

PERANAN MAKANAN TRADISIONAL DALAM PENGEMBANGAN WISATA KULINER DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peranan makanan tradisional dalam pengembangan wisata kuliner di Kota Bandung dan strategi pengembangan makanan tradisional di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan ialah *library research*, yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi melalui buku-buku, diktat serta bacaan lainnya yang berhubungan dengan penulisan ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan tradisional menjadi potensi bagi pengembangan wisata kuliner di Kota Bandung sehingga makanan tradisional ini memiliki peranan dalam mengembangkan wisata kuliner khususnya di Kota Bandung. Adapun strategi pengembangan makanan tradisional di Kota Bandung ialah melalui review historis dan dokumentasi makanan tradisional Bandung; penelitian penentuan komposisi zat gizi dan nongizi pangan; pendokumentasian metode produksi pangan tradisional; kajian teknis mengenai potensi produksi pangan tradisional dalam ranah industri; system bimbingan dan pengawasan yang efektif; pendidikan konsumen; dan sebagai bagian dari promosi wisata daerah.

Kata Kunci : Makanan Tradisional, Wisata Kuliner

A. Pendahuluan

Wisata kuliner merupakan industri pariwisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat. Wisata kuliner ini berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman. *Trend* wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu\ makanan khas daerah tersebut dan tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi juga mencari suasana dan pelayanan sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak restoran dan tempat makan baru didirikan dengan kualifikasi dan ciri khas masing-masing. Beragam sajian ditawarkan mulai dari makanan khas daerah yang sifatnya tradisional sampai makanan-makanan cepat saji yang bersifat modern. Hal itu menyebabkan terjadinya persaingan yang begitu ketat untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan, sehingga berbagai strategi harus diterapkan. Salah satu strategi dalam mengembangkan wisata kuliner ialah melalui pengembangan makanan tradisional.

Makanan tradisional Indonesia adalah semua jenis makanan yang dibuat dan diolah asli Indonesia, dengan menggunakan bahan lokal dan dengan cara pengolahan yang beragam dan bervariasi, serta memiliki ciri khas daerah setempat, mulai dari makanan utama, makanan selingan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat daerah tersebut. Makanan tradisional Indonesia yang kaya akan beraneka ragam bumbu dan rempah-rempah dapat diharapkan menjadi potensi yang sulit untuk ditiru negara-negara lainnya di dunia mengingat keunikan dan keberagamannya. Makanan tradisional Indonesia bukan hanya sekedar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisik yang kaya akan gizi makanan, akan tetapi juga berfungsi sebagai sumber gizi yang mengandung unsur obat-obatan dan perawatan kecantikan yang sulit didijumpai pada makanan-makanan nasional lainnya yang telah diterima secara internasional selama ini.

Apabila dihubungkan dengan upaya pemerintah Indonesia yang sedang gencar-gencarnya memajukan pariwisata, maka kekayaan budaya berupa makanan tradisional Indonesia yang sangat kaya ragamnya dapat menjadi aset berupa atraksi wisata yang berharga. Hal ini bukanlah merupakan sebuah isapan jempol belaka mengingat ada banyak Negara yang secara sengaja memperkenalkan pariwisatanya melalui daya tarik wisata berupa makanan yang menjadi kekhasan dari Negara yang bersangkutan, seperti Thailand dan Malaysia atau di Eropa seperti di Perancis, Italia, dan lain-lain.

Makanan sebagai salah satu aspek budaya suatu bangsa, dapat mencirikan identitas bangsa tersebut. Misalnya saja *Pizza* dan *Spaghetti* dikenal sebagai salah satu identitas bangsa Italia. *Croissant* dan *French Bugette* sebagai salah satu identitas bangsa Perancis. *Hamburger* dan *Hot Dog* sebagai salah satu identitas bangsa Amerika, *Sushi* dan *Tepanyaki* sebagai salah satu identitas bangsa Jepang, kari sebagai identitas bangsa India, *Lamb Kebab* identitas bangsa Arab, dan lain-lain. Bagaimana dengan Indonesia yang memiliki potensi makanan yang begitu besar untuk dieksplorasi dan selanjutnya diangkat ke ajang internasional.

Bertolak dari hal - hal tersebut di atas, makanan tradisional Indonesia sebagai salah satu teknologi budaya fisik diperlukan untuk memperkuat daya tarik dan identitas bangsa yang besar ini, seperti halnya beberapa Negara yang dengan tegas memiliki identitas makanan nasionalnya yang secara aktif diperkenalkan kepada dunia dalam rangka memperkuat identitas bangsanya. Pengembangan aspek teknologi, bisnis di bidang makanan dengan memperkenalkan kepada dunia, dapat menambah nilai ekonomi (devisa) dan ketahanan nasional serta harga diri bangsa. Beragamnya jenis makanan tradisional Indonesia sangat memungkinkan untuk menjadi tuan rumah pada daerah tujuan wisata international baik dilihat dari gastronominya maupun komposisi menu. Beragam budaya tentu beragam makanan khas yang disajikan dengan cara tertentu dan mampu menggoyangkan lidah siapa pun peminat kuliner.

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, kota Bandung merupakan daerah tujuan wisata yang cukup terkenal, terutama oleh wisata belanja, dimana salah satu produknya wisatanya adalah Gastronomi (*gastronomy tourism*). Wisata gastronomi merupakan suatu trend baru dalam dunia kepariwisataan. Gastronomi adalah seni atau usaha pencarian dari kualitas makan yang baik, termasuk dalam pemilihan, persiapan, pelayanan, dan kenikmatan dari makanan, dan variasi budaya atau gaya masakan. Sementara istilah kuliner (*culinary*) yang lebih sering menggaung di masyarakat merupakan bagian/sub daripada esensi gastronomi. Sementara istilah kuliner itu sendiri adalah masakan atau dalam bahasa dapur mempunyai arti yang sama/sinonim dengan istilah *cuisine*. Dengan demikian kota Bandung tidak hanya terkenal dengan udara sejuk serta sejuta pesona wisata belanjanya saja, tetapi juga potensi wisata kulinernya. Beragam pilihan citarasa menu khas Bandung, baik yang tradisional hingga yang sudah termodernisasi, tersaji dari penjaja makanan kaki lima hingga restoran dan café bersuasana eksklusif.

