

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA KULINER
TRADISIONAL BETAWI DI DKI JAKARTA**

DHIAN TYAS UNTARI



**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2017**

**STRATEGI PENGEMBANGAN EKOWISATA KULINER
TRADISIONAL BETAWI DI DKI JAKARTA**

DIHAN TYAS UNTARI

Disertasi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Doktor Manajemen Ekowisata
pada
Program Studi Manajemen Ekowisata Dan Jasa Lingkungan

**SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2017**

Judul Disertasi: Strategi Pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di
DKI Jakarta
Nama : Dhan Tyas Untari
NIM : E362114011

Disetujui oleh

Komisi Pembimbing

Dr Ir Ricky Avenzora, M.Sc.F
Ketua

Prof Dr Ir Daulung Darusman, MA
Anggota

Dr Ir Joko Prihatno, MM
Anggota

Dr Ir Hornios Arief, M.Sc.F
Anggota

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Manajemen Ekowisata Dan
Jasa Lingkungan

Dr Ir Rachmad Hermawan, M.Sc.F



Dr. Irena Kumala, M.Si

Tanggal Lulus: 28 AUG 2017

Tanggal Ujian Tertutup :
28 Juli 2017
Tanggal Sidang Promosi
Ujian Terbuka :
28 Agustus 2017

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingginya potensi kuliner sebagai penunjang kegiatan wisata bukan hanya karena fungsinya sebagai pemenuh kebutuhan pokok tetapi lebih jauh kuliner dapat digunakan sebagai alat politik dalam memperkenalkan budaya yang dimiliki kepada masyarakat dunia. Keragaman kebutuhan manusia terhadap kuliner saat ini semakin berkembang, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan biologis semata, tapi saat ini kuliner juga menunjukkan posisi status ekonomi seseorang. Kuliner merupakan sebuah refleksi budaya dan hubungan yang terjadi antara manusia dan ekologi lingkungannya (Marten 2001).

Produksi kuliner akan sangat terkait dengan ketersediaan bahan baku kuliner yang disediakan oleh lingkungannya, dengan demikian pembahasan tentang kuliner tradisional Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis. Tetapi dalam perkembangannya kuliner asing dan kuliner *fusion* semakin mempersulit mencari ceruk pasar bagi pengembangan kuliner tradisional Indonesia. Oleh sebab itu perlu sebuah penanganan yang intensif dan berkelanjutan dalam menangani dan mengembangkan kuliner di Indonesia, agar potensi kuliner yang ada di Indonesia dapat dikelola secara maksimal.

Makanan sebagai produk kuliner menjadi salah satu indikasi keberhasilan pembangunan yang berkelanjutan di sebuah negara, dimana penekanan terhadap pemenuhan kebutuhan pangan penduduk menjadi salah satu indikatornya. Penduduk sebagai salah satu objek pembangunan mengalami tren naik hingga mencapai 5,8 milyar (World Bank; 2013), hal ini juga terjadi di Indonesia dimana proyeksi peningkatan penduduk akan mencapai 1,38 persen pertahun (Bapenas; 2013). Populasi penduduk di Asia yang begitu besar mengakibatkan besarnya persentase konsumsi pangannya (Indonesia > 47%; Myanmar > 70,1%; Kamboja > 70%; Filipina > 47%; Thailand > 40%; Singapura > 20% dan; Vietnam > 50%). Sedangkan negara di Amerika dan Kanada dengan penduduk lebih dari 300 juta memiliki proporsi nilai konsumsi makanan kurang lebih 15%, Australia < 20% (FAO; 2014). Dengan demikian maka bisnis kuliner dengan menyediakan kebutuhan pangan memiliki peluang yang sangat besar, baik dimasa kini maupun masa akan datang.

