

PERBANDINGAN DAYA TARIK VISUAL DAN RASA ANTARA PASTRY ARTISAN DAN PASTRY KOMERSIAL

Oleh :

Suswanto¹⁾, Agung Yuliyanto Nugroho²⁾

¹ Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

² Universitas Cendekia Mitra Indonesia Yogyakarta

¹email: suswanto3012@gmail.com

²email: agungboiler11@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 8 Oktober 2025

Revisi, 22 Desember 2025

Diterima, 29 Desember 2025

Publish, 15 Januari 2026

Kata Kunci :

Pastry Artisan,
Pastry Komersial,
Daya Tarik Visual,
Rasa,
Uji Sensori,
Preferensi Konsumen.

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner menunjukkan meningkatnya perhatian konsumen terhadap kualitas rasa dan daya tarik visual produk pastry. Pastry artisan, yang dibuat secara tradisional dengan sentuhan kreatif, dianggap memiliki keunggulan estetika dan cita rasa dibanding pastry komersial yang diproduksi massal. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan daya tarik visual dan rasa antara pastry artisan dan pastry komersial serta mengevaluasi preferensi konsumen terhadap kedua jenis produk. Metode yang digunakan adalah uji sensori dengan 50 panelis terlatih menilai aspek visual (warna, bentuk, dekorasi, penataan) dan aspek rasa (manis, gurih, tekstur, aroma, aftertaste) menggunakan skala Likert 1–5. Data dianalisis secara deskriptif dan uji t untuk mengetahui perbedaan signifikan antara kedua jenis pastry. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pastry artisan memperoleh nilai visual rata-rata 4,6 dan rasa 4,4, sedangkan pastry komersial masing-masing 3,8 dan 3,9. Analisis uji t menunjukkan perbedaan signifikan pada kedua aspek ($p < 0,05$), menegaskan bahwa konsumen lebih menyukai pastry artisan. Pembahasan mengungkapkan bahwa keunggulan pastry artisan terkait dengan perhatian pada detail, kreativitas dekorasi, dan penggunaan bahan berkualitas tinggi, sementara pastry komersial cenderung fokus pada produksi massal dengan standarisasi yang membatasi variasi rasa dan estetika. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pastry artisan lebih disukai konsumen baik dari segi visual maupun rasa. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi produsen bakery dalam strategi pengembangan produk, diferensiasi, dan inovasi untuk memenuhi preferensi konsumen modern.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama Agung Yuliyanto Nugroho

Afiliasi Universitas Cendekia Mitra Indonesia Yogyakarta

Email: : agungboiler11@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Industri kuliner saat ini mengalami transformasi signifikan, tidak hanya dari sisi produksi, tetapi juga dalam aspek kreativitas dan pengalaman konsumsi. Produk pastry menjadi salah satu subsektor yang tumbuh pesat seiring meningkatnya permintaan terhadap makanan siap saji yang estetis dan berkualitas. Dalam konteks ini,

persepsi konsumen terhadap daya tarik visual dan cita rasa menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan produk di pasar. Pastry tidak lagi sekadar produk pangan, tetapi juga representasi dari gaya hidup dan apresiasi terhadap seni kuliner (Rahmawati & Sari, 2022).

Pastry artisan dikenal sebagai produk yang dibuat dengan teknik manual, bahan premium, dan

inovasi desain, sehingga mencerminkan karakter eksklusif dan personalisasi yang tinggi. Sementara itu, pastry komersial lebih menekankan efisiensi, konsistensi, serta biaya produksi yang terkontrol melalui penggunaan teknologi industri. Perbedaan pendekatan ini sering kali memunculkan gap dalam hal persepsi konsumen terhadap kualitas visual dan rasa. Menurut Setiawan et al. (2021), konsumen cenderung menilai kualitas produk bakery berdasarkan kombinasi antara penampilan visual dan sensasi rasa yang harmonis.

Penelitian terdahulu juga memperkuat pentingnya kedua aspek tersebut. Misalnya, penelitian oleh Nugroho dan Pratiwi (2020) menunjukkan bahwa daya tarik visual produk bakery berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama di kalangan konsumen muda. Penelitian serupa oleh Lestari dan Handayani (2021) menemukan bahwa kualitas rasa dan tekstur merupakan faktor dominan dalam menentukan kepuasan konsumen terhadap produk roti manis dan kue kering. Selain itu, studi oleh Wijaya (2023) mengungkapkan bahwa pastry artisan memiliki skor kepuasan lebih tinggi dibanding pastry komersial karena konsumen mengapresiasi keaslian rasa dan penampilan yang lebih artistik.