Dengan semakin berkembangnya wisata minat khusus (wisata kuliner) dan kemajuan dewasa ini, teristimewa dalam khasanah Bandung yang sering dikunjungi wisatawan untuk menambah dan memperkaya khasanah Budaya Bandung, sudah patut disuguhkan menu makanan tradisional dari Bandung. Mereka akan menikmati suguhan dengan jenis olahan, jenis makanan, jenis penghidangan dan jenis bumbu (basa) dan rasa yang sangat unik, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap rasa dan kebutuhan gastronomi mereka dan menjadi kenangan sehingga tujuan mereka ke-Bandung bukan saja karena fashionnya, namun juga karena kuliner yang mempesona dan beragam. Namun demikian kenyataan yang ada sekarang ini justru makanan tradisional Bandung tidak begitu banyak disajikan di industri hotel dan restoran.

Oleh karena itu berdasar uraian di atas, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: *Peranan Makanan Tradisional Dalam Pengembangan Wisata Kuliner Di Kota Bandung*. Dari rumusan masalah tersebut dirinci menjadi beberapa pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana Peranan Makanan Tradisional Dalam Pengembangan Wisata Kuliner Di Kota Bandung.
2. Bagaimana strategi pengembangan makanan tradisional Di Kota Bandung.

B. Kajian Teori

1. Makanan Tradisional

Berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia (1976:1088) tradisional memiliki makna sebagai sesuatu yang sifatnya turun temurun dan menurut adat suatu daerah atau kawasan, sedangkan makanan memiliki arti sesuatu yang dimasukkan melalui mulut yang berfungsi memberi nutrisi kepada tubuh sehingga pengertian makanan tradisional secara sederhana berarti sebagai segala sesuatu yang dikonsumsi masyarakat suatu daerah secara turun temurun guna memenuhi kebutuhan nutrisi bagi tubuhnya.

Pendapat Ernayanti (2003;2) dalam Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura memberikan pengertian tentang makanan tradisional memiliki nilai budaya, tradisi, serta kepercayaan yang bersumber pada budaya lokal (*local indigenous*). Sangat berpengaruh terhadap pola makanan suku-suku di Indonesia, termasuk diantaranya pemilihan bahan mentah, corak dan tradisi makan, kebiasaan makan dan cara penyajian. Makanan tradisional suatu daerah bisa menjadi cermin peradaban dan budaya suatu daerah, akan tepat disuguhkan serta dinikmati oleh masyarakat setempat pula. Berkaitan dengan makanan tradisional pengertian makanan dalam kognitif orang Bandung meliputi konsep halal dan enak. Apabila mereka dihadapkan pada makanan yang terwujud sebagai benda atau zat yang disuguhkan sebagai makanan, maka kriteria halal atau tidak halal, dan enak atau tidak enak merupakan landasan utama dalam melakukan pilihan.

Dari beberapa pengertian tersebut, makanan tradisional Bandung dapat diartikan sebagai makanan yang diolah dan dibuat oleh masyarakat lokal Bandung secara turun temurun dengan menggunakan perpaduan bumbu lokal (basa) yang memiliki rasa dan aroma spesifik yang tidak dimiliki oleh daerah lainnya.

Dengan semakin berkembangnya makanan tradisional, akan memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk bisa bersaing di era pasar bebas, termasuk Bandung yang menjadi daerah tujuan wisata dunia. Berbagai wisatawan dari berbagai negara berburu di Bandung sebagai daerah tujuan wisata yang sebenarnya memiliki berbagai ragam makanan tradisional. Keberagaman makanan tradisional Bandung teramat sangat mendukung untuk mewujudkan makanan tradisional Bandung sebagai tuan rumah pada daerah tujuan wisata internasional baik dilihat dari gastronominya maupun komposisi menu.

2. Pengembangan Makanan Tradisional

a) Adaptasi Pengolahan Makanan

Sejarah perkembangan pengolahan makanan dimulai sejak zaman abad sebelum masehi, yang mulai mengolah makanan dengan menerapkan panas dengan cara yang sederhana. Perkembangan teknik pengolahan dan penyajian makanan menimbulkan adanya aliran – aliran dalam gastronomi. Misalnya *classical cooking*, *nouvele cuisine*, *fusion food*, *courtesy food*, sampai yang dinamakan *moleculer gastronomie*. Dalam *Classical cooking* para juru masak dengan fanatik menerapkan teknologi pengolahan tradisional dengan sebaik-baiknya. *Noevele Cuisine* mulai melakukan perubahan pada bahan – bahan, mengingat tidak selalu mudah didapatkan disuatu daerah tertentu, namun *nouvele cuisine* masih memegang teguh teknik memasak secara tradisional. Kaum muda mulai bosan dan protes karena merasa kreativitasnya mati bila ketat terkungkung pada pakem tradisional. Mereka mulai mengekspresikan kreativitasnya baik dalam pengolahan, eksplorasi bahan-bahan, maupun tehnik penyajian, dan lahirlah *fussion food*, yang lebih bebas tidak terikat pakem-pakem yang kaku, mereka memfungsikan segala potensi kuliner yang ada

tanpa batas. Sebagian ingin menyajikan hasil pengolahannya apa adanya sesuai dengan bahan dasarnya yang alami (*courtesy food*).

