

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI



EKSPLORASI POTENSI WISATA KULINER
DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN
PARIWISATA DI KABUPATEN NATUNA
Adiguna Tumpuan

ANALISIS JARINGAN SYARAF TIRUAN
UNTUK MEMPREDIKSI TINGKAT PENGUNJUNG
RESTORAN DI DESA SEBONG PEREH DENGAN
MODEL FUZZY
Ayu Aprilyana Kusuma Dewi

OPTIMALISASI PROMOSI DINAS PARIWISATA
BADUNG TERHADAP DAYA TARIK WISATA BADUNG
DI ERA PANDEMI COVID-19
I Wayan Agus Selamat, Ni Luh Gede Novi Wulandari



JOURNEY

(Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management)

E-ISSN 2654-9999

P-ISSN 2774-1923

PENGELOLA

PEMBINA

Prof. Dr. Ir. Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag.

KETUA EDITOR

Dinar Sukma Pramesti, S.T., M.T.

ANGGOTA EDITOR

1. Luh Sri Damayanti, S.Pd., M.Pd. (PIB)
2. Elsita Lisnawati Guntar, S.S., M.Pd. (STIE BIITM)
3. Yudha Eka Nugraha, S.Kesos., M.Par. (PNK)
4. Ni Putu Premierita Haryanti, S.Sos., S.E., M.A. (UNUD)
5. M. Setia Dharmawan Suarsana, S.Kom. (PIB)
6. I Made Kresna Dana, S.Kom. (PIB)
7. Pande Gede Rama Wiguna Duarja, A.Md. (PIB)

MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. Ir. Syamsul Alam Paturusi, MSP. (UNUD)
2. Dr. Nararya Narottama, S.E., M.Par., M.Rech. (UNUD)
3. Dr.(c) Ir. Deddy Kurniawan Halim, M.M., Ph.D. (PIB)
4. Dr. A. A. Nyoman Sri Wahyuni, S.E., M.Si. (PIB)
5. Dr. I Wayan Agus Anggayana, S.Pd., M.Pd. (TRIATMA)
6. A. A. Ayu Arun Suwi Arianty, S.ST.Par., M.Par., M.Rech., CHE. (IPBI)
7. Putu Eka Wirawan, S.ST.Par., M.Par. (IPBI)
8. Kadek Feni Aryati, S.Pd., M.Pd. (IPBI)
9. Ersy Ervina, S.Sos., M.M.Par.
10. Made Handijaya Dewantara, S.ST.Par., M.Par., M.Pro. (PRASMUL)

ALAMAT

PIB Press, Politeknik Internasional Bali
Jalan Pantai Nyanyi, Tanah Lot, Desa Beraban, Kecamatan Kediri,
Kabupaten Tabanan, 82121, Bali - Indonesia
Telepon : +62 361-880099, +62 8113995658, +62 81997899889
Email : pibpress@pib.ac.id || lppm@pib.ac.id
Website : <http://lppm.pib.ac.id>

JOURNEY

(JOURNAL of TOURISMPRENEURSHIP, CULINARY, HOSPITALITY,
CONVENTION and EVENT MANAGEMENT)

Daftar Isi

Kata Sambutan	ii
Analisis Jaringan Syaraf Tiruan Untuk Memprediksi Tingkat Pengunjung Restoran Di Desa Sebong Pereh Dengan Model <i>Fuzzy</i> Ayu Aprilyana Kusuma Dewi	1
Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran I Made Rony Mulia Kusuma Putra, Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani	7
Bebek Betutu Sebagai Kuliner <i>Upakara</i> Umat Hindu, Dalam Kaitan Budidaya Bebek Bali Dan Revitalisasinya Saat Ini Anastasia Sulistyawati	17
Dekonstruksi Kue Khas Kalimantan Menjadi <i>Western Dessert</i> Rizqy Prasetyani Putri, Anastasia Sulistyawati, Billy Tanius	33
Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perkembangan Pariwisata Di Kabupaten Natuna Adiguna Tumpuan	41
Lawar Kuliner Bairawa Menuju Kuliner Pariwisata Khas Bali Esther Lia Margaretha, Anastasia Sulistyawati	51
Modifikasi Hidangan Penutup Barat Menggunakan Bunga Kecombrang Nur Tasya Safitri, Billy Tanius, Ni Nyoman Widani	63
Optimalisasi Promosi Dinas Pariwisata Badung Terhadap Daya Tarik Wisata Badung Di Era Pandemi Covid-19 I Wayan Agus Selamat, Ni Luh Gede Novi Wulandari	71
Model '<i>Planned Behavior</i>' Wisatawan Milenial Dalam Mengunjungi Destinasi Di Indonesia Jessyca Yulianty	77
Dampak Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Merek (Studi Kasus Adopsi Beruang Madu Oleh Hotel Four Points By Sheraton Balikpapan) Georgiana Franita, Rimalinda Lukitasari, Luh Sri Damayanti	87

KATA SAMBUTAN

Om Swastiastu,

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena atas berkatnya dan melalui upaya yang sungguh-sungguh dari redaksi maka Jurnal Ilmiah JOURNEY Volume 5 Nomor 1, Juni 2022 dapat diterbitkan sesuai dengan rencana. Saya selaku Direktur Politeknik Internasional Bali (PIB) menyambut baik terbitnya jurnal ilmiah ini, sebagai pelaksanaan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian ilmiah.

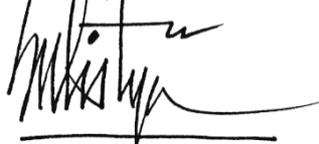
Sebagai perguruan tinggi swasta sudah merupakan suatu keharusan memiliki jurnal ilmiah, untuk wadah mempublikasikan hasil-hasil penelitian dan atau pemikiran-pemikiran ilmiah dari para sivitas akademiknya, dalam rangka ikut menyebarkan ilmu pengetahuan tersebut kepada masyarakat luas. Kajian-kajian ilmiah ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa, dosen maupun pihak lain dalam rangka mengembangkan pemikiran dan memajukan dunia pendidikan dan kepariwisataan.

Melalui kesempatan ini saya sangat berharap kepada para Dosen di PIB dapat melaksanakan salah satu *dharma* (kewajiban) dalam fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan yang disyaratkan oleh UU No. 12 Tahun 2005 dan UU No. 14 Tahun 2005. Semua hasil penelitian sivitas akademika akan dimuat ke dalam jurnal ilmiah ini secara berkesinambungan, secara periodik, dan akan terus ditingkatkan sampai menjadi Jurnal Ilmiah yang terakreditasi oleh Dikti.

Sebagai kata penutup, saya sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dewan redaksi yang telah berkerja keras dalam upaya penerbitan jurnal ilmiah PIB ini. Demikian juga kepada segenap sivitas akademika yang telah menyumbangkan karya ilmiahnya.

Om Shanti Shanti Shanti Om

Tarah Lot, 30 Juni 2022
Politeknik Internasional Bali
Direktur,



Prof.Dr.Ir. Anastasia Sulistyawati, M.S.,M.M.,M.Mis.,D.Th.,Ph.D.,D.Ag.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 1-6

ANALISIS JARINGAN SYARAF TIRUAN UNTUK MEMPREDIKSI TINGKAT PENGUNJUNG RESTORAN DI DESA SEBONG PEREH DENGAN MODEL FUZZY

ANALYSIS OF ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS FOR PREDICTING THE RATE OF RESTAURANT VISITORS IN SEBONG PEREH VILLAGE WITH FUZZY MODEL

Ayu Aprilyana Kusuma Dewi
Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Bintan Cakrawala
apriyana.beklencipss15@gmail.com

Received:05/05/2022

Revised:10/05/2022

Accepted:19/05/2022

Abstrak

Prediksi jumlah pengunjung dapat membantu pihak manajemen restoran, penguasaha dan instansi terkait. Penelitian ini diharapkan dapat memantau & mengantisipasi pada membludaknya tingkat pengunjung. Dalam penelitian ini memakai model *fuzzy* & jaringan syaraf tiruan (JST) untuk memprediksi tingkat pengunjung restoran dan tingkat keakuratan model *fuzzy* pada proses memprediksi tingkat pengunjung. Metode yang dipakai dipenelitian ini adalah metode Mamdani dengan mengelompokkan data *training* dan *testing*, lalu memilih *input output*. Tahap berikutnya memutuskan fungsi keanggotaan menurut himpunan tersebut, serta menyusun aturan *fuzzy* berdasarkan data *training* hingga membuat sebuah model *fuzzy*. Terakhir menentukan tingkat keakuratan model *fuzzy* yang diperoleh dari nilai MSE dan MAPE dalam data *training* & *testing*. Penerapan model *fuzzy* diterapkan untuk tingkat kunjungan restoran di periode Januari 2017 sampai Desember 2019. Hasil prediksi menggunakan model *fuzzy* memperlihatkan bahwa tingkat keakuratan yang dihasilkan menggunakan input *lag* 12 dan *lag* 1 lebih baik dibandingkan menggunakan input *lag* 2 dan *lag* 1. Hal tersebut didapat menurut nilai MSE & MAPE yang lebih kecil mempunyai tingkat kesalahan prediksi lebih rendah. Pada data *training*, model *fuzzy* memakai *lag* 12 & *lag* 1 menghasilkan nilai sebesar 10064 dan 9,4139%, sedangkan dengan menggunakan input *lag* 2 & *lag* 1 menghasilkan nilai 10238 dan 10,0847%. Untuk data *testing* model *fuzzy* menghasilkan nilai 8723 dan 7,9674%, apabila memakai input *lag* 2 & *lag* 1 menghasilkan nilai sebesar 9203 dan 11,4103%.

Kata Kunci: Prediksi Tingkat Pengunjung, Jaringan Syaraf Tiruan, Model *Fuzzy*

Abstract

Prediction of the number of visitors can help the restaurant management, businessmen and related agencies. This research is expected to be able to monitor & anticipate the increasing number of visitors. In this study, using a fuzzy model & artificial neural network (ANN) to predict the level of restaurant visitors and the accuracy of the fuzzy model in the process of predicting the level of visitors. The method used in this research is the Mamdani method by grouping training and testing data, then selecting input and output. The next stage is deciding the membership function according to the set, and compiling fuzzy rules based on the training data to create a fuzzy model.

Finally, determine the level of accuracy of the fuzzy model obtained from the MSE and MAPE values in the training & testing data. The application of the fuzzy model is applied to the level of restaurant visits in the period January 2017 to December 2019. The prediction results using the fuzzy model show that the level of accuracy generated using lag 12 and lag 1 inputs is better than using lag 2 and lag 1 inputs. Smaller MSE & MAPE have lower prediction error rates. In the training data, the fuzzy model using lag 12 & lag 1 produces values of 10064 and 9.4139%, while using input lag 2 & lag 1 produces values of 10238 and 10,0847%. For data testing the fuzzy model produces values of 8723 and 7.9674%, when using input lag 2 & lag 1 it produces values of 9203 and 11.4103%, respectively.

Keywords: Visitor Rate Prediction, Neural Network, Fuzzy Model

1. PENDAHULUAN

Desa Sebung perih adalah desa yang berada di Kecamatan Teluk Sebung, Kabupaten Bintan, Provinsi Riau, desa ini menjadi sebagai destinasi wisata yang diminati. Dimana Desa Sebung Perih sudah menyediakan fasilitas agar sektor pariwisata di desa tersebut terus meningkat. Maka menurut itu perangkat desa bersama warga diperlukan melakukan perbaikan sampai peningkatan fasilitas yang diperlukan bisa memikat pengunjung untuk menikmati kuliner khas desa tersebut. Secara umum, restoran menjadi destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan untuk menikmati kuliner atau olahan khas, yang dimana sebuah restoran juga umumnya menyuguhkan keunikan tersendiri menjadi daya tarik, baik melalui sajian makanan, hiburan juga tampilan fisik bangunan. Kualitas suatu restoran dapat dipandang menurut tingkat pengunjung restoran tersebut. Apabila jumlah pengunjung restoran tersebut banyak, maka bisa dikatakan restoran tersebut menarik minat para wisatawan untuk menikmati suguhan sajian khas restoran tersebut. Untuk tingkat pengunjung restoran sebagai unsur pada menghitung restoran. Besarnya tingkat kunjungan restoran bisa dijadikan indikator tentang prediksi tingkat kunjungan wisatawan terhadap restoran tersebut. Memprediksi tingkat kunjungan restoran sangat penting dilakukan ditahap pengambilan keputusan untuk mengelola sarana pendukung sektor pariwisata di Desa Sebung Perih.

Pada penelitian ini mengenai prediksi tingkat pengunjung restoran menggunakan model *fuzzy* yang dapat mengatasi adanya ketidakpastian data. Model *fuzzy* sangat cocok dipakai dalam penelitian ini dikarenakan model ini dapat melakukan pemetaan *input* ke pada *output* tidak mengabaikan faktor yang sudah

ada. Dipenelitian ini, disusun untuk memutuskan suatu *input* berisi tingkat pengunjung restoran yang akan dipetakan ke pada suatu *output* yang berisi himpunan *fuzzy*.

Penelitian terkait jaringan syaraf tiruan dan tingkat pengunjung telah banyak dilaksanakan oleh beberapa peneliti seperti Alven Safik Ritonga, Suryo Atmoho (2018) mengembangkan model JST untuk memprediksi jumlah mahasiswa baru di PTS Surabaya. Pada penelitian lainnya yang dilaksanakan oleh Musli Yanto, dkk (2020) menjelaskan perihal penganalisisan *forecasting* menggunakan metode *artificial neural network* (ANN) untuk menghasilkan dan menunjukkan angka jumlah kunjungan tamu hotel dengan menampilkan tingkat kesalahan dan nilai MAPE sebagai nilai akurasi. Selain itu penelitian yang menggunakan metode *fuzzy* memprediksi tingkat tamu yang menginap dihotel oleh Okto Mukhotim (2014) dengan membangun sebuah aplikasi untuk memprediksi tingkat tamu yang menginap di hotel berbintang Provinsi DIY dengan menggunakan pemodelan *fuzzy* metode *mamdani*.

Jaringan syaraf tiruan adalah sistem pengolahan informasi yang di desain untuk menirukan cara kerja otak manusia dalam mengelola permasalahan. Hal yang bisa dilakukan JST adalah mengenal aktivitas dari masa lalu berbentuk basis data. Data dimasa lalu akan dipelajari oleh syaraf tiruan sehingga memiliki kemampuan untuk memilih keputusan terhadap data yang belum pernah dipelajari. Pemodelan ini memiliki kemampuan untuk melakukan tugas tertentu pada pengenalan pola dengan efektifitas jaringan tinggi. Sebagai sistem yang bisa menirukan perilaku manusia, diharuskan memiliki ciri utama yang dapat ditunjukkan seperti:

1. Menyimpan data
2. Mengolah data yang ada untuk digunakan dalam melakukan pekerjaan & menarik kesimpulan
3. Melakukan adaptasi pada lingkungan baru
4. Dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan penggunanya

Secara sederhana sistem jaringan syaraf tiruan merupakan sebuah alat pemodelan data statis non-linier, selain itu dapat digunakan sebagai model untuk hubungan yang kompleks antar *input output* dalam mengumpulkan data.

Logika *fuzzy* adalah contoh logika untuk membangun *soft computing*. Sedangkan dasar dari *fuzzy* merupakan teori himpunan *fuzzy* yang berperan pada derajat keanggotaan menjadi penentu eksistensi elemen suatu himpunan. Nilai keanggotaan sebagai sebuah karakteristik utama pada tahap penalaran dengan menggunakan logika *fuzzy*. Terkadang kecenderungan antar anggota *fuzzy* menggunakan probabilitas, mengakibatkan sebuah kerancuan. Dimana keduanya mempunyai sebuah nilai dalam interval $[0,1]$ namun pada interpretasi nilai yang didapat tidak sinkron antara kedua masalah tersebut. Dalam probabilitas mengindikasikan proporsi terhadap suatu hasil bernilai benar pada jangka panjang sedangkan keanggotaan *fuzzy* memberikan suatu ukuran terhadap pendapat atau keputusan.

2. METODE

Metode pada penelitian ini adalah suatu tahapan untuk menyelesaikan masalah dengan metode ilmiah. Metode penelitian perlu digunakan pada berbagai kriteria agar setiap permasalahan dapat dipecahkan secara sistematis. Adapun pada penelitian ini digambarkan dalam bentuk skematis. Dalam metode ini menyajikan alur rancangan setiap langkah prosesnya, yaitu pengumpulan data, pemisahan data, pelatihan data, perancangan struktur jaringan dan pelatihan JST dan *fuzzy* serta memprediksi jumlah pengunjung. Analisis ini sangat dibutuhkan dalam menguji keakuratan dalam mengolah data (Ahmad Revi, 2019).

Metode komputasi yang meniru sistem jaringan syaraf biologis dapat menggunakan konsep jaringan syaraf tiruan (JST) (Agus Perdana Windarto, 2018). Pada jaringan ini mengimplementasikan algoritma *fuzzy* yang

memiliki kemampuan menyeimbangkan antara kemampuan mengenali pola dan memberikan respon yang benar (Distyan, 2018).



Gambar 1. Alur Perancangan JST dan Fuzzy

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan bertambahnya waktu, perkembangan restoran dan jumlah pengunjung yang tidak tetap. Dengan mengetahui jumlah pengunjung untuk menentukan anggaran pengeluaran membeli bahan makanan guna mengurangi bahan makanan yang terbuang saat jumlah pengunjung tidak mencapai target. Bila terdapat peningkatan jumlah pengunjung yang tidak terduga dapat pula menjadi penyebab kesulitan bagi pihak restoran dalam menyajikan menu masakan khas restoran. Maka dengan adanya masalah tersebut disarankan kepada pihak restoran untuk memprediksi jumlah pengunjung untuk waktu kedepan. Pada dasarnya tingkat *occupancy* mengalami kenaikan dalam hari-hari tertentu misalnya hari libur & hari raya. Pada hari-hari tersebut dapat dipastikan pengunjung yang datang makin meningkat dari hari-hari lainnya. Dari data yang diperoleh mendapatkan kesimpulan bahwa pengunjung dari tahun 2017 hingga 2019 mengalami kenaikan, hal ini menjadi salah satu kerisauan atau kebingungan bagi pengelola restoran, dikarenakan dengan naiknya jumlah pengunjung maka akan berpengaruh pada *occupancy*. Jika hal ini terjadi tentunya juga akan berpengaruh pada penghasilan restoran. Sebagian besar restoran telah memprediksi dengan mengutamakan hari libur dan hari raya akan tetapi hal tersebut tidak

sesuai dengan prediksi yang diharapkan, dimungkinkan hal ini disebabkan oleh adanya faktor X di belakang kesimpangan data tersebut. Dengan menggunakan jaringan syaraf tiruan diharapkan pola-pola yang tidak dapat dinalarkan maupun dirumuskan secara matematis, akan dicoba untuk dipelajari agar dapat diprediksi sesuai dengan keluaran yang sebelumnya. Sehingga sekalipun ada pola-pola khusus di balik hasil jumlah pengunjung yang menyimpang dari prediksi semula, akan tetap dapat diprediksi melalui JST ini karena JST akan mengikuti pola-pola pelatihan angka yang sebelumnya. Disini kelebihan JST dalam mengenali pola-pola tertentu tersebut yang akan dimanfaatkan untuk mencoba memprediksi dengan hasil yang lebih akurat sesuai dengan fenomena yang telah terjadi pada periode-periode sebelumnya.

