



Transformasi produk alat masak nasi pada masyarakat Sunda sebagai basis segmentasi pasar

Ghia Tri Jayanti,^{1*} Meita Annisa Nurhutami²

^{1,2} Program Studi Desain Produk Industri, Universitas Pendidikan Indonesia, Tasikmalaya, Indonesia

Abstract

Cooking is a routine in the household to fulfill basic human needs. This study examines the development and changes in cooking activities in Sundanese society, characterized using tools, the cooking process, the efficiency of cooking procedures, and the values adopted in cooking activities. The approach used in this study is an ethnographic design approach and participatory observation. The purpose of this study is to observe changes in rice cooking activities and their transformation in terms of cooking utensils design, cooking process, and cooking habits, as well as their effect on changes in rice cooking design and activities with a case study of traditional houses in Sundanese people. The habits and development of traditional rice cooking utensils and traditional cooking habits and their significant changes in semi-modern and modern products in traditional Sundanese houses in Kampung Naga, Tasikmalaya, West Java were observed in a participatory manner. The findings of changes and developments in culture, habits, processes, and designs on rice cookware products are used as a basis for market segmentation for rice cookware products which are divided into two main market segments which can later be used for the needs of the target users to design products with cultural values, product efficiency, and the value of the product to the user. The two main segments are the home and business segments, which are divided into more specific segments. Specific segments for the home segment are ordinary and extraordinary households. In contrast, the business segment is divided into accommodation providers, food and drink service providers, and other service sectors.

Keywords: *Cooking activity, kitchen design, design ethnography, Sundanese community, rice utensil market segmentation*

Abstrak

Aktivitas memasak merupakan sebuah rutinitas dalam rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Penelitian ini mengkaji perkembangan dan perubahan aktivitas memasak pada masyarakat Sunda yang ditandai pada penggunaan alat, proses memasak, efisiensi tata cara memasak, dan nilai yang dianut pada aktivitas memasak. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan desain etnografi dan observasi partisipatori. Tujuan dari penelitian ini yaitu mencermati perubahan aktivitas memasak nasi dan transformasinya yang ditinjau dari desain alat masak, proses memasak nasi dan kebiasaan memasak, serta pengaruhnya terhadap perubahan desain dan aktivitas memasak nasi dengan studi kasus rumah tradisional pada masyarakat Sunda. Kebiasaan dan perkembangan alat masak nasi tradisional dan kebiasaan masak tradisional dan perubahannya secara nyata pada produk semi modern dan modern pada rumah tradisional Sunda di Kampung Naga, Tasikmalaya, Jawa Barat diobservasi secara partisipatori. Temuan perubahan dan perkembangan budaya, kebiasaan, proses dan rancangan pada produk alat masak nasi digunakan sebagai basis segmentasi pasar produk alat masak nasi yang terbagi menjadi dua segmen pasar utama yang nantinya dapat digunakan untuk kebutuhan sasaran pengguna untuk merancang produk dengan nilai budaya, efisiensi produk, dan nilai produk pada pengguna. Kedua segmen utama tersebut yaitu segmen rumah dan segmen usaha yang dibagi menjadi segmen-segmen yang lebih spesifik. Segmen spesifik untuk segmen rumah yaitu *ordinary* dan *special household*, sementara segmen usaha dibagi menjadi penyedia akomodasi dan penyedia layanan makan dan minum, serta sektor jasa layanan lainnya.

Kata kunci: Alat masak, desain etnografi, masyarakat sunda, segmentasi alat masak nasi

1. Pendahuluan

Masyarakat dan budaya pangan Nusantara khususnya di Pulau Jawa adalah bertani, Populasi dipulau Jawa di dominasi oleh suku Jawa sebesar 70% yang mendiami area tengah dan timur pulau Jawa, kemudian suku Madura 10 %, dan Masyarakat

Sunda 20% di kawasan barat pulau Jawa. Wijaya. S. (2019) Masyarakat Jawa barat, tengah, dan timur umumnya mengonsumsi beras dari padi sebagai makanan pokok dan jagung bagi suku Madura. Padi merupakan tanaman yang tumbuh subur di pulau Jawa. Demografi pulau Jawa memungkinkan untuk