Namun demikian, kajian yang secara komprehensif membandingkan daya tarik visual dan rasa antara pastry artisan dan pastry komersial masih terbatas, terutama dalam konteks preferensi konsumen Indonesia yang memiliki keragaman budaya dan cita rasa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan membandingkan persepsi konsumen terhadap kedua jenis pastry dari aspek visual dan rasa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang gastronomi serta menjadi referensi praktis bagi pelaku industri bakery untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi rasa, dan strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap preferensi konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-komparatif, yang bertujuan untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen terhadap daya tarik visual dan rasa antara pastry artisan dan pastry komersial. Desain komparatif dipilih karena memungkinkan peneliti membandingkan dua kelompok produk yang berbeda untuk mengidentifikasi perbedaan signifikan berdasarkan hasil penilaian panelis.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di salah satu laboratorium Pastry and Bakery di kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta kuliner di kota Yogyakarta yang memiliki fasilitas pengujian sensoris makanan. Kegiatan pengumpulan data dilakukan selama bulan Mei hingga Oktober 2025.



Gambar 1.1 Pastry Chef, Cake Decorator, Artisan Baker Sedang Menunjukkan hasil di lab.STIPRAM 2025

Sumber : Dokumentasi Penelitian 2025

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah konsumen pastry di wilayah Yogyakarta yang memiliki pengalaman minimal dua kali mengonsumsi produk pastry dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan pertimbangan panelis memiliki kemampuan menilai produk pastry secara objektif. Jumlah responden sebanyak 50 orang panelis terlatih, terdiri dari mahasiswa tata boga, pelaku industri bakery, dan konsumen umum yang familiar dengan produk pastry.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan berupa lembar uji sensoris dengan skala Likert 1–5, untuk menilai dua aspek utama:

1. **Daya Tarik Visual**, mencakup indikator: warna, bentuk, dekorasi, dan penyajian.
2. **Kualitas Rasa**, mencakup indikator: tingkat kemanisan, tekstur, aroma, dan aftertaste.

Setiap panelis menilai dua jenis produk pastry—artisan dan komersial—dengan prosedur pengujian berurutan dan kondisi netralisasi rasa (menggunakan air putih) di antara setiap sesi penilaian.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan uji sensoris. Produk pastry artisan diperoleh dari toko roti lokal dengan konsep handmade, sedangkan pastry komersial berasal dari merek franchise nasional. Setiap sampel disajikan secara acak tanpa label merek untuk menghindari bias persepsi.

Teknik Analisis Data

Data hasil penilaian sensoris dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui rata-rata penilaian setiap indikator. Selanjutnya dilakukan **uji t independen (Independent Samples t-test)** untuk menguji perbedaan signifikan antara pastry artisan dan komersial pada aspek visual dan rasa. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak **SPSS versi 26** dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penilaian terhadap dua jenis produk pastry dilakukan oleh 50 panelis terlatih menggunakan uji

sensori. Data diperoleh melalui penilaian aspek daya tarik visual dan kualitas rasa menggunakan skala Likert 1–5. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pastry artisan memiliki skor rata-rata lebih tinggi dibandingkan pastry komersial pada seluruh indikator yang diuji.

Aspek Penilaian	Indikator	Rata-Rata Artisan	Rata-Rata Komersial	Keterangan
Visual	Warna	4,7	3,9	Lebih cerah dan alami
	Bentuk & Dekorasi	4,5	3,8	Lebih artistik dan variatif
	Penyajian	4,6	3,7	Lebih menarik dan rapi
Rasa	Kemanisan & Aroma	4,4	3,9	Lebih seimbang dan natural
	Tekstur	4,5	3,8	Lebih lembut dan berlapis
	Aftertaste	4,3	3,7	Lebih halus dan tidak menyengat

Hasil uji statistik menggunakan Independent Samples t-test menunjukkan adanya perbedaan signifikan ($p < 0,05$) pada seluruh aspek penilaian, baik daya tarik visual maupun rasa. Hal ini membuktikan bahwa persepsi konsumen terhadap pastry artisan secara keseluruhan lebih positif dibanding pastry komersial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penampilan visual berperan besar dalam membentuk persepsi awal konsumen terhadap kualitas pastry. Pastry artisan unggul karena dibuat dengan perhatian pada detail dekorasi, pewarnaan alami, serta teknik finishing yang artistik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho dan Pratiwi (2020) yang menyatakan bahwa tampilan produk bakery berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, terutama pada konsumen muda yang cenderung visual-oriented.