Dalam penelitian ini data mentah atau data awal yang digunakan tentang tingkat kunjungan pengunjung restoran di Restoran Golden Bay Seborg periode 2017 sampai dengan 2019. Data tersebut diperoleh dari manajemen restoran secara langsung. Data tersebut diurutkan seperti yang tersaji dalam tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1. Urutan Data Pengunjung Retoran Golden Bay Seborg

Bulan	2017	2018	2019
Januari	656	442	484
Februari	456	494	509
Maret	657	471	588
April	507	512	587
Mei	631	422	552
Juni	609	429	486
Juli	289	482	475
Agustus	579	489	564
September	516	485	614
Oktober	494	487	502
November	624	466	558
Desember	640	501	427

Selanjutnya diproses menggunakan model *fuzzy* dengan tahap yang perlu dilakukan adalah:

1. Tahap awal penentuan *input output* dengan menggunakan ACF (*Auto Correlation Function*). Membentuk nilai signifikan yang berada pada nilai (t-1) dan (t-12) didapatkan nilai *input* x(t-1), x(t-12) dan nilai *output* x(t). tahap berikutnya adalah membagi dua

input output menjadi data *training* & data *testing* sesuai pada tabel 2 dan 3, berikut:

Tabel 2. Data *Training* Tingkat Kunjungan Restoran

No	x(t-12)	x(t-1)	x(t)	No	x(t-12)	x(t-1)	x(t)
1	442	517	530	11	466	496	484
2	494	526	498	12	501	422	509
3	471	674	498	13	656	609	745
4	512	684	556	14	456	289	684
5	422	745	576	15	657	557	684
6	429	530	496	16	507	597	674
7	482	498	422	17	631	516	526
8	489	498	563	18	609	624	609
9	485	556	544	19	289	662	609
10	487	576	477	20	579	557	557

Tabel 3. Data *Testing* Tingkat Kunjungan Restoran

No	x(t-12)	x(t-1)	x(t)	No	x(t-12)	x(t-1)	x(t)
1	516	504	597	9	552	477	507
2	494	441	516	10	486	501	481
3	624	554	662	11	475	528	506
4	640	596	662	12	564	540	516
5	484	482	501	13	614	507	545
6	509	489	528	14	502	552	545
7	588	485	540	15	558	481	464
8	587	487	507	16	427	506	646

Tabel 2 pada nilai data *training* tingkat kunjungan restoran berjumlah 20 data awal sedangkan pada data *testing* berjumlah 16 data. Data *training* dipergunakan untuk menyusun aturan *fuzzy* sedangkan untuk menguji aturan *fuzzy* digunakan data *testing*.

2. Menjelaskan batasan nilai yang diijinkan dalam variabel himpunan *fuzzy* yang didapatkan dari tingkat kunjungan restoran. Himpunan universal pada data ditentukan dengan $U = [25,75]$
3. Menyusun himpunan *Fuzzy*
 Pada tingkat kunjungan restoran tersebut dapat dibagi menjadi 5 jenis himpunan *fuzzy*, diantaranya:
 - a. Sangat Rendah
 Dapat ditentukan nominal $x : 25 < x < 38$, pada jenis himpunan *fuzzy* sangat rendah
 - b. Rendah
 Dapat ditentukan nominal $x : 25 < x < 50$, pada jenis himpunan *fuzzy* rendah
 - c. Sedang
 Dapat ditentukan nominal $x : 38 < x < 63$, pada jenis himpunan *fuzzy* sedang
 - d. Tinggi
 Dapat ditentukan nominal $x : 50 < x < 75$, pada jenis himpunan *fuzzy* tinggi
 - e. Sangat Tinggi
 Dapat ditentukan nominal $x : 63 < x < 75$, pada jenis himpunan *fuzzy* sangat tinggi
4. Setiap jenis himpunan *fuzzy* akan direpresentasikan memakai kurva segitiga.

Sebagai contoh fungsi keanggotaan tersebut diantaranya:

a. Sangat Rendah

Fungsi keanggotaan berdasarkan himpunan *fuzzy* sangat rendah yaitu:

$$\mu_{\text{sangat rendah}}[x] = \begin{cases} 38 - x & 25 \leq x \leq 38 \\ 13 & 0 < x < 25 \\ 0 & x > 38 \\ 1 & 0 \leq x \leq 25 \end{cases}$$

b. dan seterusnya untuk data yang lain

5. Menyusun aturan *fuzzy* yang didasarkan oleh data *training*

Dalam proses penyusunan aturan *fuzzy* yang didasarkan oleh data *training* dapat dijelaskan :

- R1 : x1 = Sedang & X2 = Sedang, maka y = Tinggi
- R1 : X1 = Sedang & X2 = Tinggi, maka y = Tinggi
- R2 : X1 = Tinggi & X2 = Sedang, maka y = Sedang
- dan seterusnya untuk data *training* yang lain

Perancangan interface dianggap menjadi prosedur komunikasi antara user menggunakan sistem (Musli Yanto E. P., 2018). Berikut ini tampilan program utama pada sistem yang akan dibangun. User dapat memasukkan user id serta password, hanya user yang mengetahui user dan password untuk menghindari berdasarkan akses karyawan.

1. Form Utama Admin

Gambar 2. Form Halaman Utama Admin

Dari form menu diatas, dapat diketahui bahwa admin memiliki hak akses sistem untuk mengetahui isi sistem secara detail hasil prediksi. Selanjutnya setelah admin memiliki pola sistem prediksi yang dihasilkan dari data pengunjung, maka admin akan memulai proses prediksi.

Gambar 3. Form Utama Admin

2. Form Hasil Prediksi

Untuk melihat prediksi sesuai dengan data pengunjung, tersedia menu prediksi

Gambar 4. Form Utama Admin

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis memprediksi tingkat pengunjung restoran dengan model *fuzzy* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Keakuratan sistem implementasi jaring syaraf tiruan dan model *fuzzy* dalam memprediksi tingkat pengunjung restoran mencapai 70%
- Hanya dengan melihat MSE yang kecil ternyata dapat menjadi patokan utama dalam menentukan parameter yang dipakai, tetapi juga harus diperhatikan pengaruh dari besar kecilnya nilai parameter yang dipakai terhadap kemampuan jaringan dalam mengenali pola untuk nantinya digunakan saat memprediksi tingkat pengunjung restoran

Saran untuk pengembangan analisis ini dengan melakukan prediksi pengunjung menggunakan model *fuzzy* agar mendapatkan tingkat keakuratan yang tinggi dengan hasil prediksi yang lebih baik

REFERENSI

Agus Perdana Windarto, M. R. (2018). Implementasi JST Pada Prediksi Total Laba Rugi Koprehensif Bank Umum Konvensional Dengan Backpropagation. *Jurnal Teknologi*

- Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*,
411 - 418.
- Ahmad Revi, S. P. (2019). Peramalan Jumlah Tindak Pidana Menurut Kepolisian Daerah Dengan Algoritma Backpropagation. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI)*, 246 - 250.
- Alven Safik Ritonga, S. A. (2018). Pengembangan Model Jaringan Syaraf Tiruan Untuk Memprediksi Jumlah Mahasiswa Baru di PTS Surabaya (Studi Kasus Universitas Wijaya Putra). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 15 - 24.
- Distyan, F. (2018). Prediksi Jumlah Penjualan Kredit Sepeda Motor Menggunakan Algoritma Backpropagation. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 185 - 190.
- Mukhotim, O. (2014). *Aplikasi Model Fuzzy Untuk Memprediksi Tingkat Hunian Hotel Bintang di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Musli Yanto, E. P. (2018). Peramalan Penjualan Pada Toko Retail Menggunakan Algoritma Backpropagation Neural Network. *Media Informatika Budidarma*, 110 - 117.
- Musli Yanto, R. S. (2020). Analisis Forecasting Jumlah Kunjungan Tamu Hotel di Kota Bukittinggi. *Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (SEBATIK)*.
- Nuraysah Zamil Purba, D. S. (2018). Analisis Tingkat Akurasi Algoritma Backpropagation Dalam Prediksi Produksi Ubi Kayu di Provinsi Indonesia. *Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika (JURASIK)*, 87 - 97.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 7-16

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RESTORAN MIE KOBER JIMBARAN

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY FOR MIE KOBER JIMBARAN RESTAURANT

I Made Rony Mulia Kusuma Putra¹, Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani²

Perencanaan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali¹
Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali²
ronymulia28@gmail.com¹, laksmi.wulandani@pib.ac.id²

Received: 28/04/2022

Revised: 01/05/2022

Accepted: 05/06/2022

Abstrak

Gaya hidup masyarakat Bali pada zaman modernisasi ini telah banyak berubah, makanan yang menjadi kebutuhan pokok untuk menyambung hidup akan tetapi sekarang makanan sudah menjadi gaya baru untuk masyarakat. Makan di luar juga dapat di jadikan sarana refreasing setelah seharian bekerja, dengan berbagai alasan seperti mengadakan pertemuan dengan rekan kerja, acara keluarga, hanya sekedar meluangkan waktu bersama pasangan maupun merayakan hari special orang terdekat. Oleh karena itu mengakibatkan banyak tempat makan baru dari kecil hingga besar di Bali dengan menggunakan konsep unik yang di tawarkan kepada konsumen, salah satunya Restoran Mie Kober Jimbaran. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Kober. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa pelayanan maupun menu makanan yang disajikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan pelayan restoran dinilai masih belum tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan sehingga pihak Restoran perlu memberikan penanganan lebih lanjut dan memastikan apa yang dijanjikan kepada konsumen sesuai dengan kenyataan yang di dapatkan agar pelanggan merasa puas dan tidak ragu untuk berkunjung kembali ke Restoran Mie Kober Jimbaran.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Restoran

Abstract

The lifestyle of the Balinese people in this modernization era has changed a lot, food has become a basic need to sustain life, but now food has become a new style for the community. Eating out can also be used as a means of refreshing after a long day at work, for various reasons such as holding meetings with colleagues, family events, just spending time with your partner or celebrating special days for those closest to you. Therefore, it has resulted in many new places to eat from small to large in Bali by using a unique concept that is offered to consumers, one of which is Mie Kober Jimbaran Restaurant. The purpose of this study was to determine consumer satisfaction with the quality of service provided by Mie Kober. The results of this study found that the service and food menu served were not as promised and restaurant waiters were considered still not responsive in handling customer needs so that the restaurant needed to provide further handling and ensure that what was promised to consumers was in accordance with the reality that

was obtained so that customers feel satisfied and do not hesitate to return to the Mie Kober Jimbaran Restaurant.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Restaurant*

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat Bali pada jaman modernisasi ini telah banyak berubah, yang sebelumnya makanan yang menjadi kebutuhan pokok untuk menyambung hidup tetapi sekarang makanan sudah menjadi gaya baru. Masyarakat perkotaan lebih sering makan di luar dari pada masak sendiri dengan alasan efisiensi waktu agar dapat melakukan pekerjaan yang lain. Selain itu makan di luar juga dapat di jadikan sarana refreking setelah seharian bekerja, dengan berbagai alasan seperti mengadakan pertemuan dengan rekan kerja, acara keluarga, hanya sekedar meluangkan waktu bersama pasangan maupun merayakan hari spesial orang terdekat. Dengan perubahan gaya hidup dari masyarakat, mengakibatkan banyak tempat makan baru dari kecil hingga besar di Bali dengan menggunakan konsep unik yang di tawarkan kepada konsumen.

Dengan banyaknya bermunculan restoran baru dengan menu, harga, dan pelayanan yang berbeda berakibat semakin tingginya persaingan pada bisnis kuliner ini. Untuk mengendalikan bisnis agar bisa bersaing antar pelaku, yang perlu ditentukan terlebih dahulu adalah strategi pemasaran yang berorientasi kepada pelanggan. Kiblat kepada pelanggan tersebut dilakukan dengan membuat pembaharuan pada seluruh aspek pada bisnis yang bisa memberikan rasa kepuasan terhadap keinginan konsumen. Sehingga bisa membuat konsumen memiliki rasa puas yang tinggi terhadap pelayanan yang diberikan.

Untuk melihat tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui dari kualitas pelayanan yang dilakukan oleh bisnis restoran. Restoran harus dapat manggali cara secara terus menerus untuk menjaga maupun melakukan peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Yang diimbangi dengan kualitas makanan yang diberikan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena pengetahuan dan kesopanan karyawan tidak dapat menggantikan kualitas makanan yang dicari oleh pelanggan. Pada usaha restoran, cita rasa merupakan komponen yang sangat dilihat

oleh pelanggan untuk menilai tingkat kepuasannya terhadap restoran tersebut. Tentunya harga juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, konsumen akan melihat berapa harga dari produk dan akan membandingkan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Salah satu restoran yang menjual makanan dan minumannya dengan harga yang murah yaitu Restoran Mie Kober Jimbaran. Mie kober jimbaran merupakan restoran yang berada di kawasan pariwisata Bali khususnya pada Bali Selatan yang menjual olahan Mie Pedas dengan berlevel. Walaupun berada di kawasan pariwisata, restoran ini dapat menjual makanan dan minuman yang relatif murah yaitu dari harga Rp. 5.000,00 sampai Rp. 15.500,00. Walaupun harga makanan serta minuman yang relatif murah, Mie kober Jimbaran memiliki keunikan interior dan peralatan yang terbuat dari rotan dan kayu. Serta tidak berisi nomor di meja, yang membuat pelayan harus memanggil nama pemesan/pelanggan pada saat mengantarkan pesanan pelanggan. Serta nama makanan dan minuman di Mie Kober Jimbaran tergolong unik menggunakan nama-nama hantu.

Dengan memiliki konsep yang unik, harga yang relative murah, dan berada di kawasan pariwisata Bali, Restoran Mie Kober Jimbaran juga perlu mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikannya. Dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran, yang nantinya dapat dijadikan acuan informasi data yang digunakan untuk mempertahankan dan memperbaiki pelayanan yang diberikan. Sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kunjungan ke Mie Kober Jimbaran.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan kosumen terhadap penilaian yang dirasa tidak sesuai terhadap harapan sebelum mendapatkan pelayanan dan tanggapan yang dirasakan setelah mendapatkan pelayanan (Iswari, 2015). Menurut Kurnia, (2018) kepuasan konsumen adalah pertimbangan yang

lebih mendalam yang diberikan kepada perusahaan yang menyediakan produk maupun jasa, sehingga untuk menilai kepuasan konsumen hanya dapat dilihat dari perasaan konsumen saat mereka sudah memiliki pengalaman menerima proses pemberian produk maupun jasa.

Sehingga dapat dikatakan kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen dengan memberikan evaluasi terhadap harapan sebelum mendapatkan barang maupun jasa yang dapat dilihat dari harga barang maupun jasa dengan tanggapan setelah mendapatkan barang maupun jasa.

Restoran merupakan suatu tempat yang menyediakan kemudahan untuk seseorang dapat menyegarkan kembali kondisinya dengan makan dan minum (Suyono, 2004). Restoran adalah bangunan yang dikomersil yang didalamnya terdapat aktivitas pelayanan kepada tamu baik itu berupa makanan atau minuman (Atmodjo, 2005).

Restoran dapat dikatakan sebagai tempat yang dikomersilkan yang didalamnya terdapat pelayanan yang memudahkan tamu untuk mendapatkan makanan maupun minuman sebagai yang dapat menyegarkan kondisi tamu.

Konsumen berharap mendapat suatu pelayanan yang sesuai dengan pengeluarannya bahkan jika bisa melebihi yang mereka harapkan maka dari itu kualitas pelayanan pada suatu usaha harus benar-benar diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi. Sehingga dapat membuat pelanggan merasa senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas dapat didefinisikan sebagai kelengkapan peralatan dan karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau terlihat dari gerak gerik pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Terdapat lima faktor yang paling berpengaruh atau dapat dijadikan faktor penentu kualitas jasa dari konsep *servqual* yaitu (Zeithaml, Bitner dan Dwayne, 2009):

Tangible (Berwujud) Faktor ini mendefinisikan seluruh peralatan yang berwujud secara fisik yang secara nyata dapat dilihat oleh konsumen serta gerak gerik pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, perusahaan harus membangun citra positif yang diberikan kepada

pelanggan khususnya untuk kualitas pelayanan tetapi tidak menyebabkan harapan yang terlalu tinggi.

Reliability (Keandalan) Merupakan kemampuan perusahaan maupun karyawan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan baik dan benar. Dalam hal ini yaitu pada usaha yang memberikan pelayanan makan dan minum, karyawan yang dapat dikatakan handal merupakan karyawan yang selalu bisa menyajikan makanan, minuman dan menanggapi semua permintaan pelanggan dengan tepat.

Responsiveness (Daya Tanggap) Karyawan memiliki jiwa kesadaran dan memiliki keinginan untuk melayani pelanggan dengan cepat dan tepat. Yang berfokus pada lebih memperhatikan pelanggan dan dapat memberikan pelayanan dengan tepat terhadap pertanyaan, permintaan hingga keluhan dari pelanggan. Dalam hal ini pada bidang jasa pelayanan makan dan minum yang dapat dijadikan contohnya yaitu permintaan pelanggan untuk mengganti sendok yang jatuh dapat diberikan secara cepat dan tepat oleh karyawan.

Assurance (Kepastian) Kemampuan karyawan yang dapat menarik kepercayaan pelanggan dengan memiliki pengetahuan dan sopan santun. Faktor ini salah satu faktor yang menjadi sangat penting pada jasa pelayanan, karena pelanggan akan merasa lebih terlindungi dan aman pada saat menerima pelayanan jika sudah memiliki kepercayaan terhadap karyawan yang memberikan pelayanan.

Empathy (Empati) Karyawan memberikan perhatian dan kepedulian kepada konsumen secara pribadi. Faktor empati ini yaitu memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan penuh perhatian sehingga dapat merasa diistimewakan dan kebutuhannya dapat dipahami.

2. METODE

Penelitian dilakukan di Mie Kober Jimbaran yang berlokasi di Kuta Selatan, Badung. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi langsung dan survei. Mengacu pada model penilaian kualitas pelayanan jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yaitu kelima dimensi jasa dijabarkan ke dalam 22 atribut rinci dan pengambilan jumlah sampel

dilakukan dengan Rumus Slovin jumlah indikator dikalikan 4. Sehingga di dapatkan data jumlah responden yang digunakan yaitu sebanyak 88 orang dari populasi konsumen di Mie Kober Jimbaran. Analisis tingkat harapan dan tanggapan Mie Kober Jimbaran didapat melalui hasil perhitungan skor penilaian tiap atribut kuesioner. Skala prioritas untuk perbaikan pelayanan yang diberikan sebuah restoran dapat ditentukan dari hasil komparasi skor harapan dan skor tanggapan dari konsumen, yang biasa disebut dengan tingkat kepuasan konsumen (Yola, 2013).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran peneliti menggunakan metode Servqual (Service Quality), yaitu dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan. Dengan kuesioner ini, bisa diketahui seberapa besar celah (*gap*) yang terjadi antara harapan dan tanggapan yang dimiliki oleh kosumen terhadap pelayanan yang diberikian oleh Restoran Mie Kober Jimbaran. Dari hasil *gap* yang didapatkan tersebut, kita dapat melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan.

3.1. ANALISIS HARAPAN RESPONDEN TERHADAP KUALITAS PADA PELAYANAN RESTORAN MIE KOBER JIMBARAN

Tingkat harapan konsumen untuk layanan yang dinilai terdiri dari lima dimensi yaitu sesuai dengan yang di janjikan, tanggapan, kenyamanan, kepedulian, dan berwujud. Kelima dimensi tersebut, dapat di jabarkan oleh penulis menjadi 22 atribut komponen pernyataan yang digali dan dibuat sesuai kebutuhan dari Restoran Mie Kober Jimbaran. Hasil dari tabulasi kuesioner yang telah diisi oleh responden, dapat dibuat tabel harapan responden terhadap kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran berdasarkan lima dimensi tersebut. Yang dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 1. Harapan Responden

No.	Komponen	Rata-Rata Harapan
1.	Sesuai dengan yang dijanjikan	

1	Dapat menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	3,95
2	Dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.	4,01
3	Dapat melakukan pelayanan yang benar dari tahap awal	3,90
4	Dapat memberikan pelayanan sesuai dengan perkiraan waktu yang sudah dijanjikan.	3,86
5	Dapat menjaga kualitas pelayanan agar tidak terjadi kesalahan.	3,82
Rata-Rata		3,91
2. Tanggapan		
6	Dapat menginformasikan kepada pelanggan secara berkelanjutan mengenai pelayanan yang akan diberikan.	3,79
7	Dapat memberikan pelayanan dengan cepat.	4,02
8	Adanya kemauan untuk membantu pelanggan.	3,94
9	Memiliki kesiapan dalam merespon kebutuhan pelanggan.	3,93
Rata-Rata		3,92
3. Kenyamanan		
10	Karyawan memberikan kenyamanan kepada pelanggan	3,86
11	Membuat pelanggan merasa aman dalam melakun transaksi.	3,95
12	Karyawan selalu sopan.	3,98
13	Kemampuan karyawan untuk menjawab semua pertanyaan pelanggan.	3,91
Rata-Rata		3,93
4. Kepedulian		
14	Memberikan perhatian khusus kepada semua pelanggan.	3,79
15	Karyawan memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan.	3,72
16	Melayani dengan sepenuh hati.	3,86
17	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan.	3,90
18	Kenyamanan jam kerja.	3,80
Rata-Rata		3,82
5. Berwujud		
19	Tempat dan peralatan yang digunakan bersih.	4,01
20	Fasilitas yang memadai.	3,93
21	Penampilan karyawan rapi dan profesional.	3,87
22	Peralatan makan, minum dan penyajian makanan yang lengkap.	4,00
Rata-Rata		3,95
Rata-Rata Keseluruhan		3,90

Sumber: Data Diolah, 2021

Untuk memposisikan jawaban reponden digunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \text{Range}$$

m.....[1]
 Dari rumus di atas dapat dijelaskan bahwa RS merupakan rentang skala perhitungan, Range merupakan nilai terbesar dikurangi nilai terkecil dan M merupakan banyaknya golongan yang ada. Karena nilai yang terbesar adalah 5, nilai yang terkecil adalah 1 dan kategori nilai sebesar 5, maka rentang nilai penilaian yang didapat, yaitu:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga untuk posisi kepuasan dapat dibagi menjadi 5 yaitu posisi nomor 1,00-1,80 dapat diposisi sangat tidak puas, nomor 1,81-2,60 dapat di posisi tidak puas, pada nomor 2,61-3,30 pada posisi biasa saja, pada nomor 3,41-4,20 berada di posisi puas dan nomor 4,21-5,00 berada di posisi sangat puas.