* Corresponding author Tel : +62- 815-1375-7693 ; e-mail : ghiajayanti@upi.edu

menumbuhkan jenis biji-bijian dengan baik varietas unggulannya adalah beras, di samping palawija, umbi-umbian atau jagung. *Rahman. F. (2016)*

Masyarakat Sunda mempunyai semboyan *Tritangtu* Sunda yang merupakan kesatuan organik dan kosmologi antara tempat hunian dan ladang sebagai sumber pangan utama. Ladang merupakan hubungan darah atau pancakaki kekeluargaan, yang merupakan sebuah hubungan sosial antara persatuan, kemampuan ekonomi, kepemilikan tanah, usia, bahkan keseimbangan *gender* di ladang. Nilai kepercayaan dan budaya yang dianut oleh masyarakat Sunda tradisional merupakan dinamika kelompok masyarakat yang dianut oleh warga Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya (Epon Ningrum, 2012)

Memasak merupakan sebuah aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia seperti asupan nutrisi pada tubuhnya. Dalam perkembangan sejarah manusia aktivitas memasak menjadi sebuah gaya hidup yang bertransformasi sebagai kebiasaan manusia, dimana kebiasaan ini tidak hanya meliputi kebutuhan biologi manusia, namun juga menjadi sebuah aktivitas yang berkaitan erat dengan konteks budaya, artefak produk, lingkungan, teknologi, dan keadaan psikologis seseorang. Dalam sebuah tinjauan kebudayaan aktivitas memasak dan makan dapat menjadi sebuah pemahaman pembentukan kebiasaan manusia dalam sebuah masyarakat tertentu.

Secara metodologis dalam sejarah perkembangan dunia, budaya makan dan cara mengolah makanan dapat memperlihatkan kebiasaan (*Habit*). Dalam sebuah penelitian komparatif terdahulu, salah satu fokus dalam penelitian sejarah dunia adalah penelitian mengenai perkembangan proses produksi makanan dan kebiasaan makan. Terutama ketika meneliti proses transisi sebuah produk dan kebiasaan modern.

Penelitian tentang makanan dan masyarakat merupakan salah satu area baru dalam penelitian sejarah dunia, sehingga penelitian baru terkait topik sejarah makanan dan masyarakat perlu ditambahkan untuk meningkatkan jumlah hipotesa yang nantinya dapat membantu penelitian lain dengan skala yang lebih besar.

Penelitian ini memperlihatkan proses transisi perubahan desain alat masak nasi dan aktivitas yang menyertainya.

2. Metode

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif untuk menganalisis transformasi perubahan desain dapur dan produk yang digunakan pada aktivitas memasak masyarakat Sunda tradisional dan modern. Penelitian

ini menggunakan metodologi etnografi desain. Penelitian dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dari kampung Naga, Tasikmalaya, Jawa Barat sebagai studi kasus masyarakat tradisional Sunda dan dua keluarga di Kota Bandung sebagai *sample* keluarga guna mengetahui aspek sociohistorical dalam sebuah produk (Fassi, D., Meroni, A. and Simeone, G, 2013). Data yang didapatkan diolah dengan menggunakan metode analisis komponensial terhadap aspek-aspek yang berpengaruh pada perkembangan aktivitas memasak dan dampaknya pada segmentasi pasar.

Pendekatan antropologi umumnya digunakan untuk meneliti dan menginterpretasikan pemahaman sosiokultural. Penelitian antropologi bersifat holistik dengan etnografi sebagai alat utama dalam penelitian antropologi. Pada penelitian ini metode etnografi yang digunakan adalah adopsi dari penelitian antropologi klasik yang disebut sebagai etnografi desain. Metodologi ini membantu peneliti untuk mencari data secara langsung dari studi kasus di Kampung Naga Jawa Barat. Sedangkan pengumpulan datanya menggunakan metode observasi partisipatoris. Peneliti melakukan studi lapangan di Kampung Naga Jawa Barat dan rumah modern di Kota Bandung. Observasi dilakukan dengan cara melakukan aktivitas dan wawancara bersama narasumber *keyperson* untuk mendapatkan data proses memasak, alat masak yang digunakan dan alur aktivitas memasak masyarakat Sunda. Proses pengumpulan data melalui pengamatan dan pengalaman secara nyata yang dialami peneliti pada lokasi, subjek dan objek yang diteliti.

