung merasa sedikit terganggu.”*

*Bagi saya, kesederhanaan dalam desain kue menunjukkan keanggunan dan memancarkan kesan yang lebih elegan.”*

- 4) Konsumen Recolte, Jessica

Menjawab :

*“Saya sukanya kue yang bagus, indah, dan menarik. Penampilan yang elegan dan dekorasi yang menarik sangat mempengaruhi keputusan saya, karena saya percaya kue harus menggugah selera baik dari segi rasa maupun penampilan.”*

- 5) Konsumen Recolte, Cindy

Menjawab :

*“Pilihan kue saya tergantung pada kebutuhannya. Untuk acara, saya lebih suka kue yang penampilannya indah dan elegan. Untuk makan sendiri, saya suka kue yang sederhana tapi lezat. Sedangkan untuk diberikan kepada orang lain, saya memilih kue yang bentuknya lucu dan unik untuk memberikan kesan yang istimewa.”*

- 6) Konsumen Recolte, Emily

Menjawab :

*“Preferensi saya sangat bergantung pada kesukaan orang yang akan menerima kue tersebut. Saya cenderung memilih kue dengan dekorasi dan rasa yang sesuai dengan selera mereka, baik itu yang elegan dan indah, atau yang lucu dan unik.”*

- 7) Konsumen Recolte, Stefanie

Menjawab :

*“Simpel sesuai dengan kebutuhan, kalau kue ulang tahun jadi dekorasi kue ulang tahun. Kalau kue di kafe, saya pribadi lebih menyukai kue yang tidak terlalu banyak mengandung krim.”*

**4.2.3 Dalam proses menciptakan dekorasi kue yang menarik, apa saja tantangan yang sering dihadapi oleh anda sebagai produsen kue? Bagaimana anda mengatasi tantangan tersebut?**

- 1) Pemilik Recolte, Kezia

Menjawab :

*“Tantangan saya sebagai pemilik adalah berpikir bagaimana cara dekorasi kue kami menarik perhatian konsumen. Saya mengatasi tantangan ini dengan mengikuti tren terkini dan mencari inspirasi dari berbagai sumber, termasuk pinterest dan internet. Selain itu, saya juga mengandalkan kreativitas saya sendiri untuk menghasilkan dekorasi kue yang unik dan menarik”*

- 2) Karyawan Recolte, Fiana

Menjawab :

*“Tantangan yang saya alami saat mendekorasi kue dimana saya harus membuat hiasan dan pola yang memiliki khas, khususnya dalam*

*glaze dan penggunaan semprotan, memang dapat menjadi hal yang menantang. Teknik glaze, terutama dalam pencampuran warna, membutuhkan ketelitian dan keterampilan yang tinggi karena hasil akhirnya sangat dipengaruhi oleh komposisi warna yang tepat. Cara saya menghadapi tantangan tersebut adalah biasa di saat gagal atau salah dalam proses pembuatan hiasan dan pola, saya akan mengulang kembali proses dari awal dan meminimalisir kesalahan dengan menggunakan bahan yang lain.”*

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Peran dekorasi kue dalam menarik perhatian konsumen dalam industri kue**

Dari wawancara para informan, bahwa dekorasi menjadi daya tarik untuk membeli kue. Hal ini disampaikan oleh pemilik yang menyampaikan dekorasi kue memiliki daya tarik visual. Karyawan juga menyampaikan bahwa daya tarik menjadi makna sekaligus menjadi tren untuk membeli kue. Konsumen juga menyampaikan bahwa tidak hanya dekorasi kue tapi ulasan yang positif tentang toko kue bisa menjadi daya tarik untuk semua orang. Strategi pemasaran baik secara tradisional maupun pemasaran secara digital dan memproduksi *puff pastry* dengan dekorasi tampilan kekinian, rasa baru dengan menggunakan teknik pengemasan yang sedang disukai pelanggan (Kurniasih dkk, 2022).

#### **4.3.2 Preferensi konsumen terhadap dekorasi kue**

Dari wawancara informan dengan peneliti, bahwa preferensi konsumen terhadap dekorasi kue cenderung mengikuti tren yang sedang populer. Ada pun pilihan kue konsumen *Recolte* tergantung pada kebutuhannya seperti buat acara atau makan sendiri. Pemilik *Recolte* menekankan pentingnya mengikuti tren dalam dekorasi kue untuk menjaga daya tarik konsumen. Konsumen dengan tingkat ekonomi yang lebih rendah cenderung menyukai warna kue yang cerah (Yusriana dkk, 2017).

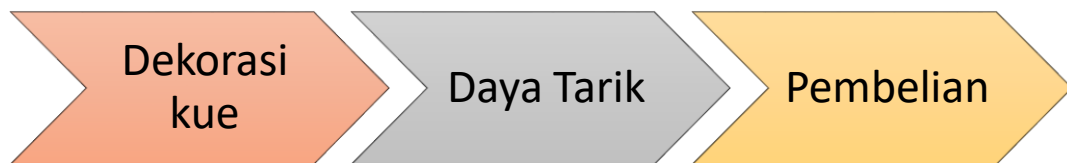
#### **4.3.3 Tantangan yang dihadapi oleh produsen kue dan cara mengatasi tantangan tersebut**

Dari kedua wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa baik pemilik maupun karyawan toko kue menghadapi tantangan yang berbeda namun sama-sama berperan dalam proses menciptakan dekorasi kue yang menarik. Tantangan yang dihadapi adalah dengan bagaimana cara memberikan kepuasan kepada

pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas serta menawarkan harga yang kompetitif agar dapat mempertahankan pangsa pasar. Cara mengatasi tantangan tersebut adalah harus mempunyai strategi yang akan digunakan untuk memberikan kepuasan pelanggan (Santoso, 2021).

#### 4.4 Alur Pembelian

Setelah wawancara, penulis membuat alur pembelian akan membantu pembaca untuk memahami secara visual bagaimana proses membeli dekorasi kue bekerja. Dengan alur pembelian tersebut, pembaca dapat melihat langkah-langkahnya secara langsung dan lebih mudah memahami setiap tahapan dalam proses pembelian dekorasi kue. Adapun alur pembelian kue sebagai berikut :



**Gambar 4.4 Alur Pembelian Kue**

Dekorasi kue memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Konsumen membeli merek yang paling disukai tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian (Kotler & Amstrong, 2008). Dekorasi yang kreatif dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat dapat membuat konsumen merasa tertarik untuk melakukan pembelian.