Masuknya industri kuliner ke dalam bagian dari *roadmap* pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan kesadaran pemerintahan akan besarnya potensi ekonomi yang ada didalamnya. Subsektor kuliner menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada tahun 2011 (Investor Daily; 2012 dalam Susanti; 2014). Sektor industri ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, dapat dilihat dari; peningkatan jumlah industri pangan yang mencapai 6,61 persen (Bps; 2013); pertumbuhan usaha restoran/rumah makan berskala menengah dan besar yang mencapai rata-rata 17 persen pertahun dengan proporsi tertinggi berada di DKI Jakarta yang mencapai jumlah 1361 pada tahun 2011 (Kemenparekraf; 2014). Secara mikro pertumbuhan industri kuliner merupakan mata rantai kegiatan yang sangat panjang dan luas dari berbagai kegiatan yang menampung penyerapan

tenaga kerja, terlihat bahwa ; rata-rata setiap restoran/rumah makan mempekerjakan 28 orang (Kemenparekraf, 2014). Dengan potensi ekonomi dari industri kuliner memberikan dampak yang cukup luas baik secara mikro maupun makro dan untuk menjaga keberlanjutan industri kuliner, maka pengembangan industri kuliner hendaknya mulai diarahkan pada pemanfaatan dan mengedepankan nilai-nilai kelokalan.

Indonesia merupakan negara yang luas dengan keragaman dan dengan kekayaan yang dimilikinya mempunyai probabilitas yang cukup tinggi untuk dapat menguasai pariwisata dunia melalui pengembangan kuliner tradisional. Nusantara dengan luasnya yang mencapai 1.990.250 km² terbentang dari Sabang sampai Marauke, terdiri dari lautan serta daratan dengan berbagai klasifikasinya, menyimpankekayaan ragam kuliner tradisional yang sangat luar biasa. Hal ini cukup beralasan karena perbedaan karakter tanah di berbagai wilayah sangat berpengaruh pada keragaman sumber bahan pangan yang diolah oleh masyarakat (Eng, 1996), belum lagi prosesi masak, alat masak dan penyajian makanan yang berbeda antara satu suku dengan suku yang lain. Dapat kita bayangkan Indonesia memiliki ribuan pulau besar dan kecil yang berjumlah 13.466 pulau (Badan Informasi Geospasial; 2014) dimana didalamnya terdapat lebih dari 300 kelompok etnikdan 1.340 suku bangsa. Keragaman tersebut menambah panjang daftar kuliner tradisional yang dimiliki oleh Indonesia (Marliyati, SA; Dwi Hastuti and Tiuma Sinaga; 2013). Keanekaragaman kuliner yang dimiliki Indonesia merupakan sebuah aset maka akan sangat disayangkan jika dibiarkan terdistorsi dan terkikis oleh konsep modernisasi.

Diantara sekian banyak jenis kuliner tradisional, Kuliner Tradisional Betawi merupakan salah satu kuliner yang sangat menarik untuk dicermati secara lebih mendalam, mengingat budaya Betawi memiliki nilai historis dan nilai sosial yang cukup tinggi baik dalam perkembangan sosiologi budaya maupun dalam sejarah besar perkembangan Indonesia. Betawi merupakan penduduk asli Jakarta yang tinggal dan berkembang di wilayah DKI Jakarta, terbentuk sekitar abad ke-17 yang merupakan hasil dari campuran beberapa suku bangsa seperti Bali, Sumatera, Cina, Arab dan Portugis (Jakarta.go.id). Avenzora et al (2014) dalam penelitiannya menemukan kurang lebih terdapat 86 makanan khas Betawi, hanya sangat disayangkan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi sebagai refleksi dari Budaya Betawi saat ini mulai tersisih. Konsep modernisasi membawa Kuliner Tradisional Betawi pada ambang kemusnahan, selain itu pandangan *xenosentrisme* membuat masyarakat Betawi sendiri kurang memiliki rasa kebanggaan terhadap Kuliner Tradisional Betawi, sedangkan masyarakat Betawi seharusnya dapat menjadi agen dalam pengembangan Kuliner Tradisional Betawi.