3. Hasil dan pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, terdapat tiga kategori alat masak nasi yaitu alat masak tradisional, alat masak semi tradisional, dan alat masak nasi modern. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, masing-masing kategori membutuhkan jumlah kelengkapan alat untuk proses menanak nasi. Selain itu, ketiga kategori tersebut dibedakan berdasarkan material alat masak nasi, energi utama yang digunakan dalam memasak nasi, cara memproduksi alat masak nasi, dan nilai alat masak nasi.

Selain dilihat dari kategori alat masak nasi, cara masak nasi pada masyarakat Sunda dianalisis untuk mengetahui perkembangan cara memasak nasi secara tradisional, semi tradisional, dan cara memasak nasi modern. Analisis komponensial cara memasak nasi pada masyarakat Sunda ini dilihat dari tahap yang dilakukan serta durasi memasak nasi, seperti yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1
Analisis komponensial alat masak nasi pada Masyarakat Sunda

Alat Masak Nasi tradisional	Alat Masak Nasi Semi Tradisional	Alat Masak Nasi Modern
1. Membutuhkan 11 alat masak untuk proses menanak nasi	1. Membutuhkan 6 alat masak untuk proses menanak nasi	1. Membutuhkan 1 alat masak untuk proses menanak nasi
Material Alat Masak Tradisional	Material Alat Masak Semi Tradisional	Material Alat Masak Modern
1. Kayu 2. Bambu 3. Logam (besi dan seng) 4. Rotan (Namun tidak terlalu sering digunakan Masyarakat Sunda)	1. Logam (besi aluminium, <i>Stainlees</i>) 2. Plastik 3. Kayu 4. bambu	1. Logam (besi aluminium, <i>Stainlees</i>) 2. plastik
Energi Utama Untuk memasak dengan Alat Masak Tradisional	Energi Utama Untuk memasak dengan Alat Masak Semi Tradisional	Energi Utama Untuk memasak dengan Alat Masak Tradisional
1. Kayu bakar 2. Sabut Kelapa 3. Minyak Tanah	1. Gas LPG	1. Listrik
Produksi Alat Masak Tradisional	Proses Produksi Alat Masak Tradisional	Proses Produksi Alat Masak Tradisional
1. Buatan Tangan 2. Dibuat sendiri atau pengrajin di sekitar tempat tinggal 3. Jumlah produksi terbatas	1. Buatan Pabrik 2. Dibuat dengan mesin 3. Jumlah banyak tinggal 4. Beberapa alat masih dibuat dengan tangan	1. Buatan Pabrik 2. Dibuat dengan mesin
Nilai Alat Masak Nasi Tradisional	Nilai Alat Masak Nasi Semi-Tradisional	Nilai Alat Masak Nasi modern
1. Sebagai nilai dan simbol kepercayaan yang dianut dalam keluarga 2. Produk menjadi warisan dalam keluarga 3. Fungsi alat dalam pemenuhan kebutuhan pangan utama	1. Fungsi produk sebagai alat masak	2. Fungsi produk sebagai alat

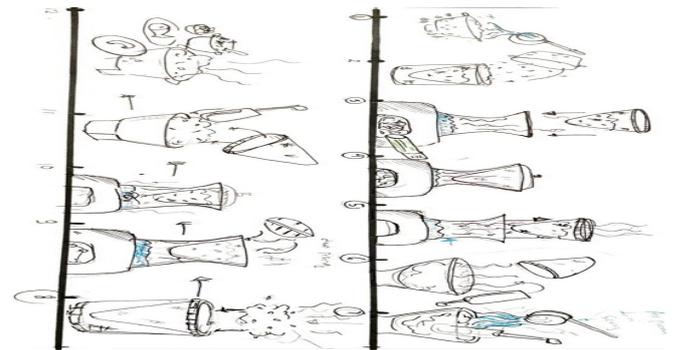
^a Sumber dari Penulis

Aktivitas memasak nasi tradisional yang ditemukan di rumah tradisional Kampung Naga adalah teknik memasak nasi dengan cara dikukus. Dalam kebudayaan Sunda tradisional, beras adalah benda sakral sehingga posisinya harus disimpan secara menggantung, kepercayaan ini adalah salah satu tradisi yang menyebabkan bentuk kukusan atau dalam bahasa Sunda disebut *seeng* memiliki kedudukan untuk