Harapan responden terhadap kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran, pada dimensi Sesuai dengan yang diinginkan dengan nilai tertinggi pada variabel nomor 2 dengan skor rata-rata 4,01 yang berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel nomor 5 dengan skor rata-rata 3,82 yang juga terdapat pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata keseluruhan yang di harapkan pelanggan pada dimensi sesuai dengan yang diinginkan memiliki skor rata-rata 3,91 yang terletak pada kisaran skala 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi tanggapan, dengan nilai tertinggi adalah nomor 7 dengan skor rata-rata 4,02 yang berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan nilai variabel yang paling rendah yaitu variabel nomor 6 dengan skor rata-rata 3,79 yang juga berada pada rentang skor yang sama yaitu 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata harapan pelanggan dari dimensi tanggapan yaitu sebesar 3,92 yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi kenyamanan, variabel dengan nomor 12 dengan nilai rata-rata tertinggi dengan 3,98 dan variabel nomor 10 dengan nilai rata-rata 3,86 menjadi nilai terendah. Kedua variabel tersebut berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Dengan rata-rata keseluruhan dari dimensi kenyamanan adalah 3,82, yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi kepedulian, variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu variabel nomor 17 dengan skor rata-rata 3,90, yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan variabel yang memiliki skor rata-rata terendah adalah variabel nomor 15 dengan skor rata-rata 3,72 yang artinya juga berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata keseluruhan dari dimensi kepedulian yaitu dengan skor 3,82 yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi berwujud, variabel yang memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu variabel nomor 19 dengan skor rata-rata 4,01. Dilihat dari rentang skor bahwa variabel ini masuk ke nilai bagus dengan rentang skor 3,41 – 4,20. Sedangkan skor rata-rata yang paling rendah berada pada variabel dengan nomor 21 yang memiliki skor rata-rata 3,87, yang berarti ini juga masuk ke rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Dengan hasil skor rata-rata dari keseluruhan yang di harapkan pelanggan pada dimensi berwujud dengan skor 3,95 dengan rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

3.2. ANALISIS TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN MIE KOBER JIMBARAN

Tingkat tanggapan konsumen untuk layanan yang dinilai terdiri dari lima dimensi yaitu sesuai dengan yang di janjikan, tanggapan, kenyamanan, kepedulian, dan berwujud. Hasil dari tabulasi kuesioner yang telah diisi oleh responden, dapat dibuat tabel tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran berdasarkan lima dimensi tersebut. Seperti tabel di bawah ini:

Tabel 2. Tanggapan Responden

No.	Komponen	Rata-Rata Tanggapan
1. Sesuai dengan yang dijanjikan		
1	Dapat menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	4,02
2	Dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan	3,943
3	Dapat melakukan pelayanan yang benar dari tahap awal	3,977
4	Dapat memberikan pelayanan sesuai dengan perkiraan waktu yang sudah dijanjikan	3,75

5	Dapat menjaga kualitas pelayanan agar tidak terjadi kesalahan	3,80
	Rata-Rata	3,90
2. Tanggapan		
6	Dapat menginformasikan kepada pelanggan secara berkelanjutan mengenai pelayanan yang akan diberikan	3,72
7	Dapat memberikan pelayanan dengan cepat.	3,85
8	Adanya kemauan untuk membantu pelanggan.	3,85
9	Memiliki kesiapan dalam merespon kebutuhan pelanggan	3,91
	Rata-Rata	3,83
3. Kenyamanan		
10	Karyawan memberikan kenyamanan kepada pelanggan	3,87
11	Membuat pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	4,02
12	Karyawan selalu sopan	3,99
13	Kemampuan karyawan untuk menjawab semua pertanyaan pelanggan	3,92
	Rata-Rata	3,95
4. Kepedulian		
14	Memberikan perhatian khusus kepada semua pelanggan	3,75
15	Karyawan memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan	3,83
16	Melayani dengan sepuh hati.	3,92
17	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan.	3,91
18	Kenyamanan jam kerja	4,01
	Rata-Rata	3,88
5. Berwujud		
19	Tempat dan peralatan yang digunakan bersih.	4,01
20	Fasilitas yang memadai	3,93
21	Penampilan karyawan rapi dan profesional.	3,91
22	Peralatan makan, minum dan penyajian makanan yang lengkap	4,09
	Rata-Rata	3,99

Sumber: Data Diolah, 2021

Dengan menggunakan rumus yang sama dengan rumus cara mencari rentang skor pada harapan pelanggan, maka rentang skor yang digunakan mengukur tanggapan dari pelanggan juga sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{4} = 0.8$$

5.....[3]

Sehingga posisi kepuasan dapat dibagi menjadi lima bagian yaitu 1,00-1,80 menduduki posisi

sangat tidak puas, 1,81-2,60 berada pada posisi tidak puas, 2,6-3,30 berada diposisi biasa saja, 3,4-4,20 berada diposisi puas, dan skor 4,21-5,00 berada diposisi yang paling atas yaitu sangat puas.

Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran, pada dimensi Sesuai dengan yang diinginkan dengan nilai tertinggi pada variabel nomor 1 dengan skor rata-rata 4,02 yang berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel nomor 4 dengan skor rata-rata 3,75 yang juga berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata keseluruhan yang tanggapan pelanggan pada dimensi sesuai dengan yang diinginkan memiliki skor rata-rata 3,90 yang terletak pada kisaran skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Pada dimensi tanggapan, dengan nilai tertinggi adalah nomor 9 dengan skor rata-rata 4,91 yang berada pada rentang skala 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan nilai variabel yang paling rendah yaitu variabel nomor 6 dengan skor rata-rata 3,72 yang juga berada pada rentang skor yang sama yaitu 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dari dimensi tanggapan yaitu sebesar 3,83 yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi kenyamanan, variabel dengan nomor 11 dengan nilai rata-rata tertinggi dengan 4,02 dan variabel nomor 10 dengan nilai rata-rata 3,87 menjadi nilai terendah. Kedua variabel tersebut berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Dengan rata-rata keseluruhan dari dimensi kenyamanan adalah 3,95, yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi kepedulian, variabel yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu variabel nomor 18 dengan skor rata-rata 4,01, yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Sedangkan variabel yang memiliki skor rata-rata terendah adalah variabel nomor 14 dengan skor rata-rata 3,75 yang artinya juga berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Rata-rata keseluruhan dari dimensi kepedulian yaitu dengan skor 3,88 yang berada pada rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

Pada dimensi berwujud, variabel yang memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu variabel nomor 22 dengan skor rata-rata 4,09. Dilihat dari rentang skor bahwa variabel ini masuk ke

nilai bagus dengan rentang skor 3,41 – 4,20. Sedangkan skor rata-rata yang paling rendah berada pada variabel dengan nomor 21 yang memiliki skor rata-rata 3,91, yang berarti ini juga masuk ke rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus). Dengan hasil skor rata-rata dari keseluruhan tanggapan pelanggan pada dimensi berwujud dengan skor 3,99 dengan rentang skor 3,41 – 4,20 (Bagus).

3.3. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA RESTORAN MIE KOBER JIMBARAN BERDASARKAN NILAI KESENJANGAN (GAP)

Data tentang harapan responden dan tanggapan tentang pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran akan dibahas berdasarkan analisis kesenjangan Servqual Skor. Diskusi yang dilakukan mengenai kepuasan pelanggan didasarkan pada aspek: sesuai dengan yang dijanjikan, tanggapan, kenyamanan, kepedulian, dan berwujud. Rumus yang digunakan adalah $\text{Servqual Score} = \text{Perception} - \text{Expectation Score}$. Perbedaan skor persepsi dan skor tingkat kepentingan (selanjutnya disebut skor gap) menggambarkan tingkat pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran, yang juga berarti tingkat kepuasan pelanggan.

Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan diketahui berdasarkan nilai skor gap dari masing-masing variabel. Dari nilai skor kinerja layanan kemudian dikurangkan dengan skor nilai ekspektasi konsumen terhadap layanan yang diperoleh dengan selisih skor masing-masing variabel. Jika skor gap positif berarti konsumen sangat puas dengan layanan, jika skor gap negatif berarti konsumen tidak puas dengan kualitas layanan dan jika skor gap 0 berarti konsumen puas dengan layanan yang diberikan. Semakin tinggi skor gap yang terjadi maka tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi dan sebaliknya semakin kecil skor gap yang terjadi maka semakin kecil tingkat kepuasan pelanggan. Nilai skor gap untuk pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Skor Gap (selisih) per-variabel

No.	Komponen	Rata-Rata Harapan	Rata-Rata Tanggapan	Selisih
-----	----------	-------------------	---------------------	---------

1. Sesuai dengan yang dijanjikan

1	Dapat menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	3,95	4,02	0,07
2	Dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan	4,01	3,94	-0,07
3	Dapat melakukan pelayanan yang benar dari tahap awal	3,90	3,98	0,08
4	Dapat memberikan pelayanan sesuai dengan perkiraan waktu yang sudah dijanjikan	3,86	3,75	-0,11
5	Dapat menjaga kualitas pelayanan agar tidak terjadi kesalahan	3,82	3,80	-0,02
Rata-Rata		3,91	3,90	-0,01

2. Tanggapan

6	Dapat menginformasikan kepada pelanggan secara berkelanjutan mengenai pelayanan yang akan diberikan	3,79	3,73	-0,06
7	Dapat memberikan pelayanan dengan cepat	4,02	3,85	-0,17
8	Adanya kemauan untuk membantu pelanggan	3,94	3,85	-0,09
9	Memiliki kesiapan dalam merespon kebutuhan pelanggan	3,93	3,91	-0,02
Rata-Rata		3,92	3,83	-0,09

3. Kenyamanan

10	Karyawan memberikan kenyamanan kepada pelanggan	3,86	3,87	0,01
11	Membuat pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	3,95	4,02	0,07
12	Karyawan selalu sopan	3,98	3,99	0,01
13	Kemampuan karyawan untuk menjawab semua pertanyaan pelanggan	3,91	3,92	0,01
Rata-Rata		3,93	3,95	0,02

4. Kepedulian

14	Memberikan perhatian khusus kepada semua pelanggan	3,79	3,75	-0,04
15	Karyawan memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan	3,72	3,83	0,11
16	Melayani dengan sepenuh hati	3,86	3,92	0,06
17	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	3,90	3,91	0,01

18	Kenyamanan jam Skerja	3,80	4,01	0,21
	Rata-Rata	3,82	3,88	0,07
5. Berwujud				
19	Tempat dan peralatan yang digunakan bersih.	4,01	4,01	0,00
20	Fasilitas yang memadai	3,93	3,93	0,00
21	Penampilan karyawan rapi dan profesional	3,87	3,91	0,03
22	Peralatan makan, minur dan penyajian makana yang lengkap	4,00	4,09	0,09
	Rata-Rata	3,95	3,98	0,03

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan gap pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa beberapa variabel pada dimensi sesuai dengan yang di janjikan, tanggapan, dan kepedulian mendapatkan gap negatif. Itu menunjukkan bahwa masih ada pelanggan yang merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran. Jadi untuk lebih jelas tingkat kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan pada Restoran Mie Kober Jimbaran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Skor Gap (selisih) per-dimensi

Dimensi	Gap	Informasi	Tingkat Kepuasan
Sesuai Dengan yang di Janjikan	-0,01	Negatif	Tidak Puas
Tanggapan	-0,09	Negatif	Tidak Puas
Kenyamanan	0,02	Positif	Sangat Puas
Kepedulian	0,07	Positif	Sangat Puas
Berwujud	0,03	Positif	Sangat Puas

Sumber: Data Diolah, 2021

4. KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan mengenai pengukuran kepuasan pelanggan pada Restoran Mie Kober Jimbaran dengan menggunakan metode servqual didapatkan bahwa berdasarkan perbedaan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan atas pelayanan jasa pada Restoran Mie Kober Jimbaran terdapat nilai kepuasan dari tiga atribut yaitu kenyamanan, kepedulian dan berwujud, hal ini dikarenakan pelanggan merasa nyaman dalam melakukan transaksi, pelayan memberikan kenyamanan kepada pelanggan serta fasilitas yang memadai dan bersih membuat pelanggan

merasa puas pada saat berkunjung ke Restoran Mie Kober Jimbaran.

Sementara nilai ketidak puasan terdapat pada atribut sesuai dengan yang dijanjikan dan tanggapan, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan maupun menu makanan yang disajikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan pelayan restoran dinilai masih belum tanggap dalam menangani kebutuhan pelanggan sehingga pihak Restoran perlu memberikan penanganan lebih lanjut dan memastikan apa yang dijanjikan kepada konsumen sesuai dengan kenyataan yang di dapatkan agar pelanggan merasa puas dan tidak ragu untuk berkunjung kembali ke Restoran Mie Kober Jimbaran.

Saran bagi manajemen Restoran Mie Kober Jimbaran yaitu harus dapat berinovasi lebih baik dari segi pelayanan, fasilitas, harga maupun varian dari menu makanan agar dapat bertahan ditengah persaingan bisnis kuliner yang semakin pesat. Memberikan pelayanan yang prima dengan ketepatan waktu yang telah dijanjikan sehingga manajemen tidak hanya berorientasi pada tujuan mereka untuk menyediakan pelayanan saja tetapi mereka harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan serta konsistensi dari rasa dan pelayanan itu sendiri yang membuat pelanggan tidak kecewa untuk berkunjung kembali ke Restoran Mie Kober Jimbaran. Serta untuk pengelola restoran yang lain, sebaiknya benar-benar memperhatikan kepuasan pelanggan dengan melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala di setiap tahunnya agar mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggan.

REFERENSI

- Atmodjo, M W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Iswari, I. A. I. M., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Satriawan, I. K. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(3), 51–60.
- Kurnia, M., Hartiati, A., & Satriawan, I. K. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan

- Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Mie Rampok Jimbaran). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.24843/jrma.2018.v06.i01.p05>
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. PT. Rineka Cipta.
- Suyono, J. (2004). *Food Service Management Dasar-Dasar Mengolah Bisnis Restoran*. Bandung: ENHAI PRESS
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Optimal Sistem Industri*, 12(12), 301–309.
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages:17-32

BEBEK BETUTU SEBAGAI KULINER *UPAKARA* UMAT HINDU, DALAM KAITAN BUDIDAYA BEBEK BALI DAN REVITALISASINYA SAAT INI

BETUTU DUCK AS CULINARY CEREMONY FOR HINDUS, IN RELATION TO BALINESE DUCK CULTIVATION AND ITS CURRENT REVITALIZATION

Anastasia Sulistyawati

Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali
prof.sulistyawati@yahoo.com

Received: 05/05/2022

Revised: 10/05/2022

Accepted: 02/06/2022

Abstrak

Dalam agama Hindu di Bali, bebek betutu memiliki peran penting sebagai sarana *upakara* untuk mendapatkan berkah. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi dan inventarisasi mengenai berbagai cara tradisional untuk membuat jenis kuliner *upakara* bebek betutu, memahami alasan filosofi dan etika penggunaan sarana *upakara* dari hewan bebek dalam *yadnya* umat Hindu di Bali termasuk jenis pengolahannya, dan mengetahui fungsi menggunakan bebek betutu dalam kaitan budidaya bebek Bali dan revitalisasinya di Bali sampai saat ini. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian adalah bebek betutu merupakan olahan daging dalam bentuk utuhan, yang bakar di dalam bara api (sekam) dalam jangka panjang. Pada awalnya fungsi utamanya sebagai lauk *upakara*/banten yang bernama *Suci (Ben Banten Suci)*. Banten *suci* dengan lauk bebek betutu termasuk banten *upasaksi* (simbol saksi upacara) *yadnya* menempati posisi sebagai *ulu* (tempat tertinggi). Dipilihnya bebek karena sifat-sifat baik yang dimiliki bebek. Penggunaan bebek betutu dalam kurban suci tergolong *yadnya* jenis *janggama* dan *mantiga*. Revitalisasi menu bebek sebagai kuliner khas Bali yang dilakukan dengan modifikasi teknik pengolahan dan penyajiannya telah menjadikan kuliner bebek betutu mendunia.

Kata Kunci: Bebek, Betutu, *Upakara*, Hindu

Abstract

In Hinduism in Bali, Betutu ducks have an important role as a means of ritual to get blessings. The purpose of the study was to identify and take stock of various traditional ways to make the culinary type of duck betutu ceremony, to understand the philosophical and ethical reasons for using duck ritual facilities in the Hindu yadnya in Bali including the type of processing, and to know the function of using duck betutu in relation to Balinese duck cultivation. and its revitalization in Bali to date. The research method is a qualitative method. Qualitative method is used in this research by collecting data through literature study. The result of the research is that betutu duck is processed meat in whole form, which is grilled in hot coals (husk) for a long time. At first, its main function was as a side dish for an upakara/banten named Suci (Ben Banten Suci). The sacred Banten with duck betutu side dishes including the upasaksi banten (symbol of

the witness to the ceremony) yadnya occupies the position of the ulu (highest place). The duck was chosen because of the good qualities of the duck. The use of betutu ducks in holy sacrifices belongs to the yadnya types of janggama and mantiga. The revitalization of the duck menu as a typical Balinese culinary made by modifying the processing and presentation techniques has made the culinary of duck betutu worldwide.

Keywords: *Bebek, Betutu, Upakara, Hinduism*

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Hindu di Bali sangat mencintai budaya kuliner tradisionalnya. Kecintaan terhadap budaya kuliner tradisional ini dalam sejarahnya tumbuh dan berkembang serta selalu dipelihara atau dilestarikan karena sangat berhubungan tali temali dengan pemenuhan kebutuhan sarana *upakara* (sesajen) dalam upacara *yajna* (kurban suci) agama Hindu. Terdapat jenis kuliner yang dibuat terpisah antara kuliner untuk sarana *upakara* dengan kuliner untuk sajian hidangan warga, namun ada beberapa jenis kuliner yang tetap diutamakan untuk sarana *upakara*, tetapi setelah acara persembahan berakhir dapat/bisa di-*lungsur* (dimohon atau diambil atau diminta) untuk sajian makan bersama sebagai *paica* (anugerah/berkat) dari *Ida Bhatara* (salah satu manifestasi Tuhan yang diyakini mampu memberi perlindungan) sesuai nama dan rupa yang disimbolkan pada upacara *yajna* tersebut. Di antara salah satu *paica* yang dapat di-*lungsur* (dimohon) untuk sajian warga dalam jenis upacara tertentu adalah kuliner jenis bebek betutu pada *upakara/banten suci* (sesajen suci), selain babi guling pada banten *bebangkit*.

Sesuai Kamus Bahasa Bali atau KKB (Gautama, 2009: 164) *ebat* artinya cencang (mencencang daging dijadikan lauk pauk) atau *ngebat* (membuat lauk pauk dari daging dengan cara mencencang). *Ebat* berdasarkan jenisnya dapat dibagi menjadi tiga, yaitu olahan kering (*ebatan tuh*), olahan lembab (*ebatan beteg*), dan olahan cair (*ebatan mekuah*). Terdapat *ebatan* tambahan yang disebut olahan utuh (*ebatan ukudan*) yang mana olahan lauk pauk yang dibuat dengan cara daging hewan dibiarkan utuh. Olahan utuh jenisnya juga dibedakan atas jenis proses pematangan yaitu *tutu*, panggang, dan guling. Jenis olahan *tutu* (bakar) atau *betutu* (daging bakar) yang diwarisi masyarakat secara umum di Bali biasanya berasal dari jenis hewan

bebek dan ayam karena ukuran badannya sesuai untuk dibuat *ebatan ukudan* atau dimasak utuhan.