Positioning pasar Kuliner Tradisional Betawi yang mengalami *turn around* saat ini merupakan gambaran bahwa terdapat GAP antara potensi pasar yang ada dengan kemampuan dalam pengelolaan potensi tersebut. Betawi adalah salah satu suku yang memiliki variasi kuliner yang cukup banyak dan secara teori, Kuliner Tradisional Betawi memiliki potensi pengembangan yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi penduduk DKI Jakarta yang mencapai 10 juta jiwa ditambah populasi warga wilayah penyangga yang beraktivitas di DKI Jakarta sehingga kurang lebih total populasi di DKI Jakarta mencapai 20 juta (Avenzora et al,

2014). Tetapi kenyataannya potensi pasar yang ada di DKI Jakarta tidak dapat meningkatkan popularitas Kuliner Tradisional Betawi. Avenzora et al (2014) dalam penelitian menemukan bahwa tidak lebih dari setengah dari jumlah variasi Kuliner Tradisional Betawi yang dikenal dan dijual secara kontinu. Pengelolaan yang intensif dan profesional adalah hal yang dibutuhkan untuk mengembangkan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi. Kuliner Tradisional Betawi saat ini kurang mendapatkan perhatian yang cukup sehingga variasi Kuliner Tradisional Betawi yang ada tidak seluruhnya dikenal oleh masyarakat.

Pengembangan Ekowisata Kuliner dengan berbasis pada nilai-nilai kelokalan memiliki posisi yang sangat strategis baik dalam hal pengembangan wilayah, konservasi budaya dan pemberdayaan masyarakat. Pariwisata secara umum memberikan peranan yang cukup besar dalam pengembangan sebuah wilayah baik dari segi ekonomi maupun sosial. Bahkan Trebicka (2016) dalam tulisannya menunjukkan bahwa di Albania, Wisata memberi kontribusi langsung diperkirakan 5,6% hingga 6,1% dari GNP hingga tahun 2024, dan di Indonesia sektor wisata merupakan lima besar sektor penyumbang devisa terbesar (Dewi, 2012). Hanya saja perkembangan ekowisata di setiap negara belum dipisahkan dari sektor wisata sehingga sulit untuk menghitung kontribusi riil sektor ekowisata bagi sebuah wilayah. Ekowisata berbasis kelokalan memiliki nilai yang sangat strategis dalam *intercultural dialogue*, perlindungan dan promosi kekayaan budaya baik yang *tangible* dan *intangible* (Urošević, 2012). Disisi lain, pengembangan ekowisata kuliner memiliki dampak *multiplier effect* yang cukup tinggi bagi masyarakat. Pengembangan ekowisata kuliner melibatkan berbagai *stakeholder*, dan pengembangan ekowisata kuliner memberikan dampak positif baik bagi masyarakat melalui serapan tenaga kerjanya, maupun dampak positif bagi ekologi baik ekologi manusia maupun ekologi lingkungan, walau tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan wisata dapat memberi dampak negatif bagi budaya dimana terjadinya degradasi nilai (Oktaviyanti, 2013). Terkait dengan kuliner tradisional, pengembangan kuliner tradisional *base on market view* akhirnya menjebak pada situasi hilangnya keotentikan sebuah kuliner, disisi lain *unthenticity* merupakan hal yang utama dalam pengembangan kuliner tradisional (Widyakusumastuti, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut dinilai sangat perlu untuk memusatkan perhatian pada pengembangan ekowisata Kuliner Tradisional Betawi, mengingat Betawi merupakan cikal bakal budaya dan identitas budaya DKI Jakarta, selain itu pengembangan ekowisata Betawi akan memberikan dampak bagi masyarakat baik sebagai pengusaha maupun sebagai konsumen juga dapat mendorong keinginan masyarakat untuk melestarikan budaya dan lingkungannya, dimana keberlanjutan sebuah kuliner tradisional akan sangat tergantung pada ketersediaan alam sebagai pemasok bahan kuliner.