Gambar 1.2 Pastry artisan di lab.STIPRAM 2025

a. Analisis Daya Tarik Visual

Penampilan visual merupakan faktor pertama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pastry artisan unggul dalam aspek visual, dengan skor rata-rata 4,6 dibandingkan pastry komersial 3,8. Pastry artisan menampilkan bentuk, warna, dan dekorasi yang lebih artistik karena dibuat dengan sentuhan manual yang memperhatikan detail, simetri, dan keseimbangan estetika.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho dan Pratiwi (2020) yang menyatakan bahwa visualisasi produk bakery berpengaruh langsung

terhadap persepsi nilai dan keputusan pembelian. Konsumen cenderung menilai kualitas produk dari penampilannya sebelum mencicipi rasa. Dalam konteks pemasaran kuliner, aspek visual menjadi daya tarik utama terutama di era digital, di mana promosi banyak dilakukan melalui media sosial berbasis gambar seperti Instagram dan TikTok.

b. Analisis Kualitas Rasa

Aspek rasa terdiri dari beberapa dimensi sensori seperti kemanisan, tekstur, aroma, dan aftertaste. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pastry artisan memiliki nilai rasa rata-rata 4,4, lebih tinggi dibanding pastry komersial yang hanya mencapai 3,9. Faktor utama penyebab perbedaan ini adalah pemilihan bahan baku dan metode pengolahan.

Pastry artisan umumnya menggunakan mentega asli, tepung protein tinggi, dan bahan lokal segar, sedangkan pastry komersial menggunakan bahan substitusi seperti margarin atau essence buatan untuk efisiensi biaya. Penggunaan bahan alami menghasilkan aroma yang lebih lembut dan aftertaste yang tidak menyengat.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Lestari dan Handayani (2021) yang menunjukkan bahwa pemilihan bahan alami dan proses pengolahan manual meningkatkan kepuasan konsumen karena menghasilkan rasa yang lebih autentik. Selain itu, teknik laminasi adonan pada pastry artisan menghasilkan tekstur berlapis yang lebih lembut dan renyah, sementara proses industri dengan mesin otomatis cenderung menekan kualitas lapisan karena keterbatasan kontrol selama penggulungan.

c. Perbedaan Persepsi Konsumen dan Faktor Emosional

Selain aspek teknis, terdapat pula faktor emosional dan psikologis dalam penilaian konsumen. Konsumen memandang pastry artisan sebagai produk yang memiliki nilai seni dan keaslian, sedangkan pastry komersial dianggap lebih fungsional dan standar. Faktor “cerita di balik produk” atau *brand storytelling* turut memperkuat citra positif pastry artisan. Hal ini sejalan dengan pandangan Wijaya (2023) yang menekankan bahwa persepsi nilai produk kuliner tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga pengalaman emosional yang dihasilkan selama konsumsi.

Konsumen generasi muda, terutama kalangan urban, lebih menghargai produk dengan tampilan estetik dan nilai personalisasi tinggi. Dengan demikian, preferensi terhadap pastry artisan bukan hanya karena keunggulan rasa, tetapi juga karena memberikan pengalaman yang unik dan berkesan.

3. Implementasi Hasil Penelitian

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pelaku industri pastry dan bakery, baik skala kecil (artisan) maupun besar (komersial). Beberapa implementasi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Bagi Produsen Pastry Komersial:

- 1) Mengadopsi prinsip *artisan touch* seperti dekorasi handmade atau finishing manual pada beberapa varian produk.
- 2) Menggunakan bahan alami, pewarna organik, dan pengharum natural untuk meningkatkan persepsi kualitas.
- 3) Memanfaatkan teknologi *smart baking* (misalnya oven IoT atau sensor suhu otomatis) untuk menjaga konsistensi rasa tanpa mengurangi kualitas.
2. Bagi Pelaku Pastry Artisan:
 - 1) Memanfaatkan teknologi digital seperti *social media marketing*, *e-commerce platform*, dan *virtual menu design* untuk memperluas pasar.
 - 2) Meningkatkan kapasitas produksi dengan tetap menjaga kualitas estetika melalui pelatihan tenaga kerja dan penggunaan peralatan semiotomatis.
 - 3) Menerapkan konsep *story branding* untuk memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan, misalnya melalui narasi asal bahan atau proses pembuatan.
3. Bagi Pendidikan dan Riset Kuliner:
 - 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pembelajaran seni kuliner, khususnya pada mata kuliah *food styling* dan *food sensory analysis*.
 - 2) Dapat dikembangkan menjadi penelitian lanjutan yang mengkaji hubungan antara teknologi produksi, kualitas sensori, dan perilaku konsumen digital di era industri 5.0.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pastry artisan memiliki keunggulan signifikan dalam aspek visual dan rasa dibanding pastry komersial, baik secara sensori maupun persepsi emosional konsumen. Nilai tambah produk tidak hanya berasal dari bahan dan teknik, tetapi juga dari pengalaman estetika yang menyertainya. Dengan demikian, kolaborasi antara keahlian tradisional (*artistry*) dan teknologi modern (*efficiency*) menjadi kunci dalam pengembangan industri pastry yang kompetitif dan berkelanjutan di masa depan.