Dalam pengolahan makanan tradisional Bandung, cara pengolahan/memasak dan alat-alat memasak atau teknologi merupakan dua aspek yang perlu diperhatikan. Terkait dengan pengolahan/cara memasak tidak bisa lepas dari faktor sumber daya manusianya. Mereka dituntut profesional dalam mengadaptasikan seni kuliner Bandung. Pada hotel pekerjaan memasak cenderung lebih banyak dilakukan oleh kaum laki-laki karena makanan yang dibuat dalam jumlah yang banyak dan alat yang digunakan adalah peralatan yang modern dan *heavy duty*. Alat-alat yang digunakan dalam memasak tidak lagi mempergunakan alat-alat tradisional. Tujuan mempergunakan alat-alat yang modern adalah agar lebih produktif, efektif, dan efisien. Selain itu penggunaan alat yang modern juga dimaksudkan untuk memberikan kesan yang lebih higienis.

b) Adaptasi Penyajian Makanan

Pelayanan merupakan tugas dari seorang pramusaji, terutama bagi tamu yang makan dan minum di restoran sehingga tamu dilayani secara profesional. Fandy Ciptono (2008:6) mendefinisikan pelayanan sebagai berikut; ”*service* adalah setiap tindakan dan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Pada setiap restoran pasti akan menawarkan pelayanan yang sebaiknya dan dapat memuaskan bagi pelanggan (*customer*) yang datang, karena tamu adalah raja.

Dalam dunia pariwisata, budaya barat akan berpengaruh terhadap tata cara penyajian seni kuliner Bandung. Seni kuliner Bandung bisa meniru salah satu bentuk penyajian makanan asing. Terdapat beberapa jenis hidangan yaitu: (1) *American service* adalah pelayanan makanan yang paling sederhana, makanan sudah disiapkan di atas piring tamu oleh juru masak (*cook*) dan disajikan di hadapan tamu, makanan dan minuman disajikan dari sebelah kanan tamu, dan peralatan kotor diangkat dari

sébelah kanan tamu searah jarum jam. American Service digunakan untuk menyajikan makanan kepada tamu yang membutuhkan pelayanan cepat pada restoran yang tidak formal dan membutuhkan prosedur penyajian makanan yang sederhana.

(2) *French service* disebut juga "*service a'la ritz*" yaitu penyajian makanan menggunakan kereta dorong (*gueridong*) yang berfungsi sebagai tempat untuk memasak dan mempersiapkan makanan di atas piring tamu kemudian disajikan di atas meja tamu. Proses ini dilakukan di hadapan tamu di atas *gueridon*. Dalam penghidangan makanan ini ada petugas yaitu *chef de rang* yang bertugas meracik, memasak, dan mengatur makanan di atas piring tamu, serta *Commis de Rang* yang bertugas menghidangkan makanan dihadapan tamu dari sébelah kanan tamu searah jarum jam.

(3) *English service* pelayanan ini dilakukan untuk Dinner yang bertempat di ruangan khusus (*private room*), makanan diatur di atas piring (*platter*) kemudian dibawa dari dapur dan diletakan di atas meja tamu bersama, pramusaji selalu siap sedia apabila diminta untuk menyajikan makanan kepada tamu yang dihormati oleh tuan rumah (*host*) atau kepada tamu yang lain.

(4) *Russian Service* disebut juga dengan *platter service* yaitu suatu pelayanan makanan yang sudah dimasak, dipersiapkan di dapur, serta diberikan hiasan di dapur di atas *platter*. Makanan tersebut kemudian dibawa dihadapan tamu dan dipresentasikan, setelah itu dipersiapkan di atas piring yang sudah diletakkan di hadapan tamu terlebih dahulu dengan menggunakan sendok dan garpu (*Clam*) dari sébelah kiri tamu berlawanan dengan arah jarum jam.

(5) *Banquet service* adalah penyajian makanan untuk tamu dalam jumlah banyak yang biasanya terdapat pada acara-acara khusus. Para pramusaji biasanya mengatur meja dengan *American setting* yang juga dengan menú yang akan disajikan.

(6) *Family Service* adalah modifikasi dari *American service*, semua yang dibutuhkan seperti alat memasak, dan mempersiapkan makanan sudah dilakukan di dapur. Makanan ditempatkan di atas piring saji, dan diberi hiasan (*garnish*) kemudian diletakan di tengah-tengah meja tamu. Tamu dapat mengambil makanan mempersiapkan makanan sendiri sesuai dengan keinginan. Makanan bisa diisi lagi oleh pramusaji apa bila tamu menginginkannya.

(7) *Buffet service* adalah pelayanan makanan dimana

peralatan dan makanan sudah disiapkan di atas meja *buffet (buffet table)* dalam jumlah banyak. Tamu dipersilahkan mengambil makanan sendiri yang diinginkan, tugas pramusaji hanya menyajikan makanan dan minuman ataupun jenis makanan yang sengaja tidak disediakan di atas meja buffet, dan mengangkat peralatan kotor dari meja tamu. Dan (8) *Risjttafel service* merupakan penyajian makanan yang telah diadaptasi dari penyajian tradisional menjadi ala Belanda. Penyajian ini sering digunakan ketika melayani kolonial Belanda ketika masih berkuasa di Indonesia. Sampai sekarang penyajian seperti ini masih diterapkan tidak saja untuk melayani orang/wisatawan Belanda, namun juga untuk wisatawan yang menyukai masakan Indonesia. Makanan disiapkan diatas meja, dimana nasi merupakan makanan utama diporsikan oleh pramusaji dan juga lauk pauknya disajikan diatas piring tamu dengan menggunakan peralatan khusus.