Rumusan Masalah

Memperhatikan berbagai dinamika yang terjadi di DKI Jakarta yang telah dipaparkan di atas, maka setidaknya terdapat empat aspek terkait masalah eksistensi Kuliner Tradisional Betawi, yaitu menyangkut aspek sosial masyarakat, aspek produk serta pemasaran, aspek manajerial dan aspek dukungan pemerintahan. Aspek sosial masyarakat terkait cara pandang Masyarakat Betawi terhadap Kuliner Tradisional Betawi. Masalah produk dan pemasaran terkait dengan penetrasi pasar Kuliner Tradisional Betawi yang kurang optimal pada saat ini dan peluang pasar yang belum termanfaatkan secara total. Masalah berikutnya adalah aspek manajerial yang terkait pada tata kelola sumber daya pendukung bisnis kuliner tradisional yang belum maksimal. Untuk mendukung keberlanjutan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi memerlukan sebuah dukungan dari Pemerintah yang dirasa saat ini masih sangat kurang.

Cara pandang masyarakat Betawi terhadap Kuliner Tradisional Betawi memberikan sebuah pengaruh yang sangat signifikan terhadap perkembangan Kuliner Tradisional Betawi, mengingat masyarakat Betawilah yang berperan sebagai agen bagi keberlanjutan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi. *Xenosentrisme* seringkali dialami oleh banyak komunitas dinegara berkembang, hal ini juga dialami oleh masyarakat Betawi, konsep modernisasi membuat masyarakat Betawi sendiri kurang memiliki rasa bangga terhadap Kuliner Tradisional Betawi sehingga informasi tentang Kuliner Tradisional Betawi tidak diturunkan secara utuh dari generasi ke generasi berikutnya. Maka logis jika banyak variasi Kuliner Tradisional Betawi yang saat ini mulai terlupakan. Pada aspek pasar, popularitas Kuliner Tradisional Betawi yang kurang dikarenakan produksi dan pemasaran yang dilakukan tidak berkesinambungan, sehingga penetrasi pasar yang dilakukan tidak mampu membuat produk-produk Kuliner Tradisional Betawi sampai pada titik popularitasnya.

Di sisi lain, secara teori pengembangan kuliner di DKI Jakarta memiliki peluang yang sangat besar mengingat peranannya sebagai kota utama di Indonesia yang berfungsi sebagai pusat pemerintahan, pusat bisnis dan ekonomi, maka DKI Jakarta menjadi salah satu kota dengan populasi terbanyak, ditambah lagi jumlah populasi penduduk pada daerah penyangga yang tidak kalah padat, semakin membuka peluang bagi pengembangan kuliner di DKI Jakarta, hanya saja sangat disayangkan pengembangan wisata kuliner di DKI Jakarta saat ini kurang mengedepankan Kuliner Tradisional Betawi sebagai identitas regional DKI Jakarta. Bahkan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta melalui web nya www.jakarta.go.id kurang mengekspose potensi Kuliner Tradisional Betawi yang ada di DKI Jakarta. Hal lain yang juga menjadi perhatian dalam pengembangan kuliner tradisional adalah belum terkelolanya sumber daya pendukung pengembangan bisnis Kuliner Tradisional Betawi dengan baik. Mayoritas pengusaha Kuliner Tradisional Betawi dalam klasifikasi UMK, dengan demikian permodalan masih menjadi masalah dalam pengembangan bisnisnya, selain itu keterbatasan kemampuan dan pengetahuan tentang Kuliner Tradisional Betawi menyebabkan originalitas Kuliner Tradisional Betawi saat ini sulit untuk dipertahankan.