Tabel 2
Analisis komponensial cara masak nasi pada Masyarakat Sunda

Cara Masak Nasi tradisional	Cara Masak Nasi Semi Tradisional	Cara Masak Nasi Modern
1. Memiliki 21 langkah memasak nasi dengan cara dikukus	1. Memiliki 12 langkah memasak nasi dengan cara dikukus	1. Langkah masak nasi menjadi 8 langkah dengan menggunakan <i>rice cooker</i>
2. Durasi memasak 60-120 menit	2. Durasi memasak 40-60 menit	2. Durasi memasak 15-30 menit

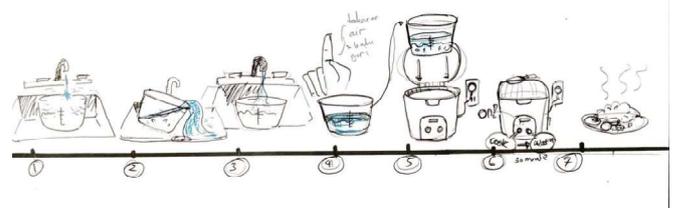
^b Sumber dari Penulis



Gambar 1. Alur aktivitas memasak dapur tradisional

menyimpan aseupan (wadah segitiga dari bambu untuk mengukus beras) sebagai wadah beras agar posisi masaknya dalam keadaan “melayang”.

Dalam perkembangannya teknik memasak Nasi dengan cara kukus berubah menjadi teknik memasak dengan cara direbus seperti kebiasaan makan *ngaliwet* orang Sunda. Teknik memasak lainnya adalah *ngaron* atau proses merebus kemudian mengukus beras untuk mempercepat waktu memasak. Teknik memasak ini tetap menjaga nutrisi dan kandungan dari beras. Serta penggunaan energi yang lebih efisien untuk memasak dengan teknik tradisional. Secara garis besar proses memasak dengan cara tradisional dapat membuat biaya listrik lebih ekonomis selain itu teknik memasak nasi tradisional tetap menjaga nasi lebih sehat karena kadar karbohidrat dalam nasi lebih rendah, karena kadar karbohidrat dan gula yang lebih rendah dalam nasi sehingga waktu penyimpanan nasi lebih awet (Indah & Putri, 2020).



Gambar 8. Ilustrasi proses memasak nasi modern



Gambar 9. Ilustrasi perubahan alat masak dan aktivitas memasak nasi

Alur aktivitas memasak di dapur modern tradisional

Perubahan langkah memasak pada rice cooker atau alat masak nasi modern lebih ringkas dan praktis. Energi yang digunakan untuk memasak beralih dari api ke listrik sehingga proses masak nasi menjadi otomatis dan cepat. Sistem masak nasi dengan cara rebus pada alat rice cooker adalah adaptasi dari cara masak nasi di Jepang Brown. A. (2012).

Perubahan yang terjadi pada desain dapur, perkakas dan aktivitas memasak nasi dipengaruhi oleh kolonialisasi yang mengubah dapur lesehan menjadi desain dapur dengan meja dan kompor yang lebih tinggi. Selain itu pengaruh kebiasaan cara masak dan kenyamanan pada produk yang digunakan mempengaruhi pilihan produk untuk kepraktisan dan meminimalisir keluhan saat proses memasak (Mulyono, 2009). Pengaruh temuan teknologi, ergonomi, kenyamanan produk dan modernisasi dari produk yang tersedia di pasaran mempengaruhi perubahan aktivitas memasak masyarakat Sunda.

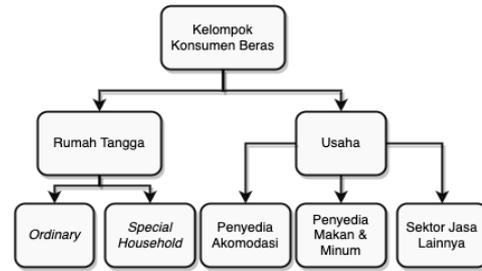
Sebagai aktivitas yang umum dilakukan oleh masyarakat di benua Asia, khususnya di Indonesia, memasak nasi merupakan rutinitas yang dilakukan sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia (Insani, 2022). Pada aktivitas yang rutin dilakukan ini, manusia tentu memerlukan alat pendukung seperti alat masak nasi yang merupakan produk dengan potensi penjualan yang tinggi di Indonesia.