b) Peningkatan Kualitas Makanan

Kualitas makanan adalah mutu dari makanan itu sendiri. Kualitas makanan sangat dipengaruhi oleh penampilan, rasa, aroma, tekstur, suhu pada saat dihidangkan, warna makanan, dan karakter makanan. Kualitas makanan sangat mempengaruhi kepuasan dari pada tamu yang menikmati makanan yang disajikan. Mutu atau kualitas makanan dipengaruhi oleh: (1) *Presentation* yaitu penampilan makanan yang menarik akan membangkitkan selera makan sehingga akan timbul keinginan untuk menikmatinya. Misalnya penataan dan kombinasi warna yang tepat dan penyajian yang sesuai. (2) *Taste and flavor* yaitu aroma makanan yang sedap menimbulkan keinginan untuk merasakan makanan tersebut. Rasa dan aroma makanan yang dihidangkan harus sesuai dengan bahan utama, bumbu maupun saus yang digunakan dalam pengolahan. (3) *Texture* makanan yang baik adalah sesuai dengan jenis makanan tersebut. Metode memasak maupun bahan makanan yang tepat dapat mempengaruhi tekstur. (4) *Temperature* yaitu menyajikan makanan harus sesuai dengan suhu dari jenis makanan tersebut misalnya makanan panas dihidangkan panas atau makanan dingin dihidangkan dingin. (5) *Color of Food* yaitu warna makanan yang menarik adalah segar dan alami akan menimbulkan selera makan

dibandingkan dengan makanan gosong atau berwarna pucat. Dan (6) *Character of Food* adalah untuk membedakan jenis makanan yang satu dengan yang lain maka setiap makanan memiliki karakter atau ciri khas tersendiri, seperti rasa, aroma makanan tersebut, hiasan, saus, maupun tekstur makanan tersebut.

Agar dapat bersaing dengan makanan asing lainnya, produk makanan tradisional Bandung harus selalu memperhatikan kualitas secara keseluruhan baik dari segi penampilan, rasa dan aroma, tekstur, suhu pada saat penghidangan, warna makanan, dan karakter makanan, serta dari segi kebersihan dan kesehatan. Jika produk yang ditawarkan dari segi kualitas tidak memenuhi standar kualitas makanan secara internasional tentu akan kalah bersaing dengan produk makanan asing lainnya. Selama ini makanan tradisional Bandung yang dibuat di hotel hanya mengandalkan rasa saja. Penggunaan resep baku yang standar belum digunakan oleh hotel secara seragam sehingga menghasilkan rasa yang berbeda dan tidak konsisten. Oleh karena itu, para ahli kuliner Bandung harus memikirkan cara untuk membakukan resep-resep makanan tradisional Bandung agar dapat diterima dan dikonsumsi oleh wisatawan.

2. Wisata Kuliner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga tahun 2003 Wisata adalah “bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, bertamasya dsb)”. Sedangkan Kuliner berarti masakan atau makanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner ialah perjalanan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungannya sebagai objek tujuan Wisata. Masa perjalanan yang tergolong dalam definisi wisata adalah tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari tiga bulan, serta tidak dalam rangka mencari pekerjaan.

Kegiatan wisata tidak hanya dilakukan secara perorangan, melainkan juga dikelola secara profesional dan dilakukan secara berkelompok. Menurut sebuah artikel di media elektronik (internet) orang yang melakukan kegiatan wisata disebut wisatawan. “wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dalam waktu tertentu untuk bersenang-senang, istirahat, melewati liburan, mengunjungi objek-

objek wisata, berobat, berdagang, olahraga, ziarah, mengunjungi keluarga, atau mengikuti konferensi.” (www.persiatour.com , 2012)

Kata kuliner berasal dari bahasa Latin, yaitu *culinarius* - sesuatu yang berhubungan dengan masak-memasak serta *culina* atau dapur. Lebih lanjut, istilah kuliner bersumber dari *cuisine* atau produk yang berhubungan dengan masak-memasak dan *gastronomy* atau pola konsumsi, sehingga kuliner dapat dicerap sebagai *a given practice of consumption*, atau praktek konsumsi yang berbasis pada makanan/hidangan. Wisata kuliner menempatkan makanan sekaligus sebagai subjek dan media, sebagai destinasi dan alat bagi pengembangan pariwisata. Wisata kuliner lebih dari sekedar mencicipi ataupun menikmati makanan baru nan eksotis. Kegiatan ini memerlukan penerangan semua panca indra yang kita miliki seperti rasa, aroma, sentuhan, serta penglihatan. Konektivitas ini membidani lahirnya pengalaman dan sensasi tertentu yang hanya dapat dirasakan oleh penikmat. Dalam hal ini seseorang tidak hanya bertindak sebagai pengamat namun berpartisipasi secara fisik dalam kegiatan tersebut. Kembali menurut Long, wisata kuliner secara definitif merupakan kegiatan partisipatif dalam berkonsumsi, preparasi dan penyajian hidangan, ataupun cara makan (*eating style*), yang tidak biasa dilakukannya. Wisata kuliner dengan keragaman jenisnya mempunyai pangsa pasar yang beragam dengan karakteristik yang variatif, dilihat dari status sosial, tingkat perekonomian, ataupun gaya hidup seseorang. Masing-masing segmen kadang-kadang saling berbenturan dalam suatu relung yang sama karena preferensi yang serupa.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah *library research*. *Library Research* merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literature baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.