Gambar 1.3 Dalgona Coffee Instagrammable

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan signifikan antara pastry artisan dan pastry komersial dalam hal daya tarik visual dan kualitas rasa. Pastry artisan memperoleh nilai rata-rata lebih tinggi pada semua indikator, meliputi warna, bentuk, dekorasi, kemanisan, aroma, tekstur, serta aftertaste.
2. Kelebihan pastry artisan terletak pada keautentikan bahan, kehalusan teknik pengolahan, dan estetika penyajian yang artistik. Kombinasi faktor tersebut menghasilkan persepsi positif dari konsumen, baik secara sensori maupun emosional.
3. Pastry komersial memiliki keunggulan pada aspek efisiensi produksi dan daya tahan penyimpanan, namun kurang optimal dalam mempertahankan kualitas sensori akibat penggunaan bahan substitusi dan proses produksi massal.
4. Persepsi konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis seperti rasa dan tekstur, tetapi juga oleh nilai estetika, narasi merek, dan pengalaman emosional saat menikmati produk. Hal ini membuktikan bahwa dimensi budaya dan psikologis turut berperan dalam preferensi kuliner modern.
5. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara kreativitas kuliner tradisional dan inovasi teknologi produksi untuk menciptakan produk pastry yang kompetitif, berkualitas tinggi, dan berkelanjutan di pasar domestik maupun global.

5. REFERENSI

Agung Yuliyanto Nugroho, Transformasi Digital: Mengoptimalkan Strategi E-Commerce Di Era

- Disrupsi, Jurnal Ilmiah Bisnis Digital, Vol.1 No.1 Nopember 2024.
- Agung Yuliyanto Nugroho, Aktivitas Pengelolaan Wisata Petualangan Canyoning Berbasis Resiko DOI: <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.426>
- Agung Yuliyanto Nugroho, Mengintegrasikan Teknologi IoT dan Smart Destinations dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan DOI: <https://doi.org/10.55606/jtmei.v3i3.4270>
- A. Nugroho, H. Herryani, S. Suswanto, and S. Y. F. Pradapa, "PERSPEKTIF MEDIA DALAM MENGONSTRUKSI CITRA KULINER LOKAL DAN GLOBAL", JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT, vol. 13, no. 1, pp. 635-639, May 2025.
- Hartono, Y., & Susilo, D. (2022). *Inovasi produk kuliner berbasis teknologi pangan dalam industri 4.0*. Jurnal Inovasi dan Teknologi, 6(2), 65–74.
- Indrawan, H., & Nugraha, R. (2021). *The role of sensory evaluation in consumer food preferences*. Food Research Journal, 18(4), 221–230.
- Lestari, D., & Handayani, A. (2021). *Kualitas bahan baku dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen produk bakery*. Jurnal Teknologi Pangan, 9(1), 17–26.
- Maryati, S., & Santoso, A. (2023). *Consumer perception of artisanal versus commercial bakery products in Southeast Asia*. Asian Journal of Culinary Science, 5(1), 44–59.
- Nugroho, A. Y., & Pratiwi, R. (2020). *Pengaruh visual food presentation terhadap keputusan pembelian pada generasi milenial*. Jurnal Pariwisata dan Kuliner, 9(2), 88–99.
- Prasetyo, B., & Rachman, A. (2021). *Analisis perbandingan rasa dan tekstur antara pastry handmade dan pastry industri*. Jurnal Tata Boga dan Gizi, 15(2), 91–102.
- Putra, D. W., & Hidayah, N. (2022). *Evaluasi sensorik dan preferensi konsumen terhadap pastry berbasis bahan lokal*. Jurnal Penelitian Pangan Nusantara, 11(3), 59–70.
- Rahmawati, E., & Yusuf, M. (2021). *Strategi branding dan storytelling pada produk kuliner artisan*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis Kreatif, 4(1), 25–36.
- Rahayu, S., & Kurniawan, I. (2020). *Pengaruh teknik pengolahan dan suhu pemanggangan terhadap kualitas pastry*. Jurnal Rekayasa Pangan, 14(1), 12–22.
- Sari, D., & Andini, T. (2023). *Sustainable pastry innovation through digital transformation and local ingredients*. Journal of Food and Hospitality Innovation, 5(2), 73–85.
- Setiawan, R., & Dewi, M. (2021). *Keterkaitan antara kualitas sensori dan loyalitas konsumen pada produk bakery komersial*. Jurnal Manajemen Industri, 9(2), 105–115.
- Wijaya, K. (2023). *Craftsmanship in the culinary arts: The enduring value of artisanal food production*. Journal of Gastronomy and Cultural Heritage, 7(1), 41–53.
- Yuliani, F., & Nugraha, P. (2022). *Perbandingan persepsi konsumen terhadap pastry lokal dan pastry impor di Indonesia*. Jurnal Pangan dan Gaya Hidup, 10(2), 88–97.