Tabel 3.

Volume konsumsi beras berdasarkan kelompok konsumen, 2011

Kelompok Konsumen Beras	Volume Konsumsi (ton)
Rumah Tangga	21,500,000
Jasa Akomodasi Hotel	23,100
Jasa Penyedia Makan dan Minum	4,490,000
Sektor Lainnya (wisata, pemerintah, kesehatan)	33,6500
Total	26,046,750

Sumber: Kajian Konsumsi dan Cadangan Beras Nasional 2011



Gambar 10. Gambar segmen pasar utama produk alat memasak nasi

Berdasarkan Kajian Konsumsi dan Cadangan Beras Nasional (2011), total volume konsumsi beras di Indonesia pada tahun 2011 sebesar 26 juta ton. Konsumen beras nasional ini dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu kelompok konsumen rumah tangga dan konsumen usaha yang bergerak di bidang jasa. Dari data volume konsumsi tersebut terlihat bahwa produk nasi yang merupakan olahan bahan pangan beras memiliki pangsa pasar yang besar dimana konsumen beras tertinggi adalah kelompok rumah tangga, disusul oleh jasa penyedia makan dan minuman yang termasuk pada kelompok konsumen usaha jasa.

Jumlah konsumen beras ini dibagi ke dalam dua kelompok besar yaitu rumah tangga dan usaha, dimana pada masing-masing kelompok tersebut terpecah menjadi beberapa kelompok kecil. Kelompok konsumen rumah tangga dibagi menjadi dua jenis yaitu *ordinary* dan *special household* berdasarkan pengelola dapurnya. Kelompok rumah tangga *ordinary* adalah konsumen beras dimana pengelola dapur hanya 1 orang, termasuk rumah tinggal pribadi, kost atau sewa kamar. Sementara kelompok *special household* merupakan konsumen dimana dapur dikelola oleh sekelompok orang seperti yayasan atau lembaga masyarakat, contohnya asrama, panti, dan rumah tahanan.

Jumlah konsumsi beras tertinggi kedua setelah konsumsi kelompok konsumen rumah tangga yaitu konsumsi usaha jasa yang terbagi menjadi tiga kelompok kecil, jasa akomodasi, jasa penyedia makanan, dan sektor jasa lainnya. Jenis usaha yang termasuk pada kelompok jasa akomodasi yaitu hotel, pondok wisata, penginapan, bumi perkemahan, persinggahan *caravan* (Adriansyah, 2021). Sementara yang termasuk pada kategori usaha kegiatan penyedia makan dan minum adalah restoran, warung makan, kedai makan, jasa boga untuk *event* tertentu, penyedia makanan keliling. Sektor jasa lainnya yang menjadi konsumen beras yaitu sektor wisata, kesehatan dan pemerintahan dengan volume konsumsi beras sebesar 33,6500 ton per tahun 2011.

Adanya kelompok konsumen tersebut menunjukkan bahwa segmen produk nasi pun

bervariasi meskipun produknya sendiri hanya olahan beras. Maka, segmentasi alat masak nasi pun bervariasi tergantung siapa penggunanya. Segmen yang berbeda membutuhkan strategi yang berbeda (Richard, 2018). Sehingga, dalam memasarkan alat masak nasi, strategi khusus perlu dilakukan oleh tim pemasaran salah satunya *customer-driven strategy* atau strategi dengan pendekatan pada konsumen.

Dalam penjualan atau pemasaran produk, ada pernyataan umum yang sering dilontarkan yaitu “semakin banyak konsumen, maka semakin banyak uang yang diterima” (Kotler dkk, 2014). Namun hal ini tidak berlaku karena jumlah konsumen yang begitu banyak, tersebar luas, memiliki karakteristik, kebutuhan, gaya hidup, atau perilaku yang berbeda. Apalagi untuk alat masak nasi dengan pangsa pasar yang sangat luas, produsen dan tim pemasaran harus mempertimbangkan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman mengenai konsumen dan lingkungannya sangat penting dilakukan oleh produsen yang menjual alat masak nasi sehingga tim pemasaran dapat melakukan segmentasi dan target pasar yang tepat sasaran (Budianto, 2015).