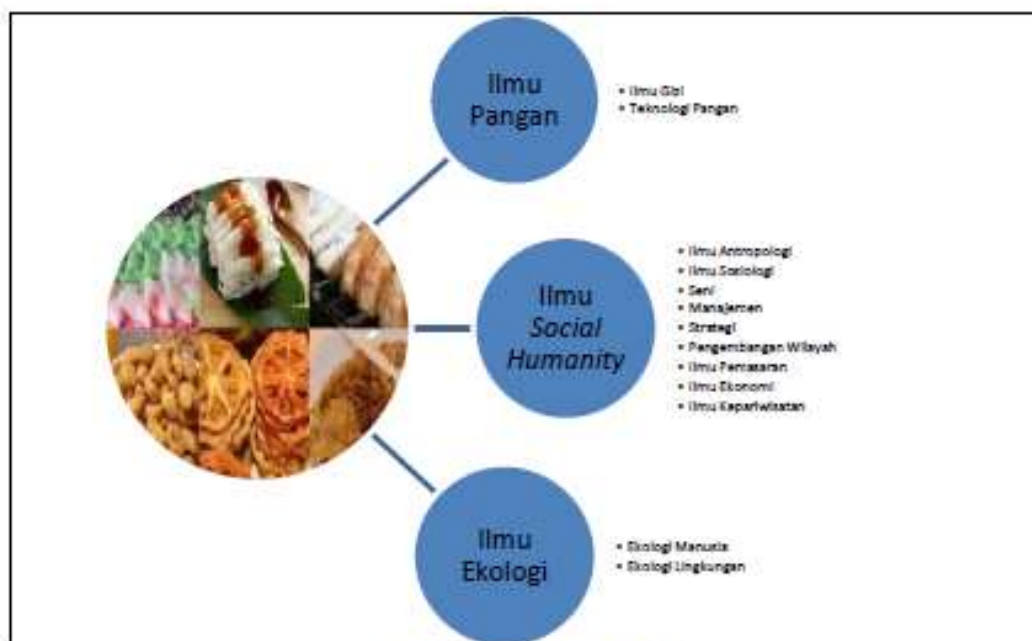
Terjadi paradoks antara besarnya peluang pasar dan eksistensi Kuliner Tradisional Betawi yang terdistorsi saat ini menjadi sebuah tantangan bagi pengembangan Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta. Mempertimbangkan berbagai masalah tersebut, maka permasalahan yang perlu untuk dicari jawabannya melalui penelitian ini adalah bagaimana mengoptimalkan potensi kuliner tradisional Betawi guna meningkatkan manfaat ekonomi dan memperkuat identitas regional di DKI Jakarta.

Tujuan Penelitian dan Sasaran

Sebagaimana telah dijabarkan pada permasalahan di atas maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengangkat kembali eksistensi Kuliner Tradisional Betawi. Secara khusus terdapat beberapa tujuan operasional dalam penelitian, yaitu: a). menganalisis potensi Kuliner Tradisional Betawi; b). menganalisis dan menguji representasi sosial budaya kuliner pada masyarakat DKI Jakarta; c). menganalisis *positioning* permintaan dan penawaran pasar wisata kuliner di DKI Jakarta; d). menganalisis orientasi psikologis (Persepsi, Motivasi dan Preferensi) *stakeholder* terhadap pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi; dan e). membangun Strategi Pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta. Merujuk pada permasalahan dan tujuan yang telah ditetapkan maka melalui penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan budaya lokal melalui pengembangan Kuliner Tradisional Betawi dan menciptakan pasar Kuliner Tradisional Betawi sehingga mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya pada pasar kuliner secara global.