Masyarakat Hindu di Bali dalam melaksanakan *yadnya* (kurban suci) atau upacara agama akan berpedoman pada *tattwa* (filsafat agama), *susila* (etika agama) dan *acara* (tradisi upacara agama yang menggunakan *upakara/sesajen* sebagai sarannya). Dikenal lima jenis *yadnya* umat Hindu (*Panca Yadnya*), yang seluruhnya tidak terlepas dari penggunaan sarana *upakara*. Dari sekian banyak jenis sarana *upakara* yang digunakan, di antaranya harus ada berasal dari berbagai jenis hewan, salah satunya adalah hewan bebek, yang dapat diolah ke dalam berbagai bentuk/jenis kuliner *upakara*. Salah satu jenis olahan kuliner *upakara* pada tingkat tertentu (*madya* dan *utama*) harus ada dari hewan itik atau bebek dalam bentuk betutu.

Kuliner betutu bebek (daging bebek bakar) atau bebek betutu di masa lampau pada awalnya sebenarnya menjadi makanan yang jarang disantap atau bukan menjadi makanan sehari-hari masyarakat Bali. Masyarakat Bali di masa lampau menikmati betutu (dari itik) hanya di saat ada upacara *yadnya* dalam skala besar. Bebek betutu bila tidak dibutuhkan dalam upacara agama Hindu, mungkin kuliner bebek betutu telah punah di telan perubahan zaman. Biasanya jenis *upakara* yang umum dilaksanakan sehari-hari yang tingkatan biasa atau sederhana (tidak tergolong *madya* dan *utama*) jarang memakai bebek betutu, tetapi lebih sering hanya memakai *ayam* betutu atau ayam panggang saja. Bebek betutu tidak menjadi hidangan biasa masyarakat Bali karena memiliki berbagai alasan, termasuk alasan yang bersifat *tattwa* (filosofis), *susila* (etika) agama, *acara* (tradisi agama), di samping adanya berbagai alasan praktis.

Sejalan dengan terjadinya perubahan zaman dan paradigma ilmu pengetahuan agama serta perkembangan pembangunan

pariwisata di masyarakat Bali, bebek betutu dewasa ini sudah menjadi salah satu makanan umum sehari-hari dan telah menjadi salah satu jenis kuliner khas Bali yang sangat dikenal oleh wisatawan dari wisatawan nusantara hingga wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Pulau Dewata.

Bebek betutu dalam tradisi tukang banten (*tapini* atau ahli pembuat *upakara*) juga ada yang menyebutnya guling bebek, hanya ditambahkan penjelasan dipergunakan untuk *ben banten suci* (daging untuk jenis sesajen yang bernama *suci*). Jadi, dalam kehidupan masyarakat tidak terlalu dipermasalahkan perbedaan sebutan tersebut, tetapi maksud kebenarannya harus bisa ditangkap oleh penerima pesan. Penerima pesan harus kembali memperjelas pertanyaannya dengan mengaitkannya pada tujuan kegunaannya. Kalau sudah berbicara guna *ben suci* berarti yang dimaksud adalah betutu dari bebek.

Penggunaan istilah ini ditemukan dalam tulisan Gautama (2004: 35-37) dalam bukunya Dharma Caruban Tuntunan Membuat Olahan/Ebatan, yang menyebut daging bebek (itik) dapat dibuat menjadi berbagai bentuk olahan seperti: a) Sate bebek, b) Guling bebek, c) Lawar bebek, d) Brengkes bebek, e) Pamijian bebek, f) Sate galungan bebek, dan g) Sate penyenang bebek. Walau ada berbagai jenis olahan bebek yang dikenalkan tetapi penulis tidak akan membahas seluruhnya, melainkan hanya akan membahas tentang guling bebeknya saja, yang penulis samakan maksudnya dengan betutu bebek atau bebek betutu sesuai dengan judul.

Tujuan penelitian adalah untuk (1) identifikasi dan inventarisasi mengenai berbagai cara tradisional untuk membuat jenis kuliner *upakara* bebek betutu yang telah lama dikenal umat Hindu di Bali, (2) memahami alasan filosofi dan etika penggunaan sarana *upakara* dari hewan bebek dalam *yadnya* umat Hindu di Bali termasuk untuk jenis olahan kuliner bebek betutunya, dan (3) mengetahui fungsi dari *upakara yadnya* yang menggunakan bebek betutu dalam kaitan budidaya bebek Bali dan revitalisasinya di Bali sampai saat ini.

Konsep Bebek Betutu Sebagai Kuliner *Upakara* Umat Hindu, dalam Kaitan Budidaya Bebek Bali dan Revitalisasinya Saat Ini adalah berbagai macam cara tradisional dari olahan

daging bebek utuhan yang dimasak melalui cara pembakaran dalam jangka waktu lama yang dibuat sebagai kuliner untuk memenuhi kebutuhan kelengkapan sarana suatu tradisi *upakara*/banten berupa ulam/ben banten *suci* (daging/lauk *upakara* atau sesajen yang bernama *suci*) sesuai dengan filosofi (*tattwa*) dan etika (*susila*) sekelompok manusia yang memegang teguh prinsip-prinsip agama Hindu berkenaan dengan kegiatan pemeliharaan dan peternakan bebek lokal (Bali) agar memiliki nilai tambah saat waktu terbaru (tahun-tahun terakhir).

Terdapat dua teori untuk mencapai tujuan penelitian ini, yaitu teori gastronomi dan teori semiotik. Gastronomi memiliki arti semua hal yang berkaitan dengan rasa nikmat yang didapat dari makanan dan minuman (Gillesoie, 2001). Fossali menyatakan bahwa gastronomi adalah studi tentang hubungan antara budaya dan makanan. Gastronomi membahas berbagai komponen budaya dengan makanan sebagai fokusnya (seni kuliner). Keterkaitan antara budaya dan kuliner terbentuk karena gastronomi merupakan produksi dari pertanian sehingga perwujudan aroma, warna, dan rasa makanan dapat diketahui asalnya dari tempat bahan bakunya dihasilkan (Barrera, 2008).

Semiotika/semiologi adalah ilmu yang membahas mengenai tanda dalam kehidupan manusia. Semua hal dalam kehidupan manusia dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus diberi makna (Hoed, 2011: 3). Saussure dalam buku yang berjudul "*Course in General Linguistic*", semiologi merupakan ilmu yang mengkaji mengenai tanda-tanda dalam kehidupan sosial (Saussure, 1996: 82-83). Saussure menyebutkan teori mengenai tanda linguistik perlu ditempatkan dalam teori yang lebih umum, maka sebutan semiologi digunakan oleh Saussure (Hidayat, 2009: 132). Saussure menyebutkan bahwa satu tanda memiliki makna tersendiri karena terdapat kesepakatan sosial antara komunitas pengguna tentang makna tersebut (Chaer, 2012: 348). Dalam semiotika, tanda adalah aspek atau objek yang akan dibahas, sehingga representasi bebek betutu (sebagai simbol) pada masyarakat Hindu di Bali banyak tanda yang perlu dibahas untuk dapat mengetahui maknanya.

Penelitian ini dilakukan agar dapat bermanfaat secara akademis yaitu untuk memperkaya ilmu pengetahuan, mengenai filosofi dan etika yang mendasari dilaksanakannya berbagai jenis *upakara yadnya* umat Hindu di Bali yang selalu membutuhkan kuliner bebek betutu sebagai salah satu sarana pelengkapannya, dan berbagai cara membuatnya, serta peranannya sebagai sarana konservasi dalam sejarah peradaban umat Hindu di Bali dan potensi revitalisasi bebek betutu dalam pengembangan pariwisata budaya Bali saat ini, sekaligus juga sebagai tambahan untuk para peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan melalui penelitian yang lebih mendalam lagi.

Manfaat praktis penelitian ini untuk sektor pariwisata adalah dapat memberi informasi sejarah konservasi kuliner bebek betutu tradisional Bali, yang bisa membantu dalam mengambil kebijakan terhadap berbagai hal yang terkait dan mendukung perjuangan hak kepemilikan Warisan Budaya Takbenda, sekaligus sebagai dasar pengembangan kuliner bebek betutu khas Bali untuk menunjang kebutuhan atraksi kuliner pariwisata. Di samping itu dapat memberi masukan terkait pariwisata tentang cara mengembangkan kuliner bebek betutu tradisional Bali agar bisa memenuhi standar pariwisata (hotel dan restoran) dan bisa mengatasi kendala yang mungkin akan dihadapi untuk jangka panjang.

2. METODE

Penelitian mengenai bebek betutu ini menggunakan pendekatan holistik karena peneliti perlu melihat sesuatu sebagai suatu kebulatan yang utuh. Dari segi jenisnya, penelitian merupakan penelitian deskriptif analitis karena penelitian bertujuan untuk menggali informasi mengenai bebek betutu. Penelitian deskriptif analitis digunakan karena dapat memperoleh secara jelas mengenai suatu keadaan tertentu yang ada di lokasi penelitian melalui pengumpulan data, dalam hal ini khususnya bebek betutu yang digunakan oleh masyarakat Hindu di Bali sebagai *upakara* dan revitalisasinya.

Metode penelitian adalah metode kualitatif. Metode ini menekankan aspek pemahaman dengan lebih mendalam terhadap suatu masalah (Sulistyawati, 2019: 8). Sumber data penelitian adalah data sekunder yang didapat dari beberapa dokumen dan artikel

terkait dengan bebek betutu maupun mengenai kuliner nusantara. Pengumpulan data berasal dari studi kepustakaan dan data internet. Lokasi yang menjadi fokus adalah Bali. Teknik analisis data kualitatif digunakan, maksudnya adalah data dokumen yang dilakukan melalui tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Susilo, 2010: 78).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan akan mencapai seluruh tujuan di atas, sehingga penulisannya dibagi ke dalam tiga sub-bab sesuai dengan urutan tujuannya agar dapat dibahas satu persatu secara lebih rinci dan mendalam.

3.1 Berbagai Cara Tradisional Pembuatan Bebek Betutu Bali

Masyarakat dunia melalui pariwisata kulinernya telah tahu bahwa betutu bebek atau bebek betutu sebenarnya merupakan makanan tradisional khas Bali. Jenis olahan lauk utuhan tradisional ini kemudian mengalami beberapa perubahan cara dengan sedikit modifikasi atau polesan atau adaptasi tanpa harus meninggalkan ciri tradisinya, sehingga cara penyajian bebek betutu menjadi lebih berkembang sesuai dengan kebutuhan dunia pariwisata di Bali, lihat gambar di bawah.



Gambar 1. Bebek Betutu Dihidangkan Lengkap
Sumber: <https://www.kintamani.id/bebek-betutu-khas-gianyar-kuliner-bali-istimewa-yang-butuh-waktu-masak-12-jam/>, 2015

Fokus yang digali dari penelitian ini adalah berbagai cara tradisional di Bali dalam membuat olahan betutu bebek atau bebek betutu, sesuai dengan tradisi yang diwariskan para leluhur Bali menurut tempat (*desa*), waktu (*kala*), dan kondisi (*patra*) masing-masing tempat di seluruh Bali. Semua pilihan cara itu tetap dapat dibenarkan menurut tradisi

adat dan kesepahaman masyarakat setempat. Berbagai cara tradisional pembuatan bebek betutu untuk *upakara* umat Hindu yang pernah diperkenalkan berbagai tokoh di Bali dalam bentuk buku panduan, akan dibahas dan didokumentasi satu persatu di bawah ini.

3.1.1 Dokumen pertama (Surayin)

Surayin (2007: 59-60), seorang pakar banten yang kini telah menjadi *Pedanda* (pendeta Hindu), dalam bukunya "Masakan Bali" yang diterbitkan Penerbit Paramita, Surabaya telah mengenalkan ada tiga cara untuk membuat betutu bebek secara tradisional di Bali yaitu sebagai berikut ini.

1) Betutu Bebek *Tanem*

Bahannya adalah bebek yang gemuk sudah bertelur, bumbu Bali lengkap (*basa genep*), minyak, daun pisang, kelopak pangkal daun pinang (*upih*), tali bambu (tali *tutus*), merang padi atau sekam, daun asem (*celagi*). Cara membuat betutu bebek tanam adalah:

- a) Bebek dibersihkan, dikeluarkan isi perutnya (jeroannya) dari lubang yang dibuat di bawah rongga dadanya. Jangan dibuka terlalu lebar dan merobeknya harus lurus memanjang supaya mudah dijarit lagi.
- b) Bahan bumbu (*basa genep*) semuanya dirajang kemudian diuleg sehalus mungkin, lalu diberi minyak kelapa dan garam secukupnya.
- c) Badan bebek dilulur dengan air kunir (*kunyit*) yang diisi minyak kelapa dan sedikit garam, lalu diremas-remas supaya menjadi sedikit lemas.
- d) Bumbu halus dimasukkan ke dalam rongga perut bebek, tambahkan daun salam (*jangan ulam*) dan daun asam (*celagi*) untuk menghilangkan amis, lalu tutup kembali dengan baik atau dijarit bisa dengan benang atau tali *tutus* (tali kecil dari bambu arpus).
- e) Badan utuh bebek dilipat pada bagian leher/kepala dan kakinya sedemikian rupa kemudian dibungkus dengan kelopak pangkal daun pinang (*upih*) terlebih dahulu, kemudian dilapisi lagi dengan daun pisang yang cukup tebal, lalu diikat erat-erat dengan tali *tutus* (tali kecil dari bambu arpus).
- f) Buatlah sebuah lubang di tanah atau di atas abu sekam/merang untuk menaruh bungkusan bebek, sediakan *paso* atau *pane*

(jenis belanga dari tembikar) atau belanga dari logam aluminium sebagai penutupnya, lalu ditimbun lagi dengan sekam/merang baru yang di atasnya diisi bara api dari sabut kelapa kering untuk umpan mulai membakarnya. Api harus dijaga denar benar agar hidup stabil dan merata semalaman, tidak sampai mati sebelah atau sebagian, agar bebek dapat matang merata secara keseluruhan bagiannya. Biasanya bebek betutu yang matangnya bagus akan tercium bau wangi dan gurih dari bumbunya dan dagingnya akan mudah terlepas (*tustus*) dari tulangnya. Bebek betutu yang matangnya bagus tidak basi bila di simpan dua hari atau lebih.

2) Betutu Bebek Rebus

Bahan dan cara membuat betutu bebek rebus sama dengan membuat betutu bebek *tanem* (di atas). Tetapi bebek tidak dibungkus *upih*, cuma badan bebek dilipat dan diikat dengan tali *tutus* (tali kecil dari bambu arpus), kemudian langsung hanya dimasukan ke panci diberi kuah (sampai seluruh badan bebek terendam). Lalu dipanaskan dengan api sedang dan stabil untuk merebusnya, tapi nyala apinya tidak boleh terlalu besar supaya matangnya pelan-pelan dan dagingnya menjadi empuk. Pada tahapan proses ini harus rutin diperiksa jangan sampai kuahnya kering, dengan perlahan menambah air hangat, agar matang betutu bebeknya tidak sampai gosong.

3) Betutu Bebek *Panggang* (Guling)

Bahan dan cara membuat betutu bebek panggang sama dengan membuat betutu bebek *tanem* di atas. Bebek setelah dibungkus lalu dikukus dulu sampai matang, kemudian baru dipanggang atau diguling dengan membuka lebih dulu pembungkusnya. Memanggang atau mengguling bebek kurang bagus di atas nyala api kompor, sebaiknya di atas tungku dapur (tradisional/biasa) yang berisi bara api (bukan api dalam keadaan menyala). Bara api tidak boleh terlalu panas, biarkan bebek matangnya lambat supaya dagingnya menjadi lunak dan empuk.

3.1.2 Dokumen kedua (Remen)

Remen (1987: 60) seorang *mancagera* dari Desa Mengwi, Badung, Bali mengenalkan cara pengolahan kuliner bebek betutu dalam bukunya 'Olah-olahan Paebatan Bali'. Bahan olahan bebek betutu adalah: Bebek (seekor

satu kilogram). Bahan bumbu olahan untuk seekor bebek betutu adalah: *Basa gede* (dua sendok makan), daun *kasimbukan* (segenggam), garam (satu sendok), minyak kelapa (satu sendok). *Basa Gede* terbuat dari bahan: jahe, lengkuas, kencur, bawang merah, bawang putih, kunir, kemiri, lombok, daging kelapa dipanggang, garam, merica, jangu, ketumbar, keluek, sereh, terasi, gula aren (sesuai selera), semuanya dicincang dan dihaluskan.

Cara pengolahan yang dikenalkan Remen ini mirip dengan betutu bebek rebus dari Surayin, adalah sebagai berikut:

- a) Bebek dipotong, seduh dengan air mendidih, bulu-bulunya dibersihkan, isi perut (jeroan) dikeluarkan, lalu bebek dicuci bersih.
- b) Daun kesimbukan (tanaman merambat yang daunnya kalau diremas berbau seperti kentut) ditambahkan bumbu *base gede* atau *base genep* (bumbu besar atau bumbu lengkap), ditambah garam dan minyak kelapa, lalu diaduk/*uleg* sampai lembut, terus masukan ke dalam rongga badan ayam, lalu jahit/*slimat*.
- c) Lipat leher dan kaki bebek menjadi menyatu dengan badan, lalu diikat dengan tali bambu (tali *tutus*).
- d) Rebus sampai matang dengan tinggi air awal seukuran seluruh badan bebek terendam.
- e) Setelah matang, bebek diangkat dan tiriskan.

3.1.3 Dokumen ketiga (Wrasiasi, dkk)

Wrasiasi, dkk (2017: 153) seorang dosen perguruan tinggi dari penelitiannya juga menggali cara membuat bebek betutu dalam bukunya 'Kuliner Tradisional Bali' yang diterbitkan Udayana University Press, menguraikan bahwa, bahan baku bebek betutu ialah: satu ekor bebek utuh, daun ubi kayu, sereh, daun salam, pembungkus (daun pisang, pelepah bunga pinang atau *upih*, aluminium foil).

Bahan bumbunya adalah: minyak untuk menumis, cabai merah besar, cabe rawit, jahe, kunyit dibakar, lengkuas, batang serai ambil bagian putihnya, bawang merah, bawang putih, ketumbar bubuk, kemiri digoreng, daun jeruk purut, merica hitam dan garam. Namun

dalam bukunya tidak dijelaskan lebih lanjut proses atau cara memasaknya.

3.1.4 Dokumen keempat (Safira)

Maya Safira seorang jurnalis berhasil meliput cara membuat bebek betutu yang merupakan kuliner khas Gianyar yang dimasak hingga 12 jam. Safira menjelaskan bahwa proses pembuatan bebek betutu membutuhkan waktu yang lama, namun akan menghasilkan bebek dengan daging yang empuk dan memiliki aroma yang sangat wangi. Berbeda dengan betutu daerah Gilimanuk yang terkenal dengan rasa pedasnya. Betutu khas Gianyar lebih gurih dan tidak terlalu pedas dibandingkan betutu Gilimanuk. Bumbu yang digunakan untuk memasak bebek khas Gianyar lebih banyak, sekitar 15 bumbu, dan terdapat dua jenis campuran yang digunakan yaitu, ada yang disebut *base genep* dan *base wangen*. *Basa wangen* terdiri dari: *babakan* (kulit pohon) kelor, batang cengkeh, *jebugarum*, *maswi*, lenga, menyan, jeruk purut, merica, kemiri, bawang putih, bawang merah, ketumbar, dan terasi, sehingga akan menghasilkan rasa gurih.

Proses pembuatan betutu Gianyar lebih sulit karena menggunakan *upih* atau pelepah pinang sebagai pembungkusnya, tetapi juga sulit pada olahan bebek betutunya. Sebagai kuliner tradisional khas Gianyar bebek betutu sesungguhnya adalah salah satu kuliner seremonial yang dimasak dengan waktu yang sangat lama. Bebek awalnya diolesi dengan minyak kelapa yang dicampur dengan kecap asin dan terasi sambil diremas-remas dengan kuat. Ini akan membuat daging bebek menjadi empuk.



Gambar 2. Cara Melipat dan Membungkus Bebek dengan *Upih* diikat Tali *Tutus*

Sumber: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2863001/bebek-betutu-khas-gianyar-dimasak-selama-12-jam, 2015>

Selanjutnya rongga dalam badan bebek diisi dengan bumbu halus, campuran dari: bawang

putih, bawang merah, kencur, cabai rawit, jahe, kunyit, ketumbar, lengkuas, daun salam, kemiri, dan bahan tambahan lainnya. Sebagian bumbu campuran tersebut juga dibalurkan pada bagian luar bebek.