D. Pembahasan

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan adat istiadat. Salah satu yang termasuk dalam bagian budaya adalah berbagai macam makanan tradisional (masakan khas daerah). Di era globalisasi saat ini terjadi perkembangan dalam dunia kuliner. Serta banyaknya demo atau seminar memasak dengan kapasitas besar ikut berperan dalam mendukung perkembangan dunia kuliner. Hal ini dapat memberikan informasi-informasi terbaru yang diperlukan oleh masyarakat dalam era global saat ini. Makanan tradisional yang ada di Indonesia berkembang sesuai dengan budaya yang ada pada masyarakat Indonesia tersendiri. Makanan tradisional satu daerah dengan daerah lainnya berbeda-beda, dan tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Selain wisata seni dan budaya, wisata kuliner juga menjadi lini yang akan dikembangkan. Karena wisata kuliner secara otomatis mengiringi perkembangan wisata seni dan budaya. Untuk itu, peran pihak swasta sangat diharapkan mendukung perkembangan wisata kuliner. Khusus kuliner, perkembangannya di nusantara cukup pesat. Di berbagai Kota dipenuhi oleh tempat-tempat 'jajan' yang beraneka ragam, baik dari jenis makanannya hingga konsep penyajiannya. Kuliner yang beragam, mulai dari makanan kecil sampai makanan utama yang menjadi ciri khas Kota yang bersangkutan. Kawasan kuliner di nusantara semakin variatif, misalnya Jakarta (dengan Kemang *FoodFest*). Industri kuliner sangat berkembang, karena kuliner merupakan bagian dari gaya hidup dan budaya manusia. Dan bisnis di bidang *lyfestyle* (gaya hidup) sedang naik daun. Kuliner memiliki potensi cukup besar, bisnis oleh-oleh di jalanan saat ini menurut laporan

Dinas Perindustrian dan Perdagangan, mengalami kenaikan sebesar 20%-25%. Pertumbuhan ekonomi secara umum hanya mengalami kenaikan dengan kisaran 3%. Karena itu pakar ekonomi optimis dalam tahun-tahun ke depan, pusat jajanan akan semakin cerah. Kini telah berkembang pesat bahkan telah menjadi salah satu andalan pemerintah daerah setempat dalam meningkatkan Pendapatan Anggaran Daerah (PAD). Kini kegiatan masak-memasak tidak dipandang sebagai pekerjaan

rumah tangga. Tidak harus perempuan yang meracik berbagai bumbu dan sayuran. Kesuksesan para pebisnis di bidang kuliner membuka celah baru bagi para peminat kuliner dan calon wirausahawan yang bergerak di bidang makanan/masakan. Kata-kata “Wisata Kuliner” dengan sendirinya membuktikan bahwa segala hal yang berhubungan dengan masak-memasak dan kuliner mendapat perhatian tersendiri di kalangan masyarakat. Beragam acara televisi dan artikel majalah berlomba-lomba membahas segala yang unik tentang kuliner.

Di sisi lain, banyak anak muda yang memilih *culinary course* atau *culinary school*, hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan *trend* yang mulai *booming* tentang kuliner. Banyak anak muda yang awalnya menganggap masak-memasak hanya sekedar hobi, kini mulai tergugah untuk terjun mendalami ilmu memasak secara akademis. Namun, selain dipengaruhi oleh *trend* itu sendiri, banyak juga yang berpandangan bahwa peluang bisnis kuliner sangat menjanjikan. *Trend* masak-memasak tidak terlepas dari pergeseran nilai budaya yang berhubungan dengan *gender*. Dulu dapur selalu diidentikkan dengan pekerjaan perempuan (dan hal ini malah diidealisasikan dan dikonstruksi secara sosial), kini telah berubah haluan seiring dengan pergeseran nilai tersebut. Pekerjaan rumah tangga yakni masak-memasak tidak hanya menjadi milik perempuan. Lelaki juga tidak sedikit yang tertarik dengan kegiatan memasak.

Menurut seorang ahli pariwisata Andar Danova Goeltom, M.Sc. Bandung sudah di kenal sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941, hal ini dikarenakan Bandung memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Indonesia. Bukan hanya dari golongan masyarakat pencinta makanan saja yang sengaja datang ke Bandung akan tetapi banyak para tokoh nasional baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri yang menyempatkan diri datang ke Bandung. Dengan di bangunnya tol Cipularang, waktu tempuh Jakarta -Bandung semakin cepat. Hal ini yang mengakibatkan para pengunjung ataupun wisatawan semakin bertambah. Pada bulan Januari 2006, jumlah kendaraan yang masuk ke Bandung sebanyak 25.665. Pendapatan yang diterima Jasa Marga pada saat tersebut adalah sebesar Rp 276,7 juta (Pikiran Rakyat.com). 80%

pengunjung adalah wisatawan dari luar kota. Dari jumlah itu, 60% adalah orang Jakarta. Sisanya pengunjung dari Jawa, Sulawesi, Yogyakarta, dan Solo. Bahkan wisatawan mancanegara yang berasal dari Asia Tenggara, Jepang, Belanda, Belgia. Jumlah kunjungan wisatawan objek dan daya tarik wisatawan (ODTW) untuk triwulan II tahun 2006 adalah 3.416 kunjungan wisatawan mancanegara dan 355.048 kunjungan wisatawan nusantara. Kedatangan mereka mendorong peningkatan asli daerah (PAD) Kota Bandung. Saat ini 37% PAD Kota Bandung berasal dari pajak pariwisata. (Pikiran Rakyat.com)

Maraknya toko pakaian dan bisnis pakaian sisa ekspor di seluruh wilayah Kota Bandung secara tidak langsung mendorong pertumbuhan bisnis rumah makan. Setiap produsen makanan berlomba-lomba untuk menciptakan makanan/kuliner dengan rasa dan jenis yang berbeda. Potensi wisata kuliner ini bisa menguntungkan, terutama bagi Pemerintah Kota Bandung dan para pengusaha pariwisata. Dari sisi ekonomi wisata ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan wisata itu sendiri.

Banyak diantara wisatawan menyukai sajian kuliner Bandung karena selain harganya relative murah, rasa serta cara penyajian cukup menarik. Ditunjang dengan rasa yang sangat bervariasi. Dilihat dari segi harga, masih ada makanan yang memiliki harga di bawah Rp 5000,00, untuk porsi masih ada yang seharga di bawah Rp 10.000,00. Sementara untuk kue yang di kota lain harga bisa mencapai Rp 30.000,00 hingga Rp 50.000,00, sedangkan di Bandung masih ada yang harganya di bawah Rp 30.000,00.