Ranah Keilmuan

Permasalahan dalam pengembangan Strategi Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi di DKI Jakarta merupakan hal yang sangat kompleks. Dibutuhkan sinergi antar multidisiplin ilmu. Dalam persiapan dan pelaksanaan penelitian Strategi Pengembangan Ekowisata Kuliner DKI Jakarta didukung oleh beberapa ilmu yaitu ilmu pangan, ilmu *social humanity*, dan ilmu ekologi. Ilmu pangan dibutuhkan untuk mengembangkan rekayasa teknologi pangan dan terkait kandungan gizi dari sebuah sumber pangan. Sedangkan ilmu *social humanity* digunakan untuk mengupas nilai sosial budaya dari sebuah masyarakat dimana kuliner merupakan refleksi budaya, sehingga dalam hal ini peneliti akan mencari sumber-sumber referensi dari ilmu antropologi dan budaya, ilmu sosiologi, seni, manajemen, strategi, pengembangan wilayah khususnya *urban communities*, dan ilmu pariwisata. Kuliner merupakan refleksi hubungan masyarakat dengan lingkungannya, dengan demikian ilmu ekologi menjadi salah satu sumber referensi dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Gambaran peranan masing-masing ilmu dalam penelitian akan dijabarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Ranah Keilmuan

Novelty

Dalam penelitian disertasi, mencari sesuatu yang baru dan berbeda dari penelitian-penelitian yang sudah dikembangkan merupakan sebuah keharusan dan tantangan. Penelitian tentang kuliner dan pengembangannya sudah pernah dilakukan sebelumnya, tetapi penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya hanya bersifat parsial. Peneliti hanya menitikberatkan pada beberapa aspek saja seperti aspek sosial wisatawan terkait preferensi, motivasi dan persepsi masyarakat terhadap produk kuliner (Williams, dan Karim, 2003 ; Parma, 2012; Budiasa, 2011; Rina, 2012). Aspek lain yang sering menjadi topik penelitian adalah aspek pemasaran terkait pengembangan produk (Hashimoto dan David, 2003); promosi (Frochot, 2003; Du Rand, Ernie dan Nic , 2003; Novalina, 2008) dan persepsi dan minat wisatawan terhadap kuliner tradisional (Colen dan Avieli, 2004; Sulaiman dan Ilham, 2010); serta aspek bisnis kuliner (Sutami, 2012; Mestika dan Putu, 2013); bahkan beberapa penelitian hanya menginventarisasi dan mengidentifikasi potensi wisata di suatu wilayah (Avianti, 2007; Octaria, 2007). Sehingga dengan model penelitian yang dikembangkan tersebut maka output yang dihasilkan dirasa kurang komprehensif. Salah satu penelitian yang lebih lengkap dan mengkaitkan beberapa aspek yaitu aspek bisnis, aspek pemasaran dan potensi wisata kuliner adalah penelitian yang pernah dilakukan oleh Avenzora et al (2014), hanya saja penelitian tersebut belum berhasil memetakan potensi kuliner pada peta budaya di wilayah yang menjadi objek penelitiannya, selain itu penelitian tersebut juga belum memetakan secara psikologis *positioning* persepsi, motivasi dan preferensi masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan Ekowisata Kuliner Tradisional Betawi.

Berdasarkan penjelasan di atas maka setidaknya diharapkan terdapat tiga aspek pembaharuan yang bisa dihasilkan dalam penelitian ini, yaitu berkaitan aspek input, aspek metodologi dan aspek output. Pada aspek input, penelitian menggunakan metode imparial, dimana data input dalam penelitian ini melibatkan berbagai *stakeholder* yang berkepentingan dan ikut serta dalam pembangunan ekowisata kuliner di DKI Jakarta; selain itu terkait lokus penelitian, selama ini Kuliner Tradisional Betawi belum pernah diangkat dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Sedangkan dalam konteks aspek metodologi, peneliti menggunakan metode analisis strategi yang sistematis dari proses pencarian *key factor* hingga menghasilkan alternatif strategi. Pada aspek output penelitian akan menghasilkan inventarisasi dan potensi Kuliner Tradisional Betawi dalam “peta tatanan budaya kuliner” Masyarakat Betawi secara lebih komprehensif, yang berguna bagi pengembangan Kuliner Tradisional Betawi baik dalam konteks sosial, budaya maupun pembangunan wilayah untuk masa depan.