Konsumen begitu banyak dan tersebar luas sehingga harus dibagi berdasarkan kategori-kategori tertentu. Pembagian konsumen ini disebut dengan segmentasi. Menurut Kotler, segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil dengan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda. Pembagian ini dilakukan karena setiap segmen yang telah terbagi membutuhkan strategi pemasaran secara terpisah. Dalam pembagian kelompok konsumen atau segmen pasar, informasi volume konsumsi beras yang terbagi menjadi 4 kelompok (rumah tangga, jasa akomodasi, jasa penyedia makan dan minum, dan sektor lainnya), dapat digunakan sebagai acuan proses segmentasi pasar. Proses ini kemudian disesuaikan lagi dengan beberapa karakteristik dimana fokus utamanya adalah gaya hidup dan kebutuhan konsumen.

Tabel 4.
Pemetaan segmen pasar produk alat masak nasi

Segmen	Alat Masak Nasi		
	Alat Masak Nasi tradisional	Alat Masak Nasi Semi Tradisional	Alat Masak Nasi Modern
Ordinary	V		V
Special Household			V
Penyedia Akomodasi	V	V	V
Penyedia Makan & Minum		V	V
Sektor Lainnya	V	V	V

Gaya hidup menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan segmentasi pasar dan membantu dalam menetapkan target yang tepat, sehingga strategi pemasaran alat masak nasi dapat disesuaikan (Siregar, 2020). Pemahaman mengenai transformasi alat masak yang dipaparkan melalui studi etnografi terkait produk alat masak nasi dapat digunakan sebagai basis informasi dalam melakukan segmentasi pasar sehingga dapat menjangkau konsumen tepat sasaran.

Dari studi mengenai transformasi alat masak nasi, ada 3 perubahan yang terjadi: 1. Alat masak nasi tradisional, 2. Alat masak semi tradisional, 3. Alat masak nasi modern. Ketiga transformasi tersebut dilihat berdasarkan aspek-aspek yang mempengaruhi perubahan produk pada aktivitas memasak yang dalam perkembangannya mengacu pada segmentasi pasar sebuah produk.

Segmen pasar yang cocok untuk alat masak nasi modern yaitu *ordinary*, *special household*, penyedia akomodasi, penyedia makan dan minum, dan sektor lainnya dengan pertimbangan segmen tersebut lebih memandang nilai produk alat masak nasi moderen sebagai alat masak. Sementara segmen pasar yang cocok bagi alat masak nasi semi tradisional dan alat masak tradisional adalah segmen yang berkaitan erat dengan aktivitas sektor wisata yang melibatkan pelestarian budaya dimana produk dan cara memasak nasi secara tradisional yang merupakan produk warisan menjadi sorotan maupun nilai tambah. Segmen rumah tangga *ordinary* bisa menjadi segmen pasar bagi alat masak tradisional ketika segmen tersebut menilai produk alat masak sebagai warisan keluarga dan hal yang sakral.

Perubahan material alat masak, proses memasak dan ketersediaan material serta segmentasi pasar yang jelas dapat menjadi strategi proses pengembangan produk yang berbasis *craftmanship* untuk kebutuhan masyarakat yang lebih makro (Hesti et al., 2019) dan acuan untuk identifikasi pengguna pada proses perancangan desain alat masak nasi dengan nilai tradisional yang dapat dituju pada sasaran yang tepat guna.. pada data diatas dapat ditemukan sebuah proses pengaplikasian sejarah dan kebiasaan yang berpengaruh pada nilai, penggunaan produk sebagai bagian dari proses yang merefleksikan proses desain dan kebudayaan yang mempunyai peran penting pada interaksi manusia dan produk (Julier, G., 2013).

4. Kesimpulan

Aktivitas memasak nasi memiliki cerita dan nilai personal juga budaya pada bentuk dan fungsinya. Melalui aktivitas memasak nasi. Penulis mendapatkan

temuan budaya dan kebiasaan tradisional yang berkelanjutan. Selain itu, temuan ini dapat menjadi informasi penting dalam menentukan segmen pasar produk alat masak nasi.