Kuliner sebagai salah satu objek wisata perlu dijaga dan dilestarikan sebab, kuliner merupakan bagian dari kebudayaan. Melestarikan wisata kuliner sebagai tujuan wisata dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan promosi dan pembentukan lembaga asosiasi yang bergerak dibidang kuliner. Menurut Prof. Dr. Maman Khaeruman, Pengembangan wisata kuliner di Bandung, dinilai bisa meningkatkan kesejahteraan petani di kawasan Bandung dan sekitarnya. Dan apabila

direncanakan dengan baik, bisnis kuliner akan menumbuhkan rantai usaha, karena terjadi peningkatan permintaan produk petani.

Bandung yang saat ini menjadi tujuan utama wisata kuliner harus bisa memanfaatkan peluang itu. Bukan hanya petani yang akan diuntungkan, tapi juga berpeluang menumbuhkan usaha-usaha baru. Apabila usaha kuliner berkembang bagus, maka akan dibutuhkan berbagai usaha lainnya. Mulai dari produsen makanan, pemasok bahan baku, hingga ke usaha distribusi bahan makanan. Bandung tidak kekurangan bahan untuk mengembangkan wisata kuliner. Dari sisi SDM, Bandung memiliki banyak sekolah pariwisata yang kualitasnya dinilai baik. Begitupun dalam hal produksi makanan, beberapa perguruan tinggi memiliki jurusan teknologi pangan, yang bisa diandalkan untuk membuat inovasi-inovasi. Jurusan teknik mesin di Bandung pun sudah banyak dikenal keandalannya, dalam hal membuat mesin-mesin untuk mendukung semua itu.

Saat ini kota Bandung telah menjadi ikon pariwisata khusus dengan produk kulinernya, namun dalam perkembangannya terkesan bahwa pengembangan potensi wisata kuliner hanya merupakan euforia semata tanpa melalui *setting* atau perencanaan yang tertuang di dalam perencanaan pariwisata daerah. Hal tersebut terlihat dengan banyaknya bermunculan produsen kuliner dengan rasa, bentuk, tekstur, penampilan yang berbaur dengan lokal etnik dan dengan pengemasan tradisional, bahkan nama masakan/kuliner kebanyakan mempunyai hubungan emosional dengan penciptanya dengan terciptanya *personal branding & location branding* seperti: Batagor Ikhsan, Batagor Riri, Mie Kocok Mang Dadeng, Yohurt Cikapayang, dll. Selain itu kegiatan-kegiatan tersebut hanya berorientasi pada nilai komersial tanpa melihat potensi-potensi yang dapat dijadikan sebagai pedoman pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Di lain sisi hal di atas dapat dibenarkan dalam konteks pembangunan dan pengembangan pariwisata sesuai dengan referensi dimana beliau membagi atraksi wisata menjadi tiga, yaitu atraksi wisata alam, buatan dan budaya.

Atraksi wisata alam, menawarkan keaslian alam sebagai daya tarik seperti pantai, danau, Kekayaan kuliner Kota Bandung sangatlah melimpah ruah. Berbagai jenis makanan dan minuman tradisional pun menjadi andalan. Beberapa tahun ini ketenaran Bandung sebagai surga kuliner tradisional Jawa Barat semakin melambung. Tampaknya kuliner tradisional bisa menjadi salah satu potensi bernilai tinggi bagi Kota Bandung. Potensi inilah yang menyedot perhatian wisatawan domestik dan mancanegara untuk bertandang ke ‘dapur’ Kota Bandung tanpa henti. Ada banyak makanan khas yang dapat dicicipi dalam perjalanan wisata kuliner di Bandung, misalnya: mie kocok kaki sapi, batagor, siomay, mie yamien, nasi pepes, nasi bakar, nasi tutug oncom, serabi (orang Bandung menyebutnya surabi), dan colenak (*peuyeum*/tape singkong yang dibakar, dihidangkan dengan unti kelapa dan saus manis). Makanan khas tersebut menjadi potensi bagi pengembangan wisata kuliner di Kota Bandung.

Kekayaan kuliner Kota Bandung sangatlah melimpah ruah. Berbagai jenis makanan dan minuman tradisional pun menjadi andalan. Beberapa tahun ini ketenaran Bandung sebagai surga kuliner tradisional Jawa Barat semakin melambung. Tampaknya kuliner tradisional bisa menjadi salah satu potensi bernilai tinggi bagi Kota Bandung. Potensi inilah yang menyedot perhatian wisatawan domestik dan mancanegara untuk bertandang ke ‘dapur’ Kota Bandung tanpa henti. Ada banyak makanan khas yang dapat dicicipi dalam perjalanan wisata kuliner di Bandung, misalnya: mie kocok kaki sapi, batagor, siomay, mie yamien, nasi pepes, nasi bakar, nasi tutug oncom, serabi (orang Bandung menyebutnya surabi), dan colenak (*peuyeum*/tape singkong yang dibakar, dihidangkan dengan unti kelapa dan saus manis). Makanan khas tersebut menjadi potensi bagi pengembangan wisata kuliner di Kota Bandung. Dengan demikian makanan tradisional ini memiliki peranan dalam mengembangkan wisata kuliner di Kota Bandung. Adapun mengenai strategi pengembangan makanan tradisional dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penelusuran historis.