Terakhir bebek dibungkus dalam *upih* atau daun pisang. Sebelum diikat rapat, segelas air dituang agar bumbu larut dan daging bebek akan lunak saat dimasak. Dalam bungkusan tersebut, bebek dibakar selama 12 jam lebih dalam bara sekam padi. Bebek dimasak di dalam lubang tanah yang ditutup dengan bara api. Ini yang menyebabkan rasa bebek kecoklatan ini sangat enak dan dagingnya empuk karena bumbunya sangat meresap. Daging bebeknya pun sangat mudah lepas dari tulangnya (Safira, 2015).

3.1.5 Dokumen kelima (Gautama)

Gautama (2004: 35), seorang penekun spiritual dalam bukunya “Dharma Caruban Tuntunan Membuat Olahan/Ebatan” diterbitkan Penerbit Paramita, Surabaya juga mengenalkan guling bebek atau betutu bebek yang dibuat dengan cara sebagai berikut: Bebek yang telah disembelih/digorok lehernya dicabuti bulunya hingga bersih. Kemudian jeroannya (seluruh isi perutnya) diambil atau dikeluarkan, dagingnya kembali dicuci sampai bersih. Selanjutnya bebek itu diisi bumbu yang telah disiapkan, lalu diikat pakai tali bambu (tali *tutus*) dengan jalan melipat lehernya dan kakinya kemudian direbus sampai matang. Untuk memberantas atau menghilangkan bau anyir (*andih*) yang keluar dari dagingnya, air rebusan bebek diisi dengan asam jawa (*lunak*, bahasa Balinya). Bebek direbus dengan benar agar betul-betul matang.

Setelah matang, bebek kemudian ditiriskan sebentar, lalu ditusuk dengan tongkat kayu penggulingan terus dipanggang pada bara api sampai *crispy*. Agar nantinya bebek guling itu menjadi enak dan gurih, maka sebelumnya harus sudah disiapkan bumbu halus yang terbuat dari *kesuna cekuh* (bawang putih bercampur kencur digilas halus) diisi minyak kelapa kampung (*lengis tanusan*) untuk dipoleskan atau dibalurkan ke kulit bebek setiap saat, selama waktu proses penggulingan. Dalam penyajiannya agar tidak dihinggapi lalat dan tidak basi (bila upacara *yadnya* itu berlangsung lama atau beberapa hari), maka dapat disemprot dengan arak atau

sprite (yang mengandung soda atau alkohol) secara rutin setiap hari.

3.1.6 Dokumen keenam (Agmasari)

Silvita Agmasari seorang pemandu wisata melalui *kompas.com* berhasil mengenalkan cara tradisional yang otentik membuat bebek betutu lezat sebagai salah satu sajian tersohor khas Pulau Dewata, yang dicari oleh wisatawan saat berkunjung ke Bali. Agmasari berhasil meliput tuntas cara memasak bebek betutu dari pemasak handal I Ketut Rimpin yang berada di Jalan Monkey Forest Gang Arjuna Nomor 10, Ubud, Gianyar dalam acara *Food Tour Ubud Food Festival*.

Rimpin sudah berpengalaman memasak bebek betutu sejak tahun 1975. Pertamanya belajar dari kakaknya dan keluarganya yang sudah membuat bebek betutu selama 90-an tahun. Keluarga Ketut awalnya memasak bebek betutu untuk kebutuhan puri atau istana. Semakin berkembang pariwisata di Ubud, lalu keluarganya mulai menjual bebek betutu ke wisatawan dan memasok ke beberapa restoran di sekitar Ubud.

Saat peserta *Food Tour* datang, Ketut memperlihatkan demo cara membuat bebek betutu-nya secara tradisi. Awalnya mengambil bebek yang sudah dibersihkan bulunya. Kemudian membalurkan garam, asam, kecap asin, dan minyak kelapa. Menurut Ketut, bebek yang digunakan bebek lokal, karena bila menggunakan bebek lainnya (Peking) rasa akan beda dan tidak enak.



Gambar 3. Bebek Betutu Dibumbu
Sumber: Agmasari, 2018

Selesai bebek dibalurkan dengan minyak kelapa, bebek kemudian dibalurkan kembali dengan *base genep* (bumbu halus khas Bali yang terbuat dari bawang putih, bawang

merah, laos, jahe, kunyit, kencur, serai, kemiri, cabai rawit, dan berbagai jenis rempah-rempah lain). Bebek dibalurkan dengan bumbu sambil dipijat-pijat, kemudian memasukkan daun salam yang dicampur bumbu halus ke dalam rongga badan bebek. Setelah bebek dibumbui kemudian diletakan di atas potongan *upih* (pelepah daun pinang), lalu dibungkus dengan melipat tepi *upih* dan mengikat dengan tali dari bambu (tali *tutus/tustus*). Menurut Ketut "Harus pakai *upih*, karena kalau pakai daun lain (seperti daun pisang misalnya) tidak akan bisa bertahan lama karena memasaknya 12 jam, jadi lebih mudah terbakar," jelas Ketut.

Setelah itu bebek betutu siap dimasak. Memasak bebek betutu tidak butuh di atas kompor, karena yang dibutuhkan adalah bara api dari kulit ari padi (sekam) dan penutup dari tembikar (*kekeb pane* atau *paso*) atau logam seperti gambar di bawah ini. Menurut Ketut "Juga tidak bisa pakai kayu bakar, karena kalau pakai kayu itu apinya besar atau kuat, cepat habis. Bebek betutu ini harus dimasak selama 12 jam," jelas Ketut.



Gambar 4. Bebek Betutu Dimasak Tradisional
Sumber: Agmasari, 2018

Usai menaruh bungkusan bebek betutu di atas sekam, kemudian tutup dengan baskom tembikar (*kekeb pane* atau *paso*) sebagai pelindung dari jilatan langsung api. Lalu kubur baskom tembikar dengan sekam sampai dalam (tak terlihat) dan paling atasnya diisi sabut kelapa yang disiram sedikit minyak tanah sebagai umpan dan langsung disulut api atau dibakar. "Lalu sudah boleh ditinggal, untuk bisa mengambil aktivitas lain," kata Ketut. Butuh kesabaran untuk memasak hingga 12 jam sambil mengontrol bara api dan sekam agar tidak habis atau mati.

Sulit dan lamanya proses membuat bebek betutu ditambah mahalnnya harga bebek Bali dan bahan bumbu maka tak heran jika bebek betutu menjadi makanan yang sebenarnya jarang disantap oleh orang Bali.



Gambar 5. Bebek Betutu Dimasak Secara Tradisional

Sumber: Agmasari, 2018

Ketut sendiri mengatakan bahwa dirinya biasanya hanya memasak lima sampai enam bebek per hari. Saat hari raya, dirinya hanya dapat menerima pesanan maksimal 30 bebek betutu saja (<https://travel.kompas.com/read/2018/04/15/102700127/cari-bebek-betutu-otentik-datanglah-ke-ubud?page=all>).

3.1.7 Dokumen ketujuh (Suandra)

Suandra (1990) dalam bukunya Dharma Caruban (Tuntunan Ngebat) mengatakan bahwa *tutu* yang lebih akrab disebut dengan betutu (daging *tutu*), merupakan salah satu cara pengolahan lauk dari ayam, itik atau angsa dalam bentuk utuhan (*olahan utuh*) yang proses pematangannya melalui pembakaran dengan ditanam dalam bara api sekam (*matutu*).

Tahapan cara membuatnya, mula-mula ayam atau itik yang telah disembelih dikeluarkan jeroannya dengan cara melubangi bagian perutnya. Kemudian, rongga dada dan perut yang telah kosong itu diisi bumbu (*basa genep*), setelah itu kulit perut yang dirobek dijahit kembali. Jika pengerjaannya sempurna, ayam atau itik akan tampak seperti sosok aslinya, kemudian baru dilipat bagian kepala, sayap dan kakinya menjadi satu dengan badannya, lalu diikat dengan tali tali bambu kecil yang di Bali disebut *tutus*. Selanjutnya, direbus (dikukus) sampai matang, setelah itu dimasak kembali dengan cara dipanggang. Cara lain ada yang membungkus bebek dengan *upih* lebih dulu kemudian diikat dengan tali

tutus, lalu menyangrainya di atas atau di dalam periuk tanah sampai garing.

Sebenarnya masih banyak tradisi setempat lainnya mengenai cara membuat kuliner betutu bebek atau bebek betutu untuk sarana kelengkapan *upakara* atau banten, yang sekaligus juga dapat disajikan sebagai hidangan untuk warga atau masyarakat yang telah ikut membantu suksesnya jalan upacara agama yang dilaksanakan oleh salah satu warga dalam komunitas setempat di Bali. Namun, cara-cara seperti dibahas oleh beberapa tokoh di atas dapat mewakili cara-cara setempat lainnya, sehingga penulis merasa tidak perlu membahas tokoh lainnya terlalu jauh lagi.

Berdasarkan cara-cara yang telah dikenalkan oleh beberapa tokoh tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa *tutu* tidak mesti berarti proses membakar atau *tunu* seperti dalam pengertian konsep betutu yang telah dibahas panjang lebar di atas. Namun, ada ciri khas betutu bebek/itik yang dibahas oleh beberapa tokoh di atas, yaitu selalu dalam proses pengolahannya ada memasukan sejenis daun-daun/sayuran seperti daun singkong, daun asem, daun simbulan, serai, daun salam, dan lain-lain dicampur dengan adonan bumbu *basa genep* (yang dihaluskan) atau hanya bumbu halus (*basa genep*) dimasukkan ke dalam rongga badan bebek sebelum dijahit atau adonam bumbu halus *basa genep* yang hanya dibalurkan merata ke seluruh permukaan daging bebek. Kemudian bagian-bagian badan bebek (sayap, kaki, dan leher) dilipat menyatu dengan badan bebek dan diikat dengan tali *tutus* (tali kecil dari bambu arpus atau disebut *tiying tali* kalau di Bali).

Tetapi dari semua cara tradisional yang dikenalkan di atas terdapat perbedaan dalam proses pematangannya, yaitu bisa dengan *tutu* atau *tunu* (dibakar dengan menanam pada abu bara api sekam), ada dengan cara direbus dengan kuah dalam waktu cukup lama) atau ada yang dikukus sampai matang lalu diikuti dengan pemanggangan di atas bara api dengan proses penggulingan agar matangnya atau garingnya merata. Juga ada yang langsung disangrai dengan periuk (*payuk*) tanah, setelah dibungkus lebih dahulu dengan *upih* dan diikat dengan tali *tutus*. Namun semua cara pengolahan tersebut dapat dibenarkan menurut konsep *Desa Kala Patra*

(kebenaran menurut tempat, waktu, dan keadaan) atau sudah sesuai dengan tradisi setempat (*Desa Mawacara*).

Dari semua cara membuat bebek betutu tersebut di atas seluruhnya selalu sama-sama menyebut adanya pemakain *base genep* (bumbu lengkap) sebagai unsur penyedapnya. Yang disebut bumbu *base genep* sendiri merupakan bumbu dasar yang banyak digunakan dalam pengolahan makanan khas Bali. Terdiri dari 15 jenis bumbu dan rempah-rempah. *Base genep* memiliki empat unsur utama yaitu, *jae* (jahe), *cekuh* (kencur), *isen* (laos), serta kunyit (kunir). Keempat unsur utama tersebut biasanya dilengkapi dengan dua unsur lain yaitu tiga unsur tambahan yang terdiri dari dua unsur laut dan satu unsur pengunci.

Warna dasar dari bahan *base genep* dianggap mewakili simbol teologis warna pada masing-masing arah kiblat dalam alam semesta orang Bali (*pengider bhuwana* agama Hindu). Kencur berwarna putih mewakili arah timur sebagai representasi simbol Dewa Iswara. *Isen* (lengkuas/laos) mewakili arah selatan yang merupakan simbol Dewa Brahma. Kunyit (kunir) mewakili arah barat yang merupakan simbol keberadaan Dewa Mahadewa. *Jae* (jahe) berwarna hitam mewakili arah utara merupakan simbol Dewa Wisnu.

Dalam proses pembuatan *base genep* masyarakat Bali tidak menggunakan timbangan, tetapi para tetua dari masyarakat Bali membuat *base genep* dengan menggunakan jari. Jari telunjuk untuk kunyit, jari tengah digunakan untuk ukuran lengkuas, jari manis untuk ukuran jahe, dan jari kelingking digunakan untuk kencur. Setengahnya merupakan jumlah dari bawang merah. Setengah jumlah bawang merah merupakan jumlah untuk bawang putih. Setengah bawang putih untuk cabai. Setengah dari cabai untuk rempah-rempah. Terakhir, garam serta terasi secukupnya yang merupakan unsur laut. Dengan begitu terdapat 10 unsur yang mewakili simbol gunung dan laut pada bumbu *base genep* Bali (<https://jalurrempah.kemdikbud.go.id/base-genep-mencecap-sepiri-ng-filosofi-rempah-di-bali/>).

Namun dewasa ini masyarakat Bali mulai merasionalisasi ukuran perbandingan bahan *base genep* secara tradisional tersebut disesuaikan dengan takaran berat timbangan,

sebagai berikut: *bawang* (bawang merah) 100 gr, *kesuna* (bawang putih) 50 gr, *isen* (laos, lengkuas) 80 gr, kunyit (kunir) 40 gr, jae (jahe) 20 gr, *cekuh* (kencur) 10 gr, *sereh* (serai) 20 gr, *tingkih* (kemiri) 20 gr, *tabya* (cabe rawit) 30 gr, *tabya bun* (cabe puyang) 2 buah, *lombok* (cabe merah besar) 30 gr, *gula bali* (gula merah) 5 gr, *sera* (terasi) 10 gr, *uyah* (garam) secukupnya, dan *lengis nyuh* (minyak kelapa) 20 gr. Semua bahan ini dirajang (*tektek*) dan ditumbuk (*intuk*) halus, dipanaskan, dan ditumis sebentar dengan minyak kelapa, lalu diendapkan pada sebuah baskom sampai agak dingin dan siap digunakan (<https://yanartha.wordpress.com/an-eka-jenis-bumbu-base-genepe-ala-bali/>).



Gambar 6. Base Genep yang Telah Ditumis
Sumber: Cookmeindonesian.com, 2021

3.2 Filosofi dan Etika Penggunaan Bebek Betutu pada Upakara Upacara Yadnya

Upakara adalah simbol-simbol dalam upacara *yadnya* agama Hindu, dan salah satu syarat dari Tiga Kerangka Dasar ajaran Hindu di Bali, disamping Filsafat (*Tattwa*) agama, dan *Etika* (*Susila*) beragama. *Upakara* di Bali lebih lumrah disebut Banten. *Upakara*/banten adalah merupakan bentuk-bentuk bahasa simbolis yang memiliki nilai *tattwa* (filosofis) dari sebuah pelayanan kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* yang terwujud berupa materi dari hasil kegiatan kerja manusia untuk dikurbankan atau dipersembahkan kembali kepada Tuhan melalui wujud upacara keagamaan. Agama Hindu telah mengalami berbagai ujian sejarah seperti dikatakan oleh Abhinash Chandra Bose (2005) dalam

bukunya “The Call of Veda”. Agama Hindu selalu mempertahankan konsepsi agama dan teologinya yang bersifat inklusif, pluralistis, secara lentur menjadi universal. Teologi Hindu sejak awal telah menerima semua macam isme dan berbagai cara pandang dan juga telah mampu menerima segala macam kritik (Donder, 2009: 417-418).

3.2.1 Jenis-jenis banten suci

Terdapat tiga jenis Banten *Suci* dalam Lontar Kusuma Dewa sesuai dengan tingkatan *Nista*, *Madya* dan *Utama*. *Suci* sederhana disebut *Suci Nanampan* menggunakan satu *tamas* saja. Hanya menggunakan telur itik saja, tidak menggunakan Jajan *Saraswati* tetapi diganti dengan *baas mes* (beras basah). Banten *Suci* sederhana dipergunakan dalam upacara seperti upacara *pekala-kalaan* (*pelepas leteh*) dalam upacara pernikahan (*pawiwahan*).

Banten *suci* sedang atau *madya* disebut *Suci Sibakan*. Banten *Suci Sibakan* mempergunakan empat buah *tamas*. Dua *Tamas* untuk jajan *Sesamuhan* dan dua *tamas* untuk tempat *rerasmen* (lauk pauk) dan nasi. Banten *suci utama* adalah Banten *Suci Bungkulan* (*Suci Laksana*). Banten ini menggunakan enam buah *tamas*. Empat untuk jajan *sesamuhan*-nya dan dua untuk tempat tempat nasi dan *rerasmen* atau lauk pauknya. Dalam banten *suci* ini yang terpenting adalah jajan *sesamuhan*-nya yang dibuat dengan *suci*, seperti orang keadaan *cuntaka* tidak boleh ikut membuat jajan *sesamuhan suci* (<https://ngurahtirta.wordpress.com/2017/08/21/makna-tattwa-beberapa-banten-banten-suci-lambang-tuhan-menyaksikan-yadnya/>).

Alas dari banten *suci* ini adalah beberapa buah *tamas*. Warna jajan adalah beberapa buah *tamas*. Warna jajan adalah putih dan kuning, jajan warna putih diletakkan di sebelah kanan dan yang kuning diletakkan di sebelah kiri. Di antara jajan tersebut ada yang dinamakan "*sasamuhan*". Jajan ini terbuat dari tepung beras yang dicampur tepung ketan sedikit, parutan kelapa, serta air dan pewarna (putih atau kuning atau hitam), lalu diremas-remas (*ulet*) sampai menjadi cukup kenyal untuk dibentuk. Penting untuk diperhatikan, jumlah jajan berwarna putih jumlahnya lebih banyak dari pada jajan berwarna kuning.

Pada Banten *Suci* setiap tempat/*tamas* terdapat kelengkapan yang jumlahnya telah

ditentukan, seperti: *tamas* terbawah diisi dengan tape, pisang, buah-buahan, masing-masing lima buah/iris, jajan *sesamuhan*-nya satu biji setiap jenis: *tamas* kedua diisi dua biji/iris. Secara sederhana satu *soroh* (set) *suci* terdiri dari: *suci*, *peras*, *daksina*, *ajuman*, *tipat kelan* (enam biji tipat), *duma* (sejenis banten) pembersihan, *canag lengawangi/buratwangi*, *canang sari*, dan buah pisang. Pada upacara yang lebih besar ditambahkan *perayunan*, lauknya betutu bebek atau bebek betutu.

Di dalam banten *suci* terdapat simbol-simbol yang mendekati bentuk sakti atau kekuatan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*. Simbol tersebut, yakni jajan *bungan temu* (bunga tanaman jenis empon-empon) seperti temulawak, kunir, jahe, lempuyang, laos dan sebagainya sebagai simbol senjata *Bajra*, yang merupakan kekuatan *Sang Hyang Iswara*, dengan aksara sucinya 'Sang'. Jajan suci berbentuk kerang, simbol senjata *Dupa* yang merupakan kekuatan *Sang Hyang Maheswara*, dengan aksara sucinya 'Nang'. Jajan berbentuk buah *kelongkang* (jenis palawija pare) menjadi simbol senjata *Gada*, merupakan kekuatan *Sang Hyang Brahma*, dengan aksara sucinya 'Bang'.

Selanjutnya, kudapan berbentuk panji, simbol senjata *Danda*, yang merupakan kekuatan *Sang Hyang Rudra*, dengan aksara sucinya 'Mang'. Yang berbentuk *kekuluban* merupakan simbol senjata *Nagapasa* yang merupakan kekuatan *Sang Hyang Mahadewa*, dengan aksara sucinya 'Tang'. Selanjutnya *kebeber* sebagai simbol *Moksala* yang merupakan kekuatan *Sang Hyang Sangkara*, dengan aksara sucinya 'Sing'. Kemudian, jajan yang berbentuk *karna* (telinga) yang menjadi simbol *Cakra*, merupakan kekuatan *Sang Hyang Wisnu*, dengan aksara sucinya 'Ang'. Jajan berbentuk *candigara* simbol senjata *Trisula* merupakan kekuatan *Sang Hyang Sambu*, dengan aksara sucinya 'Wang'. Dan, jajan yang berbentuk *dedalas* menjadi simbol senjata *Padma* dan *Yoni*, merupakan kekuatan *Sang Hyang Siwa*, dengan aksara sucinya 'Ing'. Selain dibentuk sembilan senjata tersebut yang merupakan simbol *Dewata Nawa Sanga*, (sembilan dewa penguasa sembilan penjuru) terdapat pula dua simbol yang tak kalah penting, yakni bunga temu utuh simbol senjata *Kadga* (keris), merupakan kekuatan *Sang Hyang Sadha Siwa* (*Sang Hyang Widhi* yang

Saguna) dengan aksara suci 'Yang', dan jajan berbentuk cicak atau Sastra *Ongkara*, simbol senjata *Dwaja*, dengan kekuatan *Sang Hyang Parama Siwa* (*Sang Hyang Widhi* yang *Nirguna*) dengan aksara sucinya 'Om' (<https://baliexpress.jawapos.com/read/2017/09/30/16599/simbolkan-ista-dewata-banten-suci-hindar-kan-umat-dari-sebutan-kafir>).