Identifikasi perubahan kebiasaan dan ditemukan pada proses aktivitas memasak nasi, yaitu: (1) Aktivitas memasak pada masyarakat Sunda dipengaruhi oleh demografi, pengalaman serta budaya tutur yang diturunkan dari generasi ke generasi. Budaya tutur yang menceritakan sistem kekeluargaan, sistem adat, ritual dan kebiasaan dan kepercayaan ditampilkan pada nilai-nilai yang ada pada alat masak nasi; (2) Orang Sunda tradisional hidup berdampingan dengan alam sehingga memanfaatkan ketersediaan material terdapat untuk digunakan pada alat masak nasi; (3) Produk buatan tangan dengan material alam masih terus dilestarikan karena cara kerja tradisional yang memiliki manfaat lebih pada kesehatan juga kelestarian alam; (4) Teknik memasak tradisional memberikan pengalaman dan interaksi antara manusia dengan produk. Dari interaksi yang tercipta memberikan pengalaman khusus dan menarik pada pengguna; (5) Keragaman segmen pasar dapat diakomodir melalui temuan teknik memasak, alat yang digunakan, dan proses memasak pada alat masak tradisional. Temuan pada penelitian ini dapat dielaborasi untuk merancang produk dengan nilai lokalitas yang menjawab permasalahan gaya hidup pada masyarakat modern.

Daftar pustaka

- Adriansyah, H. M. (2021). Tren Kemasan Syariah Dalam Perhotelan di Indonesia. *MAPAN: Jurnal Manajemen, Akutansi, Ekonomi, Perbankan*, 2(1), 1-14.
- Badan Pusat Statistik & Badan Ketahanan Pangan. (2011). *Kajian Konsumsi dan Cadangan Beras Nasional*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2011/11/25/a66945e6ace0b3a0967b1450/kajian-konsumsi-dan-cadangan-beras-nasional-2011.html>
- Brown, A. (2012). *Just Enough Lesson in Living Green from*

- Traditional Japan*. Tuttle Publishing Sydney.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Gunn, W. (2013). *Design Antropology Theory and Practice*. Bloomsbury London
- Epon Ningrum, G. (2012). Dinamika Masyarakat Tradisional Kampung Naga di Kabupaten Tasikmalaya. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 28(1), 47-54. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v28i1.338>
- Fassi, D., Meroni, A. and Simeone, G., (2013), November. Design for Social Innovation as a form of Design Activism: An action format. In *Social Frontiers: The next edge of social innovation research conference proceedings* (pp. 14-15).
- Hesti, J., Purwasih, G., Wijaya, M., & Kartono, D. T. (2019). Strategi Bertahan Hidup Perajin Gerabah Tradisional. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 159-167. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p159-167.2019>
- Indah, S., & Putri, S. I. (2020). Biaya Listrik Lebih Ekonomis dalam Memasak Nasi Memakai Alat Tradisional dengan Kadar Karbohidrat Lebih Rendah. *Logista. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 116-121. <https://doi.org/10.25077/logista.4.2.116-121.2020>
- Insani, A. (2022). Pemenuhan Asupan Gizi Anak melalui Bekal Makanan Sehat bagi Kesehatan Anak Usia Dini. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(3), 843-848.
- Julier, G., (2013). From design culture to design activism. *Design and Culture*, 5(2), 215-236. <https://doi.org/10.2752/175470813X13638640370814>
- Kotler, P (2011) *Principles of Marketing 14th Ed*, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Mulyono, G. (2009). Kajian Ergonomi Pada Tungku Masak Dapur Tradisional Masyarakat Desa Sukorejo Kediri. In *National Conference on Applied Ergonomics (CAE 2009)*, 20-05-2009
- Pilcher, J. (2005). *Food in World History*. Routledge, NewYork
- Rahman, F. (2016). *Jejak Rasa Nusantara Sejarah Makanan Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Richard, R., Goh, T. S., & Margery, E. (2018). Pengaruh Analisa Swot Dan Segmentasi Pasar Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di PT. Seltech Utama Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 4(2).
- Siregar, A. P. H. (2020). Analisis Strategi Bersaing Toko Roti X Berdasarkan IE-Matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1-21. <https://doi.org/10.26593/jab.v16i1.3756.1-21>
- Wijaya, S. (2019). Indonesia Food Culture Mapping A Starter Contribution to Promote Indonesia Culinary Tourism. *Journal of Ethnic Foods, Springer Nature*