Kegiatan ini dilakukan dengan cara pengumpulan dan dokumentasi data sosio-budaya makanan tradisional Bandung, yang meliputi data jenis dan jumlah makanan tradisional, data sejarah makanan, informasi peran makanan tersebut dalam berbagai acara adat, dan data jumlah industri yang mengembangkannya. Data ini digunakan untuk menelusuri sejarah makanan tradisional yang nantinya dapat berpengaruh pada orisinalitas produk.

b. Kajian zat gizi dan non gizi pangan tradisional

Penelitian merupakan bagian penting dari pengembangan suatu produk, termasuk makanan tradisional. Manfaat kesehatan dari makanan tradisional harus dibuktikan secara ilmiah melalui penelitian.

c. Pendokumentasian produksi pangan tradisional

Dalam pengembangan pangan tradisional, kebiasaan mengonsumsi pangan atau yang dikenal sebagai *food habit* atau *food ways* yang turun temurun perlu diperhatikan sehingga peningkatan mutu dan keamanan pangan tradisional tetap mengacu kepada kebiasaan tersebut. Peningkatan mutu, keamanan dan prestise pangan tradisional dapat dilakukan melalui: pemilihan bahan mentah dan bahan tambahan pangan yang baik, penanganan yang lebih higienis dan penyajian yang lebih menarik. Sebelum dapat melakukan berbagai peningkatan itu, kita perlu terlebih dahulu melakukan pendokumentasian akan proses penanganan pangan tradisional dari *farm to table* artinya dimulai dari pemilihan bahan mentah hingga penyajiannya agar sampai ke tangan konsumen. Setelah itu diidentifikasi titik-titik kritis dari proses yang terjadi sehingga dapat diketahui pada tahapan proses mana yang perlu diberi perhatian. Umumnya pangan tradisional kurang memperhatikan sanitasi dan *higiene*, seperti kebersihan ruang pengolahan, peralatan dan pelaku produksi. Hal ini menyebabkan mikroba dapat mencemari makanan sehingga menurunkan kualitas pangan bahkan menyebabkan penyakit.

Pendokumentasian ini selain bertujuan untuk meningkatkan mutu dan keamanan pangan, juga untuk proses standardisasi terhadap makanan tradisional sehingga produk makanan tradisional seragam. Standardisasi dan registrasi menjadi masalah yang penting agar produk terhindar dari imitasi, memiliki mutu yang tinggi dan agar sesuai dengan peraturan mengenai proses produksi yang aman dan layak. Salah satu cara untuk menjamin keaslian dan kualitas yang tinggi dari produk pangan tradisional adalah dengan membuat kriteria untuk registrasinya yang akan menjadi standar bagi produksi komersialnya. Di samping itu, pangan tradisional merupakan warisan dari leluhur kita yang telah bertahun-tahun diteruskan dari generasi ke generasi. Karena perubahan gaya hidup, warisan nasional ini perlahan menghilang dan generasi masa depan mungkin tidak akan mengetahuinya. Gaya hidup kontemporer mendorong meningkatnya konsumsi produk industri. Oleh karena itu salah satu jalan yang efisien agar pangan tradisional digunakan dalam makanan sehari-hari adalah dengan melakukan registrasi dan standardisasi. Hal-hal yang dilakukan dalam tahap ini adalah melakukan pendokumentasian baik dalam bentuk dokumen tertulis maupun audiovisual sehingga teknis-teknis proses pemasakan dapat lebih dipahami dengan baik. Setelah pendataan terhadap makanan-makanan tradisional. Selain dari segi proses dan bahan yang digunakan juga meliputi juga jumlah frekuensi konsumsi masyarakat sehingga dapat dipetakan peluang pemasaran dari produk tersebut. Dengan begitu, peluang pengembangan bisnis untuk produk makanan tradisional itu juga dapat lebih jelas.

- a. **Analisis potensi produksi pangan tradisional dalam ranah industri.** Berdasarkan hasil dokumentasi, dapat dilihat produk pangan mana yang dapat berpotensi untuk dikembangkan dalam skala industri atau hanya skala kuliner. Bagian ini merupakan tindak lanjut dari hasil yang didapat pada tahap dokumentasi. Kajian ini juga meliputi potensi inovasi produk. Akan tetapi dalam melakukan inovasi, baik bahan mentah maupun proses produksi tidak banyak diubah agar menjaga karakter tradisional dari produk. Secara umum inovasi dari

produk tradisional hanya dapat diterima bila inovasi itu menjamin dan mendukung perbaikan dari persepsi dari produk pangan tradisional. Produk inovasi mencakup perubahan pada karakteristik produk, inovasi kemasan, dan kombinasi dari beberapa produk yang berbeda yang dikemas menjadi satu. Inovasi pada produk yang diterima adalah dalam hal ukuran dan komposisi baru. Ukuran baru berkaitan dengan kemasan yang lebih kecil atau variasi dari bentuk produk. Komposisi baru berkaitan dengan sedikit adaptasi terhadap flavor, warna atau aroma tetapi tanpa banyak mengubah karakter spesifik. Untuk inovasi kemasan perubahan pada desain kemasan atau perubahan pada tipe kemasan seperti penggunaan aluminium foil. Selain itu inovasi produk lainnya berkaitan dengan penyediaan bentuk yang lebih praktis dari pangan seperti penyediaan bahan mentah *kanji on kayee* dalam bentuk paket yang siap dimasak (*ready to cook*). Sehingga memudahkan orang untuk memasaknya terutama untuk sehari-hari terutama di keluarga urban frekuensi memasak makanan tradisional kurang. Hal ini dikarenakan beberapa masakan tradisional perlu waktu persiapan dan pemasakan yang lama dan menyusahkan. Terutama pada keluarga yang memiliki ibu yang bekerja, waktu yang tersedia untuk menyiapkan masakan tradisional sedikit.