3.2.2 Makna simbolik bebek betutu sebagai *ben/ulam* banten *suci*

Tergolong daging banten *suci* menurut Lontar Dharma Caruban, antara lain: itik atau bebek, angsa, dan penyu. Segala jenis sesajen atau *upakara* atau banten yang menggunakan banten *suci* dalam upacara untuk dipersembahkan kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*, selalu ditempatkan di arah kiblat utama sebagai *ulu* (hulu) *yadnya*, secara khusus ditempatkan pada suatu bangunan suci yaitu *Sanggar Tawang*, *Sanggar Surya*, *Sanggah Tutuan*, pasti mempergunakan daging itik atau bebek atau daging penyu (Gautama, 2004: 42). Khusus untuk lauk banten *suci* memakai olahan utuh yang disebut bebek betutu. Kedua sayap dan kaki bebek betutu dilipat ke arah dalam ke tengah badan dan kepala serta lehernya ke arah bawah sampai di dada kemudian diikat dengan tali *tutus* (dari bambu arpus), sehingga membentuk simbol Dewa Ganesha sedang beryoga samadi.

Bebek telah dijadikan lambang kesucian dan kebijaksanaan oleh umat Hindu, karena ada banyak sifat-sifat bebek atau itik yang bisa dijadikan pedoman dan panutan kebajikan dan kebenaran oleh manusia dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat, beragama dan bernegara. Beberapa sifat baik dan benar bebek tersebut adalah sebagaimana disebutkan Putra di (<https://www.idntimes.com/life/inspiration/rivandi-pranandita-putra/pelajaran-hidup-bebek-c1c2/5>), sebagai berikut: bebek selalu hidup kompak dan saling setia dalam kebersamaan, hidup penuh toleransi dan saling rukun, tetap terlihat tenang meskipun menghadapi banyak masalah, bisa membedakan hal baik dan buruk, membudayakan antre, tetap berpikir dengan hati bersih meski dalam lingkungan yang buruk, konsisten dengan pendirian, dan

disiplin serta patuh kepada pemimpin agar mencapai tujuan bersama.

Dari berbagai aspek kebaikan sifat bebek tersebut di atas, manusia banyak mendapatkan inspirasi yang bisa diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari agar bisa menjadi pribadi yang baik (berbudi luhur, suci, bijak), cerdas (*pradnyan*), manusia utama (*purusotama*). Oleh karena itu, wajar bebek dipilih oleh para *Rsi* (orang suci Hindu) sebagai simbol kesucian, kebajikan dan kebijaksanaan.

3.2.3 Bebek betutu tergolong *yadnya* jenis *jenggama* dan *mantiga*

Hasil penelusuran “Bali Taman Firdaus yang Bergerak Terus”, pada Jelajah Kompas, 19 Januari 2019 terhadap pendapat sejumlah tokoh Hindu, menemukan bahwa masyarakat Hindu Bali percaya bahwa seluruh alam merupakan milik Tuhan, untuk Tuhan, dan alam semesta. Menurut rohaniwan Hindu, Ida Pandita Mpu Jaya Acharyananda, makanan harus dipersembahkan terlebih dahulu sebelum disantap oleh manusia. Tanpa persembahan, manusia dianggap mencuri milik Tuhan. kata. Dalam *yadnya* Hindu di Bali, pembunuhan hewan persembahan menunjukkan konsep kasih sayang. Roh hewan yang dipersembahkan akan diruwat, disucikan, dan ditingkatkan derajatnya agar nantinya akan terlahir kembali menjadi manusia sejahtera, bahkan biar bisa bebas dari kelahiran kembali atau moksa sebagai tujuan tertinggi agama Hindu “*Mokshartham Jagadhita ya ca iti Dharma*”. Penggunaan makhluk hidup sebagai salah satu sarana banten (sesajen) tercantum dalam Lontar Nawaruci. Unsur bahan-bahan perlengkapan banten dapat digolongkan atas tiga kelompok. Pertama, khusus perlengkapan bahan berupa golongan buah-buahan (disebut *panca-panca*); Kedua, berupa jenis tanaman dari golongan daun-daunan (*plawa*, *peselan*) dan tanaman, yang termasuk *taru* (jenis pohon-pohonan perdu), *lata* (jenis tunaman menjalar), gulma (jenis rumput), dan golongan *sthawara* (tumbuhan yang tidak bergerak). Ketiga, adalah golongan *jenggama* (jenis makhluk hidup atau berbagai jenis *wawalungan*/hewan) sebagai tambahan dalam bentuk *upakara* (sesajen) sebagai simbol *sadhana bhakti* (wujud persembahan bakti yang tulus ikhlas) bagi umat Hindu kepada para Dewa dan

lelehur. Jadi, khusus berkaitan dengan penggunaan hewan bebek sebagai sarana *upakara* ini adalah didasari dari sumber lontar Nawaruci, termasuk *yadnya* dari golongan *jenggama*.

Golongan bahan-bahan perlengkapan bebantenan lainnya diuraikan lebih jelas dalam Prembon Babantenan di Bali dan Lontar Mpu Lutuk mengenai materi banten atau *upakara*, yang juga dapat digolongkan menjadi tiga unsur, sebagai berikut:

1. *Mataya* yang merupakan bahan banten yang berasal dari tumbuhan, baik yang telah diolah, maupun yang utuh, yang berasal dari bunga, daun, dan buah.
2. *Maharya* merupakan bahan untuk banten yang berupa hewan atau makhluk yang keberadaannya berasal dari proses kelahiran seperti manusia, yang kemudian dapat digantikan dengan hewan, seperti; kambing, babi, anjing, macan, sapi, kerbau yang *nandang rapitan*, kijang, menjangan, sesuai dengan tingkatan *karya* (upacara) atau *yadnya* (kurban).
3. *Mantiga* yaitu bahan banten berupa makhluk yang keberadaannya berasal dari proses penetasan atau telur, seperti bebek, ayam, dan angsa. Termasuk juga menggunakan binatang yang menetas dari telur, terutama telur ayam dan telur bebek, sesuai dengan tingkatan *yadnya* yang dipersembahkan, terutama tingkat *Tawur Agung Eka Dasa Rudra* yang dilaksanakan setiap 100 tahun sekali di Pura Agung Besakih. *Tawur Agung Eka Dasa Rudra* juga digunakan beberapa jenis burung langka, yakni burung garuda dan elang.

Ketiga golongan bahan kelengkapan (*eteheh* banten) ini, dalam bahasa domestik atau merakyat di Bali, sering dikemukakan dalam bentuk istilah “*sarwa tumuwuh* (segala yang bertumbuh), *sarwa manakan* (segala yang beranak), *mwang sarwa mataluh* (segala yang bertelor)”. Dalam versi lain, disebutkan “*isin gumi sane maurip ring ambarane, sane maurip ring alas gununge, mwang sane maurip ring segara, danu, lwah mwang sawah* (isi bumi yang hidup di angkasa, hidup di hutan dan gunung, serta yang hidup di laut, danau, sungai dan sawah)”. Dengan demikian, konsep-konsep domestik ini memiliki titik temu dengan konsep tuntunan material dan

bahan-bahan banten yang patut digunakan Lontar Mpu Lutuk dan Prembon Babantenan berupa *mataya*, *maharya* dan *mantiga* itu.

3.3 Revitalisasi bebek betutu saat ini

Masyarakat Hindu Di Bali sangat merasa terbantu dengan adanya pedagang hewan untuk *upakara*, terutama disaat mendadak. Para penjual hewan untuk *upakara* saat ini banyak yang mengiklankan dagangannya dengan memasang pelang di depan rumahnya, lengkap dengan nomor telepon atau WA-nya. Kesibukan masyarakat di waktu musim upacara ini dilihat oleh para pedagang sebagai peluang bisnis yang bagus. Pedagang selalu menyediakan *olahan ben caru*, guling atau betutu bebek maupun ayam sebagai *ben banten* (lauk *upakara*), sehingga dapat langsung dipesan secara *online* kepada pedagang yang secara memang menjual lauk *upakara*. Sehingga dalam menyiapkan *ben banten* menjadi mudah dan praktis, khususnya bagi orang yang memiliki banyak kegiatan, sehingga sulit untuk menyiapkan sarana *upakara* sendiri.

Seringnya frekuensi adanya upacara Hindu di Bali yang memerlukan hewan *upakara* sebenarnya telah membuka banyak lapangan pekerjaan. Seharusnya secara tradisi hewan-hewan yang sering dibutuhkan harus dibudidayakan (diternak), ini artinya peluang bagi peternak untuk memelihara hewan tertentu, salah satunya hewan itik atau bebek. Selanjutnya para pedagang atau pengepul mendapat peluang untuk memasarkan hewan *upakara*, bahkan bisa langsung sampai jenis *olahan* yang diperlukan. Jadi dapat dilihat bahwa upacara agama Hindu di Bali sangat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat atau memberikan *multiplier effect* yang cukup luas, sehingga dapat dipandang sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan umat (Budaarsa dan Budiasa, 2013: 1, 15).

Beberapa jenis bebek yang sering dibutuhkan untuk upacara *yadnya* di Bali sesuai dengan jenis *upakaranya* dapat dilihat dari Tabel 1 di bawahini.

Tabel 1. Penggunaan Jenis Bebek atau Itik Pada Upacara *Yadnya* di Bali

Nama Bebek (Lokal/Indonesia)	Digunakan pada Upacara
Bebek putih (Bali), Itik	<i>Rsi Gana</i> , <i>Sesayut Pageh</i>

putih (Indonesia)	Urip, Mesesangi, Dll.
Bebek putih jambul (Bali), Itik putih berjambul (Indonesia)	Pemaden Caru, Tawur Agung, Pektelem
Bebek selem (Bali), Itik hitam (Indonesia)	Pemaden Caru, Sesayut Pagerwesi, Melasti, Dll.
Bebek bulu sikep (Bali), Itik berbulu elang (Indonesia)	<i>Rsi Gana</i> , Manca Rupa, Pengulah Karang, Dll.
Bebek belang kalung (Bali), Itik berbulu belang melingkar di leher seperti kalung (Indonesia)	Usaba Nini, Pemaden Cicing, Penebusan, Dll.
Bebek cemaning (Bali), Itik berkaki putih dan paruh kuning serta kalung putih (Indonesia)	Balik sumpah agung, Tabuh Gentuh, Caru Khusus, Dll.
Bebek sumbian (Bali), Itik berbulu burik kehitaman dan berkulit putih (Indonesia)	Eka Dasa Rudra, Tabuh Gentuh, Pektelem, Dll.
Bebek bulu somi (Bali), Itik berbulu coklat seperti jerami kering (Indonesia)	Ben Banten Suci, Pektelem, Penyambleh, Dll.
Bebek sebulu-bulu, Itik bulu bebas warna (Indonesia)	Balik Sumpah, Magedong-gedongan, Mesangih, Dll.

Dalam perkembangan dan perubahan zaman kemudian bebek betutu sering dijadikan lauk pada jamuan makan para elit tradisional Bali (di griya, jero dan puri) di saat acara-acara penting. Bermula hanya sebuah tradisi ritual ternyata bebek betutu kemudian menjadi salah satu citra kuliner Bali yang mendunia, setelah ditetapkan menjadi salah satu warisan budaya dunia asal Indonesia (khususnya Bali). Kuliner Betutu Bali ini sudah ditetapkan sebagai salah satu Warisan Budaya Takbenda (WBTD) Indonesia, 2017. Kuliner betutu ini ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda dunia berdasar domain 'Kemahiran dan Kerajinan Tradisional'. Disebutkan lokasi persebarannya di Kecamatan Ubud, Gianyar. Maestronya I Wayan Linggih (Ratnawati, 2016: 211). Walaupun berasal dari Majapahit, namun saat ini betutu bisa menjadi sebuah citra Bali. Sudah merupakan fakta citra bebek betutu Bali sebagai sejumput surga yang tersisa tetap bisa lestari karena adanya upacara Agama Hindu yang selalu memelihara dan mempertahankan dari kepunahan.

Makin hari kuliner bebek di Bali semakin viral. Penjualan kuliner bebek meraih sangat banyak rezeki dari penjualannya sehingga banyak muncul pengusaha yang membuka bisnis kuliner pariwisata dengan

menu utama bebek. Lihat saja di salah satu wisata terkenal di Bali, Ubud. Terdapat banyak restoran atau warung yang menjual kuliner khas Bali dengan menu bebek, seperti Bebek Nonggeng, Bebek Dawe, dan yang paling terkenal adalah Bebek Tepi Sawah. Tidak hanya ubud, daerah pariwisata Kuta juga ada yang menjadikan menu bebek sebagai hidangan utamanya, contohnya Restoran Kunyit di Hotel Santika Premiere Beach Resort Bali yang juga menjajakan menu bebek. Di kawasan Jimbaran ada Kayumanis Resto yang menyajikan menu utama Bebek Panggang Mekudus sebagai andalan. Bahkan ada sebuah warung bernama “Warung Upih” yang beralamat di Jalan Raya Kerobokan No. 17X, Kerobokan Kelod, Kuta Utara, menyajikan bebek betutu *upih* secara original otentik sebagai menu spesialnya. Langkah ini dilakukan juga menjadi upaya untuk memperkenalkan rasa asli masakan Bali yang tanpa menggunakan bahan penyedap makanan kepada wisatawan.

Kuliner betutu juga dapat diusahakan untuk ditingkatkan fungsinya sebagai sarana diplomasi. Sarana diplomasi yang dimaksud adalah untuk mewujudkan tali persaudaraan, kerukunan antar umat beragama. Hal ini dapat terjadi disebabkan kuliner bebek merupakan kuliner bagi seluruh umat karena kuliner bebek bersifat netral dan tidak haram bagi kelompok agama tertentu (<https://www.nativeindonesia.com/ayam-betutu/>). Oleh karena itu dapat dikembangkan sebagai salah satu kuliner pariwisata khas Bali yang juga sangat cocok dengan wacana pariwisata halal yang berkembang di Indonesia akhir-akhir ini.

4. KESIMPULAN

Ada berbagai variasi dalam membuat bebek betutu secara tradisional di Bali. Namun istilah Bebek Betutu secara umum dapat berarti olahan daging bebek dalam bentuk utuhan, yang dimasak melalui cara pembakaran dengan menanamnya di dalam bara api (sekam) dalam jangka waktu panjang, sehingga proses pematangan terjadi perlahan dan menghasilkan daging yang empuk serta mudah lepas (*tutus*). Pengolahan lauk dengan cara *tutu* atau *matutu* ini berbeda dengan cara kukus, panggang, guling, sangrai dan goreng, walau kemudian hasil tradisinya

sering sama-sama disebut sebagai bebek betutu.

Keberadaan bebek betutu di Bali pada awalnya fungsi utamanya adalah sebagai lauk *upakara*/banten yang bernama *Suci* sehingga disebut *Ben Banten Suci*. Bebek betutu sebagai pelengkap (lauk) banten *suci* yang bersifat lokal ini, di dalamnya terkandung ajaran filsafat (*tattwa*) dan etika (*susila*) Hindu yang universal. Saksi upacara adalah Tuhan atau Dewa/i atau *Bhatara/i* atau roh suci ini salah satunya dilambangkan dengan bebek betutu.

Dipilihnya bebek untuk *ben banten suci* karena sifat-sifat baik dan benar yang dimiliki bebek, dapat dijadikan pedoman hidup dalam menjalankan ajaran agama oleh umat Hindu, yaitu selalu kompak dan saling setia dalam kebersamaan, penuh toleransi, saling rukun, tenang, dapat membedakan makanan yang baik dan buruk, membudayakan antre, berhati bersih walau ada dalam lingkungan yang buruk, pendirian konsisten, patuh dan disiplin dalam mencapai tujuan bersama, cocok menjadi simbol penekun spiritual yang selalu mencari air suci kehidupan agar selalu bisa memberi kesejukan dan kedamaian umat.

Dalam banten suci terdapat simbol-simbol yang mendekati bentuk sakti atau kekuatan *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*. Jajan *bungan temu* simbol senjata *Bajra*, kekuatan *Sang Hyang Iswara*. Jajan bentuk kerang, simbol senjata *Dupa* kekuatan *Sang Hyang Maheswara*. Jajan bentuk buah *kelongkang* simbol senjata *Gada*, kekuatan *Sang Hyang Brahma*. Kudapan berbentuk panji, simbol senjata *Danda*, kekuatan *Sang Hyang Rudra*. Berbentuk *kekuluban* merupakan simbol senjata *Nagapasa* kekuatan *Sang Hyang Mahadewa*. Selanjutnya *kebeber* simbol *Moksala* kekuatan *Sang Hyang Sangkara*. Kemudian, jajan yang berbentuk karna menjadi simbol Cakra, kekuatan *Sang Hyang Wisnu*. Jajan berbentuk *candigara* simbol senjata *Trisula* merupakan kekuatan *Sang Hyang Sambu*. Jajan yang berbentuk *dedalas* menjadi simbol senjata *Padma* dan *Yoni*, merupakan kekuatan *Sang Hyang Siwa*.

Selain dibentuk sembilan senjata *Dewata Nawa Sanga*, terdapat pula dua simbol lain, yakni bunga temu utuh simbol senjata *Kadga* (keris), merupakan kekuatan *Sang Hyang Sadha Siwa (Sang Hyang Widhi yang Saguna)* dengan aksara suci 'Yang', dan jajan

berbentuk cicak atau Sastra *Ongkara*, simbol senjata *Dwaja*, dengan kekuatan *Sang Hyang Parama Siwa (Sang Hyang Widhi yang Nirguna)* dengan aksara sucinya 'Om'.

Penggunaan bebek sebagai sarana kurban suci sesuai dengan ajaran Kitab Manawa Dharmasastra sangat berhubungan dengan usaha pelestarian dan juga doa peruwatan sifat hewani agar roh para hewan kurban dapat lahir kembali dalam kehidupan dengan derajat yang lebih tinggi dan lebih sempurna di masa berikutnya. Menurut Lontar Mpu Lutuk dan Prembon Bebantenan serta Lontar Yajna Prakirti kurban bebek betutu tergolong *yadnya* jenis *janggama* dan *mantiga*. Maraknya kegiatan upacara Agama Hindu telah berhasil memutar roda ekonomi masyarakat Bali secara luas. Semua itu membuka lapangan kerja sektor peternakan ayam dan bebek serta sektor terkait lainnya. Dengan demikian upacara Agama Hindu mampu memberi *multiplier effect* sangat luas dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Bali. Disamping kebutuhan upacara bebek betutu juga sering dibutuhkan untuk jamuan makan tradisi adat di puri-puri, khususnya untuk menjamu orang suci. Terlebih setelah berkembangnya pariwisata di Bali bebek betutu juga mengalami revitalisasi nilai berkembang menjadi kuliner pariwisata prestisius karena cocok sebagai makanan diplomasi (*gastrodiplomacy*) yang memperkuat pariwisata halal di Bali.

Bagi para peneliti lain khususnya di bidang seni kuliner, adanya fungsi bebek betutu sebagai sarana *upakara* dan sebagai *suguhan* yang bisa disajikan untuk tamu atau tokoh masyarakat, mungkin bisa dijadikan inspirasi untuk diteliti lebih mendalam dari segi cara pemasakannya yang terus berkembang dan inovatif untuk dapat dikembangkan menjadi kuliner bebek betutu yang otentik namun memiliki kreativitas baru untuk dijadikan daya tarik pariwisata di Bali.

REFERENSI

Ayodia, Gde Oka, Crisnapati, Padma Nyoman, Supuwingsih, Ni Nyoman. (2017). *Media Pengenalan Makanan Tradisional Ayam Betutu Khas Bali Berbasis Multimedia Sebagai Pelestarian Warisan Budaya*. Denpasar: STIKOM Bali.

- Barrera E, Alvaradi OB. (2008). "Food trails: tourist architectures built on food identity", *Gastronomic Sci.* Vol. 3 (8): 56-63.
- Bose, Abinash Chandra. (2005). *The Call of the Vedas (An Anthology of Hymns)*. Gujarat: Bharatiya Vidya Bhavan.
- Budaarsa, Komang dan Budiasa, Ketut Mangku. (2013). "Jenis Hewan *Upakara* dan Upaya Pelestariannya" *Makalah Seminar "Hewan Upakara" Fakultas Peternakan Universitas Udayana 29 Oktober 2013*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Chaer, Abdul. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Donder, I Ketut. (2009). *Teologi: Memasuki Gerbang Ilmu Pengetahuan Ilmiah Tentang Tuhan Paradigma Sanatana Dharma*. Surabaya: Paramita.
- Gillesoie, Cousins JA. (2001). *European Gastronomy Into the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heinenmann.
- Gautama, Wayan Buda. (2004). *Dharma Caruban Tuntunan Membuat Olah/Ebatan*. Surabaya: Paramita.
- _____. (2009). *Kamus Bahasa Bali (KBB: Bali-Indonesia)*. Surabaya: Paramita.
- Hidayat, Asep Ahmad. (2009). *Filsafat Bahasa: Mengungkap Hakikat Bahasa, Makna, dan Tanda*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hoed, Benny H. (2011). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Ratnawati, Lien Dwiari (Ed). (2016). *Penetapan Warisan Budaya Takbenda Indonesia Tahun 2017*. Jakarta: Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Remen, I Ketut. (1987). *Olah-olahan Paebatan Bali*. Mengwi: Tanpa Penerbit
- Saussure, Ferdinand de. (1996). *Cours De Linguistique Generale*. Pengantar Linguistik Umum. (Rahayu S. Hidayat, Pentj). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suandra, I Made. (1990). *Dharma Caruban (Tuntunan Ngebat)*. Denpasar: CV. Kayumas Agung.

- Sulistiyawati, Anastasia. (2019). "Tradisi Megibung, Gastrodiplomacy Raja Karangasem", *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*. Vol. 1 (2): 1-22.
- Surayin, Ida Ayu. (2007). *Masakan Bali*. Surabaya: Paramita.
- Susilo, Edi. (2010). *Dinamika Struktur Sosial Dalam Ekosistem Pesisir*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Wrsiati, Luh Putu, dkk. (2017). *Kuliner Tradisional Bali: Balinese Traditional Kulinary (Jajanan Tradisional, Masakan Tradisional, Sayuran Tradisional)*. Denpasar: Udayana University Press.
- Sumber Internet:**
- Agmasari, Silvita. (2018). *Cari Bebek Betutu Otentik Datanglah ke Ubud*. Available from: <https://travel.kompas.com/read/2018/04/15/102700127/cari-bebek-betutu-otentik-datanglah-ke-ubud?page=all>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Jawa Post. (2017). *Simbolkan Ista Dewata, Banten Suci Hindarkan Umat dari Sebutan Kafir*. Available from: <https://baliexpress.jawapos.com/balinese/30/09/2017/simbolkan-ista-dewata-banten-suci-hindarkan-umat-dari-sebutan-kafir/>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Kompas. (2018). *Cari Bebek Betutu Otentik? Datanglah ke Ubud*. Available from: <https://travel.kompas.com/read/2018/04/15/102700127/cari-bebek-betutu-otentik-datanglah-ke-ubud?page=all>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- _____. (2019). "*Bali Taman Firdaus*" yang Bergerak Terus. Available from: <https://jelajah.kompas.id/jelajah-kuliner-nusantara/baca/bali-taman-firdaus-yang-bergerak-terus/>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Putra, Rivandi Pranandita. (2019). *8 Pelajaran Hidup dari Bebek Ini Bisa Kamu Teladani, Yuk Bijaksana!* Available from: <https://www.idntimes.com/life/inspiration/rivandi-pranandita-putra/pelajaran-hidup-bebek-c1c2/5>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Safira, Maya. (2015). *Bebek Betutu Khas Gianyar Dimasak Selama 12 Jam*. Available from: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-2863001/bebek-betutu-khas-gianyar-dimasak-selama-12-jam>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Sanjiwani, Tirta. (2017). *Makna Tattwa Beberapa Banten (Banten Suci Lambang Tuhan Menyaksikan Yadnya)*. Available from: <https://ngurahtirta.wordpress.com/2017/08/21/makna-tattwa-beberapa-banten-banten-suci-lambang-tuhan-menyaksikan-yadnya/>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- SatyaWedha. 2020. *Jenis BUMBU/BASE GENEPE ala Bali*. Available from: <https://yanartha.wordpress.com/aneka-jenis-bumbu-bas-e-genepe-ala-bali/>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Suwarna, B., Koestanto, B.D., dan Arcana, P.F. (2019). *Bebek Kuyup Mandi Lumpur*. Available from: <https://jelajah.kompas.id/jelajah-kuliner-nusantara/baca/bebek-kuyup-mandi-lumpur/>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].
- Suyatra, I Putu. 2017. *Simbolkan Ista Dewata, Banten Suci Hindarkan Umat dari Sebutan Kafir*. Available from: <https://baliexpress.jawapos.com/read/2017/09/30/16599/simbolkan-ista-dewata-banten-suci-hindarkan-umat-dari-sebutan-kafir>. [Diakses pada: 6 Oktober 2021].



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 33-40

DEKONSTRUKSI KUE KHAS KALIMANTAN MENJADI WESTERN DESSERT

DECONSTRUCTION OF A TYPICAL KALIMANTAN DESSERT INTO A WESTERN DESSERT

Rizqy Prasetyani Putri¹, Anastasia Sulistyawati², Billy Tanius³

Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali^{1,2,3}

rizqyprasetyani1@gmail.com¹

Received:14/04/2022

Revised:19/04/2022

Accepted:05/05/2022

Abstrak

Kue tradisional kurang populer jika dibandingkan dengan *western dessert* yang dipasarkan di Indonesia sehingga generasi muda Indonesia merasa kue tradisional tidak bisa bersaing di pasar internasional. Pada karya kompetensi kreatif ini, penulis mendekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert* agar kue tradisional terlihat lebih menarik. Penulis menggunakan kue khas Kalimantan karena memiliki sejarah yang unik dan masih kurang dikenal masyarakat Indonesia. Metode pada penelitian ini menggunakan *research and development* (R&D) dengan model 4D yaitu (*define, design, development* dan *dissemination*). Teori yang digunakan yaitu teori dekonstruksi pada makanan dari Ferran Adrià. Uji coba produk dalam penelitian ini menggunakan uji hedonik dengan menguji kesukaan seseorang terhadap warna, rasa, tekstur, aroma dan penampilan keseluruhan makanan. Instrumen yang digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan pada 6 panelis ahli dan 42 panelis umum. Hasil dari penelitian ini berupa 10 resep antara lain: *kararaban swiss roll, amparan tatak mousse, gegicak coconut cake, puracit choux au craquelin, bingka tartlet, putri keraton bundt cake, pisang gapit cheesecake, putri selat panna cotta, hintalu karuang flan cake, jenderal mabok soufflé*. Hasil nilai rata-rata keseluruhan dari penilaian uji hedonik adalah 4.32 untuk warna, 4.39 untuk rasa, 4.33 untuk aroma, 4.36 untuk tekstur, dan 4.56 untuk keseluruhan. Dapat disimpulkan dari hasil nilai rata-rata bahwa para Panelis memberi respon positif dan menyukai 10 menu hasil dekonstruksi.

Kata Kunci: *Dekonstruksi, Kue Khas Kalimantan, Western Dessert*

Abstract

Traditional cakes are less popular when compared to western desserts marketed in Indonesia so the younger generation of Indonesians feels that traditional cakes cannot compete in the international market. In this work of creative competence, the author deconstructed a typical Kalimantan cake into western dessert so that traditional cakes look more interesting. The author uses a typical Kalimantan cake because it has a unique history and is still fairly unexplored among Indonesian people. The research used research and development (R&D) method with 4D models namely (define, design, development, and dissemination). The theory used is the theory of deconstruction on food from Ferran Adria. The product trials in this study used hedonic testing by testing a person's fondness for the color, taste, texture, aroma, and overall appearance of the

food. The instrument used to retrieve the data in the study was a questionnaire distributed to 6 expert panelists and 42 general panelists. The results of this study in the form of 10 recipes include kararaban swiss roll, amparan tatak mousse, gegicak coconut cake, puracit choux au craquelin, bingka tartlet, putri keraton bundt cake, pisang gapit cheesecake, putri selat panna cotta, hintalu karuang flan cake, jendral mabok soufflé. The overall average value results of the hedonic test assessment are 4.32 for color, 4.39 for taste, 4.33 for aroma, 4.36 for texture, and 4.56 for overall. It can be concluded from the average value results that the Panelists responded positively and liked the 10 menus of deconstruction results.

Keywords: Deconstruction, Kalimantan Dessert, Western Dessert

1. PENDAHULUAN

Menurut Winamo jajan pasar tradisional Indonesia merupakan komponen penting dalam pusaka kuliner Indonesia (Yuyun Alamsyah, 2006). Tidak hanya karena jajan tersebut enak dan unik warnanya, melainkan juga karena jajan tradisional sarat dengan unsur simbolisme. Sayangnya, jajan pasar atau kue tradisional ini sudah jarang ditemui. Hal ini didukung oleh generasi muda jaman sekarang yang kurang mengenal kue tradisional. Kue tradisional merupakan resep yang diwariskan nenek moyang untuk generasi penerusnya, maka dari itu kue tradisional merupakan kebudayaan daerah yang perlu dijaga dan dilestarikan. Kalimantan memiliki beberapa suku adat, salah satunya yaitu suku Banjar. Dalam bahasa banjar, kue disebut wadai. Berdasarkan sejarahnya wadai digunakan untuk upacara dalam bentuk sesajen. Bahan wadai pada umumnya berupa santan, gula merah, telur, dan ketan yang dipercayai suku banjar sebagai bahan-bahan yang disukai makhluk gaib. Warna dari wadai juga memiliki arti khusus dalam tradisi suku banjar. Masyarakat Indonesia lebih suka menikmati makanan produk luar negeri. Dengan banyak munculnya usaha makanan cepat saji dan promosi dari media sosial, maka jajanan yang berasal dari luar pun atau biasa disebut *dessert* dianggap lebih bergensi dibanding dengan jajanan tradisional.

Teknik dekonstruksi pada makanan memang masih jarang diketahui oleh masyarakat. Dekonstruksi makanan dilakukan dengan cara merubah bentuk makanan dengan tetap menggunakan komponen orisinal dari hidangan tersebut (Miller, 2016). Seperti yang telah dibahas sebelumnya, jajanan tradisional sudah kalah kepopuleritasannya, kemudian fakta bahwa harga dari jajanan tradisional jauh dibawah jika dibandingkan dengan *western*

dessert yang dipasarkan di Indonesia sehingga generasi muda Indonesia cenderung merasa jajanan tradisional tidak bisa bersaing di pasar internasional dan juga dilihat kue khas Kalimantan berpotensi untuk dijual karena memiliki sejarah yang unik membuat penulis tertarik mengambil penelitian untuk mendekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka hal yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: 1) Apa sajakah menu yang dapat dihasilkan dari dekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*? 2) Bagaimanakah cita rasa, aroma, warna, dan tekstur dari dekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*? Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Memahami hasil dekonstruksi dari kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*. 2) Memahami cita rasa, aroma, warna, dan tekstur dari dekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*.

Ada dua konsep yang digunakan dalam penelitian ini antara lain dekonstruksi kue khas Kalimantan dan *western dessert*. Dekonstruksi kue khas Kalimantan yaitu perubahan bahan, tekstur, bentuk, suhu, dan estetika pada kue khas Kalimantan namun tetap mempertahankan esensi hidangan aslinya. *Deconstructed food* atau dekonstruksi makanan pertama kali dicetuskan oleh Ferran Adrià, seorang *chef* asli Spanyol pada tahun 1990-an di *El Bulli Restaurant*. Dalam setiap eksperimen Adrià selalu berkaitan dengan teori gastronomi molekuler, penerapan sains hingga praktik kuliner. *Western dessert* merupakan pengalihan bahasa dari hidangan penutup barat. Hidangan penutup barat merupakan bagian dari masakan-masakan. Masakan Eropa, yang secara alternatif disebut sebagai masakan Barat, adalah sebuah istilah

yang digeneralisasikan secara kolektif yang merujuk kepada masakan-masakan dari Eropa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dekonstruksi makanan yang dikemukakan oleh Ferran Adrià. *Gastronomy shapers* mengutip tentang Ferran Adrià sebagai berikut:

The name Ferran Adrià is synonymous with that of his iconic restaurant, El Bulli, located in Catalonia, where the chef has wielded deconstruction to blaze new culinary trails. While preserving the essence of classic dishes, this Catalan chef has revamped ingredients, textures, shape, temperatures and aesthetics. He has also invented numerous culinary techniques (spherification, edible foam, etc.) and equipment, revolutionizing the gastronomic experience.

Nama Ferran Adrià identik dengan restoran ikoniknya, El Bulli, yang terletak di Catalonia, tempatnya melakukan dekonstruksi untuk merintis jalur kuliner baru. Sambil mempertahankan esensi hidangan klasik, koki Catalan ini telah mengubah bahan, tekstur, bentuk, suhu, dan estetika. Dia juga telah menemukan berbagai teknik kuliner (pembulatan, busa yang dapat dimakan, dll.) dan peralatan, yang merevolusi pengalaman gastronomi.

Dalam kutipan tersebut berisi bahwa Ferran Adrià melakukan teknik dekonstruksi pada makanan di restoran El Bulli, yang terletak di Catalonia. Ferran Adrià mengubah bahan, tekstur, bentuk, suhu, dan estetika makanan namun tetap mempertahankan esensi hidangan klasik. Ferran juga telah menemukan berbagai teknik kuliner seperti *spherification* dan *edible foam* juga peralatan yang merevolusi pengalaman gastronomi.

Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan guna menambah khazanah pengetahuan tentang dekonstruksi pada makanan. Dipasaran kuliner khas Indonesia bentuknya masih tradisional dan beberapa dihidangkan dengan konsep seadanya. Dengan adanya dekonstruksi yang dilakukan peneliti kue khas Kalimantan ini akan menjadi sajian

western dessert yang lebih menarik dan menggugah selera.

2. METODE

Metode pada penelitian ini menggunakan *research and development* (R&D) dengan model 4D yaitu (*Define, Design, Development dan Dissemination*). Penelitian pengembangan atau *research and development* (R&D) adalah aktivitas riset dasar untuk mendapatkan informasi kebutuhan pengguna (*needs assessment*), kemudian dilanjutkan kegiatan pengembangan (*development*) untuk menghasilkan produk dan mengkaji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2009). Uji coba produk dalam penelitian ini menggunakan uji hedonik. Dalam uji ini panelis diminta untuk mengungkapkan tanggapan pribadi tentang kesukaan atau ketidaksukaan, panelis juga diminta untuk mengemukakan tingkat dari kesukaan dan ketidaksukaan. Penelitian ini dilakukan di Politeknik Internasional Bali yang terletak di Jl. Pantai Nyanyi, Beraban, Kec. Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali dan di rumah peneliti di Jl. Pulau Riau Asrama POLRI Sanglah, Kota Denpasar, Bali.

Pada penelitian ini penulis menggunakan instrumen penelitian yang berupa kuesioner. Kuesioner diberikan kepada ahli dibidang kuliner dan pecinta kuliner. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini didapat dengan melakukan penelitian langsung terhadap objeknya dan informasi hasil kuesioner. Sedangkan data sekunder dari penelitian ini didapat antara lain dari penelitian terdahulu, buku, dan jurnal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan riset dan percobaan, peneliti mendapatkan 10 resep dekonstruksi kue khas Kalimantan menjadi *western dessert*.

1) Kararaban *Swiss Roll*



Gambar 1. Kararaban
Swiss Roll

Kararaban *swiss roll* merupakan hasil dekonstruksi penggabungan dari kue kararaban dari Kalimantan Selatan dan *swiss roll* dari

Inggris. Kararaban memiliki tekstur lembut dengan ciri khas rasa kayu manis dan adas. *Swiss roll* merupakan kue bolu yang dipanggang menggunakan loyang diisi dengan selai atau krim mentega kemudian digulung. *Swiss roll* sering dikenal sebagai *jam roll* di Amerika Serikat. Dekonstruksi wujud dari kararaban akan dijadikan sebuah *swiss roll* maka ada 2 (dua) komponen yaitu adas *roulade* dan kayu manis *palm sugar cream*. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu kararaban *swiss roll*, diperoleh hasil rata-rata dari segi warna 4.35, rasa 4.5, aroma 4.35, tekstur 4.35, keseluruhan 4.6, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.43 dari 5.

2) Ampanan Tatak Mousse



Gambar 2. Ampanan Tatak Mousse

Ampanan tatak *mousse* merupakan hasil dekonstruksi perpaduan dari ampanan tatak khas Kalimantan Selatan dan *mousse* yang berasal dari Perancis.

Ampanan tatak yaitu kue basah dengan perpaduan rasa lembut, manis dan gurih yang sekilas tampak mirip dengan kue nagasari. Bahan dasar dari kue ini adalah tepung beras yang dicampur santan dengan isian pisang. Pada abad ke-18, *mousse* pertama yang tercatat adalah *chocolate mousse* asal Perancis yang ditulis oleh Menon. Ada 4 komponen pembuat *mousse* yaitu *base* (pemberi rasa), *aerator* (bahan pengembang), *sweetener* (gula), dan *gelling agent* (gelatin). Dekonstruksi pada menu ini terletak pada perubahan adonan dasar ampanan tatak menjadi *coconut mousse* dan perubahan rasa pada pisang yang di *caramelized*. Dekonstruksi wujud dari ampanan tatak akan dijadikan sebuah *mousse*, maka ada 2 komponen yaitu *banana caramelized* dan *coconut mousse*. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu ampanan tatak *mousse*, diperoleh hasil dari segi warna 4.15, rasa 4.2, aroma 4.3, tekstur 4.25, keseluruhan 4.7, dan total nilai

rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.32 dari 5.

3) Gegicak Coconut Cake



Gambar 3. Gegicak Coconut Cake

Gegicak *coconut cake* merupakan hasil dekonstruksi penggabungan dari gegicak khas Kalimantan Timur dan *coconut cake* yang berasal dari Amerika Serikat. Kue ini

disebut mirip dengan klepon dari Pulau Jawa, namun dengan pengolahan berbeda. Selain itu, penggunaan gula merah pada Gegicak dengan cara disiram. *Coconut cake* merupakan salah satu jenis *butter cake* yang dilapisi dengan *frosting cream* dan *dry coconut*. Bentuk dekonstruksi dari gegicak *coconut cake* yaitu pandan *cake* sebagai *base cake*, *brown sugar diplomat cream* sebagai *filling*, *frosting cream*, dan dibaluri *dry coconut*. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu gegicak *coconut cake*, diperoleh hasil dari segi warna 4.2, rasa 4.4, aroma 4.4, tekstur 4.4, keseluruhan 4.4, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.36 dari 5.

4) Puracit Choux Au Craquelin



Gambar 4. Puracit Choux Au Craquelin

Puracit *choux au craquelin* adalah perpaduan puracit dari Kalimantan Selatan dan *choux au craquelin* dari Perancis.

Jajanan ini mirip dengan kue putu mayang yang ada di Pulau Jawa. Bedanya puracit ada yang berwarna coklat dari gula palem dan warna putih polos. *Choux au craquelin* inovasi dari *choux pastry* yang berasal dari Perancis. Perbedaannya dengan *choux* pada umumnya, *choux au craquelin* memiliki tekstur *crack* di lapisan atasnya yang berasal dari *sugar dough*. Bentuk dekonstruksi dari menu puracit *choux*

au craquelin yaitu puracit dan saus kinca yang didekonstruksi menjadi *diplomat cream*, sedangkan *choux* sendiri sebagai penambah tekstur. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu puracit *choux au craquelin*, diperoleh hasil dari segi warna 4.3, rasa 4.5, aroma 4.4, tekstur 4.35, keseluruhan 4.65, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.44 dari 5.

5) Bingka Tartlet



Gambar 5. Bingka Tartlet

Bingka *tartlet* merupakan perpaduan dari bingka khas Kalimantan Selatan dan *tartlet* yang berasal dari Perancis. Bingka memiliki rasa yang sangat manis dan

lembut. Bingka pada awalnya merupakan makanan khas kerajaan yang dibuat oleh Putri Junjung Buih di Kerajaan Daha. Rasa manis dari bingka memiliki filosofi yaitu masyarakat Banjar yang membutuhkan asupan energi tambahan karena sebagian besar memiliki profesi sebagai petani. Istilah Perancis *tarte* dapat diterjemahkan menjadi tar ataupun pai. *Tartlet* merupakan suatu makanan yang dipanggang, bahan dasarnya kue pastri dan diisi dengan sesuatu yang manis atau gurih, tetapi bagian atas makanan ini tidak ditutup. Bentuk dekonstruksi dari bingka *tartlet* yaitu *coconut cream*, *sweet mashed potato*, dan *tartlet* untuk menambahkan tekstur.. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu bingka *tartlet*, diperoleh hasil dari segi warna 4.35, rasa 4.55, aroma 4.35, tekstur 4.35, keseluruhan 4.55, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.4 dari 5.