b. Sistem bimbingan dan pengawasan yang efektif

Hal-hal yang perlu mendapatkan bimbingan dan pengawasan dari pemerintah dan dinas terkait adalah sanitasi, teknologi produksi, dan teknik pemasaran. Sanitasi merupakan hal yang paling penting untuk keamanan suatu produk pangan. tingkat kesadaran produsen terhadap sanitasi harus mendapatkan bimbingan secara berkesinambungan. Di sinilah peran akademisi dan dinas kesehatan harus berperan aktif. Bimbingan dan pengawasan tidak boleh dilakukan sekali saja, akan tetapi berupa bimbingan dan pengawasan yang dilakukan secara berkesinambungan

c. Pendidikan konsumen

Konsumen memiliki beragam persepsi terhadap makanan tradisional. Kesan yang dibangun pada umumnya berasal dari makanan itu sendiri. Makanan tradisional Bandung belum banyak mendapatkan sentuhan inovasi serta belum banyak dipublikasikan tentang sifat fungsionalnya bagi tubuh. Hal ini menyebabkan masyarakat tidak memandang makanan tradisional Bandung sebagai suatu makanan yang memiliki efek kesehatan yang lebih bagi tubuh. Padahal makanan tradisional pun tidak kalah berperan penting bagi kesehatan manusia. Konsumen selalu tertarik pada hal-hal yang baru dan unik. Inilah yang jarang dimiliki oleh makanan tradisional Bandung. Pembentukan *image* bahwa makanan tradisional memiliki daya saing yang tinggi seperti halnya makanan lain akan sangat mempengaruhi nilai penerimaan produk tradisional oleh masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan pendidikan konsumen secara terpadu, inovatif, dan berkelanjutan. Hal-hal yang dapat dilakukan antara lain menyisipkan materi pengetahuan tentang makanan tradisional di dalam materi pembelajaran siswa sekolah, mengangkat citra produk dengan selalu menghadirkan pada jamuan kenegaraan dan tamu-tamu dari luar Bandung maupun luar negeri, menyelenggarakan pameran makanan tradisional secara meriah dan kreatif, pemberitaan di media massa baik audio maupun visual, mengadakan berbagai lomba tentang makanan tradisional, serta melakukan inovasi-inovasi menarik agar makanan tradisional tidak lagi dianggap sebagai *old fashioned commodity*. Pendidikan konsumen ini dapat dilakukan oleh berbagai pihak seperti pihak akademisi, pihak pemerintah dalam hal ini dinas perindustrian, kebudayaan, dan pariwisata serta pihak media. Penulis memberi masukan berupa dibangunnya sebuah pusat informasi makanan tradisional. Pusat tersebut dapat berupa museum makanan tradisional ataupun bangunan unik dan kreatif lainnya yang sekaligus dapat menarik wisatawan.

d. Promosi wisata

Makanan tradisional Bandung merupakan bagian dari kebudayaan Bandung yang harus dijunjung tinggi. Kebudayaan inilah yang sering menjadi tujuan wisatawan untuk mengunjungi Bandung. Sesuai dengan program visit Bandung 2011, pariwisata Bandung harus ditingkatkan lebih baik lagi. Ini adalah peluang yang baik bagi pengembangan makanan tradisional. Salah satu contohnya adalah pembentukan tempat kunjungan wisata kuliner. Dibangunnya tempat wisata kuliner juga merupakan salah satu program pengembangan kawasan melalui pemberdayaan ekonomi yang berbasis pembangunan lingkungan, pembangunan sumber daya manusia dan pariwisata Kota Bandung dalam rangka mendukung program pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja yang mendukung lingkungan Makanan tradisional juga sebaiknya dimasukkan dalam program pariwisata. Contohnya adalah tour makanan tradisional Bandung. Keuntungan bagi wisatawan adalah mereka mendapatkan sesuatu yang berbeda dari daerah asal mereka. Kesan yang timbul setelah merasakan kelezatan makanan Bandung dapat menjadi alasan mengagumi makanan tersebut dan menumbuhkan rasa ingin kembali menikmatinya. Departemen pariwisata sebaiknya bekerja sama dengan departemen perindustrian untuk memasukkan makanan tradisional terpilih sebagai obyek kunjungan pariwisata. Pembinaan sanitasi dan higiene perlu dilakukan untuk memenuhi standar kesehatan dan melindungi konsumen. Departemen kebudayaan dapat melakukan promosi, misalnya menjadi obyek kunjungan pariwisata yang dikoordinir oleh agen-agen pariwisata.

E. Kesimpulan

Kota Bandung merupakan daerah tujuan wisata yang cukup terkenal, terutama oleh wisata belanja, dimana salah satu produknya wisatanya adalah Gastronomi (*gastronomy tourism*). Sementara itu, istilah kuliner (*culinary*) yang lebih sering terdengar di masyarakat merupakan bagian/sub daripada esensi gastronomi. Makanan

khas atau tradisional menjadi potensi bagi pengembangan wisata kuliner di Kota Bandung. Pengembangan makanan tradisional sangat penting sebagai salah satu cara pembangunan perekonomian di Kota Bandung. Adapun strategi pengembangan makanan tradisional di Kota Bandung ialah review historis dan dokumentasi makanan tradisional Bandung; penelitian penentuan komposisi zat gizi dan nongizi pangan; pendokumentasian metode produksi pangan tradisional; kajian teknis mengenai potensi produksi pangan tradisional dalam ranah industri; system bimbingan dan pengawasan yang efektif; pendidikan konsumen; dan sebagai bagian dari promosi wisata daerah.

F. Daftar Pustaka

Ernayanti, dkk. 2003. *Ensilopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura*. Deputi bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan, asdep. Urusan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Jakarta: Proyek pelestarian dan pengembangan tradisi dan kepercayaan.

Sumber lain:

www.persiatour.com, diakses pada tanggal 1 November 2012

www.pikiranRakyat.com, diakses pada tanggal 1 November 2012

CURRICULUM VITAE



Nama : Sukarno Wibowo,SE.MM.
Tempat /Tgl Lahir : Purworejo / 17 Oktober 1973
Jens Kelamin : Laki-laki
Pendidikan Terakhir : S2
Pekerjaan : Dosen
NIP : 19731017 200605 1 001
Nuptk : 5349 7516 5220 001
Alamat Kantor : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
Jl. Dr. Setiabudhi 186 Bandung, 40141,
Indonesia
Email : karno_wib@yahoo.com
Telp/HP : 022-70202973/ 081321492034

Pangkat/golongan : III C
Jabatan Fungsional : Lektor