6) Putri Keraton Bundt Cake



Gambar 6. Putri Keraton Bundt Cake

Putri keraton *bundt cake* merupakan hasil perpaduan dari kue putri keraton khas Kalimantan Selatan dan *bundt cake* yang

berasal dari Amerika Serikat. Kue putri keraton memiliki tampilan berlapis-lapis dengan tekstur kering pada bagian dasarnya tetapi lembut di bagian dalamnya. *Bundt cake* merupakan kue yang dipanggang dalam loyang yang disebut *bundt*. *Bundt cake* berasal dari kata *bundkuchen*. *Bund* dalam bahasa Jerman berarti seikat dan *kuchen* berarti kue. Disebut demikian karena bentuknya yang beralur seperti gandum yang diikat. Setelah didekonstruksi menjadi *bundt cake*, letak dekonstruksinya yaitu pada perubahan tekstur yang lembut menjadi lebih padat. Jika pada kue putri keraton susu kental manis dicampurkan ke dalam adonan, maka pada menu dekonstruksi ini susu kental manis dibuat menjadi *dulce de leche* kemudian disiram ke atas kue. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu putri keraton *bundt cake*, diperoleh hasil dari segi warna 4.45, rasa 4.55, aroma 4.35, tekstur 4.4, keseluruhan 4.65, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.48 dari 5.

7) Pisang Gapit Cheese Cake



Gambar 7. Pisang Gapit Cheese Cake

Pisang gapit *cheesecake* adalah perpaduan dari pisang gapit khas Kalimantan Timur dan *new york cheesecake* yang berasal dari Amerika Serikat.

Pisang gapit merupakan hidangan berbahan dasar pisang kepek yang dibakar kemudian digapit. Gapit sendiri berarti dijepit dalam bahasa Indonesia. *Cheesecake* terkenal di amerika serikat karena diperkenalkan oleh imigran Yahudi. Bagi orang Yahudi, *cheesecake* merupakan bagian dari tradisi agama. Bentuk dekonstruksi dari pisang gapit *cheesecake* menghasilkan 2 (dua) komponen yaitu *roasted banana cheesecake* dan kinca *vla*. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu pisang gapit *cheesecake*, diperoleh hasil dari segi warna 4.3, rasa 4.3, aroma 4.25, tekstur 4.4, keseluruhan 4.6, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.37 dari 5.

8) Putri Selat *Panna Cotta*

Putri selat *panna cotta* adalah perpaduan dari kue putri khas Kalimantan Selatan dan *panna*



Gambar 8. Putri Selat *Panna Cotta*

cotta yang berasal dari Italia. Kue putri selat memiliki tampilan berlapis-lapis dengan tekstur lembut dan rasa yang manis. *Panna cotta* merupakan makanan yang terbuat dari krim, susu, gula, vanila, agar-agar, rum, dan rempah yang dituangkan ke dalam cetakan dengan karamel. *Panna cotta* sendiri berarti krim yang dimasak dalam bahasa Italia Utara. Bentuk dekonstruksi dari putri selat *panna cotta* yaitu *panna cotta* dengan 3 warna yang terbuat dari santan, daun pandan dan gula merah. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu putri selat *panna cotta*, diperoleh hasil dari segi warna 4.3, rasa 4.3, aroma 4.25, tekstur 4.35, keseluruhan 4.55, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.35 dari 5.

9) Hintalu Karuang *Flan Cake*



Gambar 9. Hintalu Karuang *Flan Cake*

Hintalu karuang *flan cake* merupakan hasil perpaduan dari bubur hintalu karuang khas Kalimantan Selatan dan *flan cake* yang berasal dari Meksiko. Hintalu merupakan bahasa Kalimantan berarti telur. Sedangkan karuang merupakan salah satu jenis unggas di hutan Kalimantan. Bubur ini dinamai hintalu karuang karena bentuknya yang bulat kecil menyerupai telur unggas. Awal keberadaan *flan* berasal dari Kekaisaran Romawi. *Flan* berasal dari kata *flado* yang berarti kue pipih. Sejak Kekaisaran Romawi runtuh, *flan* banyak diadopsi di beberapa negara. Tetapi resep ini lebih berkembang dan terkenal di Meksiko dengan bahan dasar telur, krim dan gula.

Dekonstruksi wujud dari bubur hintalu karuang akan dijadikan sebuah *flan cake*, maka ada 2 komponen yaitu *cake* tepung beras dan *flan* gula merah santan. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu hintalu karuang *flan cake*, diperoleh hasil dari segi warna 4.6, rasa 4.45, aroma 4.55, tekstur 4.55, keseluruhan 4.75, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.58 dari 5.

10) Jendral Mabok *Soufflé*



Gambar 10. Jendral Mabok *Soufflé*

Jendral mabok *soufflé* merupakan hasil perpaduan dari kue jendral mabok yang berasal dari Kalimantan Timur dan *soufflé* yang berasal dari Perancis. Kue jendral mabok merupakan salah satu kue khas Kutai yang memiliki tekstur lembut dengan rasa yang gurih. Penamaan hidangan ini dikarenakan dahulu ada seorang prajurit yang memakan kue ini kemudian ketagihan karena rasanya yang enak. *Soufflé* merupakan hidangan dari Perancis pada awal abad ke 18. *Soufflé* didapat dari kata *souffler* yang berarti meniup atau mengembang. Sesuai dengan bentuk dari *soufflé* yang mengembang tinggi. Berdasarkan hasil uji hedonik yang dilakukan terhadap menu jendral mabok *soufflé*, diperoleh hasil dari segi warna 4.15, rasa 4.1, aroma 4.1, tekstur 4.15, keseluruhan 4.35, dan total nilai rata-rata keseluruhan hidangan ini adalah 4.17 dari 5.

4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian, maka ditemukan 10 jenis menu yang telah didekonstruksi antara lain kararaban *swiss roll*, amparan *tatak mousse*, gegicak *coconut cake*, puracit *choux au craquelin*, bingka *tartlet*, putri keraton *bundt cake*, pisang gapit *cheesecake*, putri selat *panna cotta*, hintalu karuang *flan cake*, jendral mabok *soufflé*. Berdasarkan hasil penilaian uji hedonik, didapatkan nilai terendah dan tertinggi setiap menu dengan penjabaran sebagai berikut:

1) Menu amparan *tatak mousse* dan jendral mabok *soufflé* memperoleh nilai terendah

- jika dilihat dari segi warna dengan nilai 4.15 dari 5.00.
- 2) Selain memperoleh nilai terendah dari segi warna, menu jenderal mabok *soufflé* juga memperoleh nilai terendah dari segi rasa, aroma, tekstur dan keseluruhan dengan rata-rata nilai 4.15, 4.10, 4.15, dan 4.35 dari 5,00.
 - 3) Menu bingka *tartlet* dan hintalu karuang *flan cake* memiliki nilai paling tinggi dari segi rasa dengan nilai rata-rata 4.55 dari 5.00.
 - 4) Menu hintalu karuang *flan cake* menjadi menu yang paling disukai karena memperoleh nilai tertinggi pada warna, aroma, tekstur dan keseluruhan dengan nilai 4.60, 4.55, 4.55, dan 4.75 dari 5.00.
- Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, penulis mengajukan rekomendasi sebagai berikut:
- 1) Dengan membaca penelitian ini, pembaca diharapkan mendapatkan pembelajaran dan pengetahuan mengenai Dekonstruksi Kue Khas Kalimantan Menjadi *Western Dessert*.
 - 2) Peneliti selanjutnya yang akan melanjutkan penelitian sejenis diharapkan dapat menambahkan filosofi kue-kue Kalimantan. Serta Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan kue khas Kalimantan lainnya yang tidak disertakan dalam penelitian ini agar lebih baik dan lengkap.
 - 3) Pengusaha kuliner diharapkan akan mendapatkan inspirasi ide bisnis dan mengembangkan varian menu serta evaluasi dari menu-menu yang ada dalam penelitian ini.
- ## REFERENSI
- Alamsyah, Yuyun. (2006). *Warisan Kuliner Nusantara Kue Basah Dan Jajan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Denker, Joel. (2003). *The World on a Palate: A Tour through the History of America's Ethnic Cuisine*. Nebraska: U of Nebraska Press.
- Dyar Ayu. (2021). *Resep Pisang Gapit Khas Kalimantan, Dessert Manis yang Sederhana*. *IDN Times*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://www.idntimes.com/food/recipe/dyar-ayu/resep-pisang-gapit-khas-kalimantan-c1c2/3>
- Febi Anindya. (2021). *Resep Kue Jenderal Mabuk khas Kalimantan*. *Fimela*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://www.fimela.com/food/read/4722181/resep-kue-jenderal-mabuk-khas-kalimantan>
- Gastronomy Shapers*: Ferran Adrià. Diakses pada 8 Oktober 2021, dari <https://gastronomyshapers.bculinary.com/en/speakers/ferran-adria/>
- Halisa. (2021). *Resep Bubur Hintalu Karuang Khas Banjar, Enak dan Bikin Ngiler!*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://www.idntimes.com/food/recipe/nurhalisa-1/resep-bubur-hintalu-karuang-c1c2/5>
- Hayley Sugg. *The Sweet History of the Famous Bundt Pan*. *Allrecipes*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://www.allrecipes.com/article/bundt-pan-history/>
- Laura Miguel. (2020). *Flan: The true origin of the delicious dessert*. *LakeFront News*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://lakefrontollu-com.translate.google.com/the-true-origin-of-this-delicious-muskan>
- Muskan Ahuja. (2020). *Panna Cotta: Everything You Need to Know About the Dessert*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://buddymantra.com/panna-cotta/>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sultan Yusuf. 2014. *Mitos dan Sejarah Budaya Banjar "Wadai 41"*. Diakses pada 27 Oktober 2021, dari <https://sultanyusuf.wordpress.com/2014/12/28/mitos-dan-sejarah-budaya-banjar-wadai-41/>
- Syaiful Anwar. (2020). *Sejarah Kue Tradisional Banjar: Sejarah Kue Tradisional Banjar, Konon Dibikin untuk Kepentingan Upacara, Sesajen Untuk Makhluk Gaib*. *Tribunbanjarmasin.com*. Diakses pada 6 Oktober 2021, dari <https://banjarmasin.tribunnews.com/2020/03/06/sejarah-kue-tradisional-banjar-konon-dibikin-untuk->

- kepentingan-upacara-sesajen-untuk-makhluk-gaib
- Vien Dimiyati. (2019). *Kue Putri Keraton, Bolu Berlapis dan Unik Dibuat dengan Biskuit.* *inews.id*. Diakses pada 31 Januari 2022, dari <https://www.inews.id/travel/kuliner/kue-putri-keraton-bolu-berlapis-dan-unik-dibuat-dengan-biskuit>
- Wuri. (2021). *Fakta Unik Bingka, Kue legit Khas Banjar yang Lezatnya Bikin Ketagihan.* *Merdeka.com*. Diakses pada 24 Januari 2022, dari <https://www.merdeka.com/gaya/fakta-unik-bingka-kue-legit-khas-banjar-yang-lezatnya-bikin-ketagihan.html>
- Yuyun Alamsyah, (2006). *Warisan Kuliner Nusantara Kue Basah dan Jajan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 41-50

EKSPLORASI POTENSI WISATA KULINER DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN NATUNA

EXPLORATION OF CULINARY TOURISM POTENTIAL IN SUPPORTING TOURISM DEVELOPMENT IN NATUNA REGENCY

Adiguna Tumpuan

Diploma 3 Seni Kuliner, Politeknik Bintan Cakrawala
adiguna.ngadiman@gmail.com

Received:12/04/2022

Revised:20/04/2022

Accepted:28/04/2022

Abstrak

Kabupaten Natuna berada di Provinsi Kepulauan Riau dengan keunggulan pariwisata adalah wisata bahari yang diwakilkan oleh geosite dan geopark dengan keindahan alam bebatuan dan diusulkan menjadi Unesco Global Geoparks. Namun dibandingkan dengan potensi wisata bahari yang ada, persentase sumbangan bidang kuliner dalam PDRB masih sedikit dan hal tersebut sejalan dengan fakta masih kurangnya jumlah penyedia makanan dan minuman di Kabupaten Natuna. Padahal Kabupaten Natuna memiliki sejumlah makanan khas yang sangat berpotensi menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan. Dengan berlandaskan hal tersebut, maka penelitian ini mengambil rumusan masalah yaitu bagaimana pembentukan strategi untuk meningkatkan peran kuliner khas Natuna agar dapat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan dan tujuan dari penelitian ini adalah munculnya strategi pengembangan wisata kuliner di Kabupaten Natuna sehingga mampu meningkatkan sumbangan sektor makanan minuman dalam PDRB dan dapat menjadi daya tarik wisata kuliner. Metode penelitian yang ditentukan adalah deskriptif kualitatif dan penentuan strategi pengembangan akan diperoleh dengan melakukan analisis SWOT yang menganalisis faktor internal dan eksternal potensi kuliner khas Kabupaten Natuna menjadi daya tarik pariwisata kuliner. Berdasarkan dari hasil analisa tersebut, tersusun rekomendasi bagi pemerintah daerah setempat untuk mengangkat makanan khas Natuna dapat tampil menjadi daya tarik wisata kuliner.

Kata Kunci: Pariwisata, Kuliner, Natuna, SWOT

Abstract

Natuna Regency is located in the Riau Islands Province with the advantage of tourism is marine tourism which is represented by geosites and geoparks with natural beauty of rocks and is proposed to become Unesco Global Geoparks. However, compared to the existing marine tourism potential, the percentage of the contribution of the culinary sector in the GRDP is still minimal and this is in line with the fact that there is still a lack of food and beverage providers in Natuna Regency. Whereas Natuna Regency has a number of special foods that have the potential to become a tourist attraction for tourists. Based on this background, the formulation of the problem that forms as the basis of this research is how to form a strategy to increase the role of the typical Natuna culinary in order to become a tourist attraction for tourists and the purpose of this

research is the emergence of a culinary tourism development strategy in Natuna Regency so as to increase the contribution of the culinary sector in GRDP and can be a culinary tourism attraction. This is a descriptive qualitative research and the determination of the development strategy will be obtained by carrying out a SWOT analysis that analyzes internal and external factors to develop the typical culinary of Natuna Regency to become a culinary tourism attraction and based on the results of the analysis, recommendations are made for the local government to raise Natuna specialties can appear to be a culinary tourist attraction.

Keywords: Tourism, Culinary, Natuna, SWOT

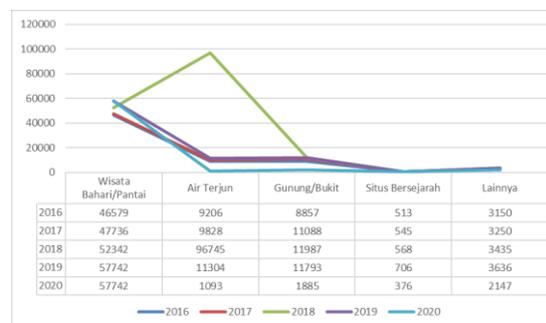
1. PENDAHULUAN

Kabupaten Natuna merupakan satu dari lima kabupaten yang berada di Provinsi Kepulauan Riau. Kabupaten Natuna terletak pada lintasan jalur pelayaran internasional yang menghubungkan Korea, Hongkong, Jepang, dan Taiwan. Secara astronomis, Kabupaten Natuna berada pada posisi 01°18'00"-06°50'15" Lintang Utara dan 104°48'30"-110°02'00" Bujur Timur. Pada bagian utara Kabupaten Natuna berbatasan dengan Laut Natuna Utara, Vietnam, dan Kamboja. Di bagian selatan Kabupaten Natuna berbatasan dengan Sumatera Selatan dan Jambi. Sedangkan di bagian timur Kabupaten Natuna berbatasan dengan Malaysia Timur dan Kalimantan Barat. Terakhir di bagian barat Kabupaten Natuna berbatasan dengan Singapura, Malaysia, dan Riau. Sehingga dengan kata lain, Kabupaten Natuna merupakan salah satu area perbatasan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang berbatasan dengan empat negara sekaligus, yaitu Malaysia, Singapura, Vietnam, dan Kamboja.

Secara geografis, Kabupaten Natuna memiliki luas wilayah 141.901,20 km² dengan rasio 98,60% adalah wilayah perairan laut. Kabupaten Natuna memiliki total 154 buah pulau yang diantaranya ada 27 pulau yang sudah berpenghuni dan ada tujuh pulau terdepan NKRI (Pulau Semium, Pulau Senoa, Pulau Tokong Boro, Pulau Kepala, Pulau Sekatung, Pulau Subi Kecil, dan Pulau Sebetul). Dari total 154 pulau, ada 24 buah pulau yang berstatus Areal Penggunaan Lain yang berpotensi sebagai area destinasi pariwisata.

Keunggulan pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Natuna adalah *geosite* dan *geopark* yang merupakan keindahan alam bebatuan. Saat ini Kabupaten Natuna mengusulkan sembilan Geopark menjadi

Unesco Global Geoparks, yaitu Gunung Ranai, Pulau Setanau, Senubing, Pantai dan Gua Bamak, Taman Batu Alif, Batu Kasah, Pulau Senua, Pulau Akar, dan Tanjung Datuk (<https://natunakab.go.id>). *Unesco Global Geoparks* merupakan sebuah area geografis yang terpadu dengan situs dan lanskap geologi internasional serta diberdayakan dengan konsep perlindungan holistik, pendidikan dan pembangunan berkelanjutan melalui pendekatan *bottom-up*. Saat ini, terdapat 120 UNESCO *Global Geoparks* yang tersebar di 33 negara. Berbicara tentang pariwisata di Kabupaten Natuna, berikut ditampilkan data kunjungan wisatawan disertai dengan lokasi peminatan kunjungan wisatawan sejak tahun 2016 sampai tahun 2020



Gambar 1. Grafik Jumlah Kunjungan ke Objek Wisata Menurut Jenisnya dan Kecamatan di Kabupaten Natuna, 2016-2020

Sumber: Kabupaten Natuna Dalam Angka, 2021.

Berdasarkan dari grafik di atas, terlihat bahwa wisata bahari atau pantai merupakan daya tarik utama pariwisata di Kabupaten Natuna, dimana objek wisata lain mengalami penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2020 disebabkan pandemi covid-19 namun hanya atraksi wisata bahari atau pantai malah mengalami peningkatan jumlah pengunjung dari tahun 2016 sampai tahun 2020.

Sebagai tempat destinasi kunjungan wisata, Kabupaten Natuna perlu memperhatikan konsep 3A (*Attractions, Amenities, dan Accessibilities*) dalam pengembangan pariwisata. Salah satu faktor yang terdapat di dalam konsep 3A yaitu *Amenities* adalah fasilitas tempat makan dan minum untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata di Kabupaten Natuna. Berikut adalah data jumlah penyedia makanan dan minuman yang ada di Kabupaten Natuna.

Tabel 1. Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kabupaten Natuna, 2016-2020

Kecamatan	2016	2017	2018	2019	2020
Midai	9	9	2	2	5
Suak Midai			2	2	2
Bunguran barat	12	12	8	8	8
Bunguran Utara			2	2	2
Pulau Laut			2	2	5
Pulau Tiga			2	2	2
Bunguran Batubi			1	1	1
Pulau Tiga Barat			2	2	2
Bunguran Timur	32	25	19	26	27
Bunguran Timur Laut			2	2	2
Bunguran tengah	3	3	3	3	3
Bunguran Selatan			2	2	5
Serasan	1	1	1	1	1
Subi			1	1	7
Serasan Timur			1	1	1
Natuna	57	50	50	57	73

Sumber: Kabupaten Natuna Dalam Angka, 2021.

Melihat data yang telah tersaji di atas, menunjukkan bahwa jumlah tempat penyedia makanan dan minuman masih minim dan hanya terpusat di dua kecamatan yaitu Bunguran timur dan Bunguran barat. Sedangkan berdasarkan data distribusi persentase produk domestik regional bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di Kabupaten Natuna, 2016–2020 menunjukkan bahwa kontribusi usaha makanan minuman dalam PDRB 2020 Kabupaten Natuna adalah 0,55% (Kabupaten Natuna Dalam Angka, 2021). Angka tersebut menunjukkan bahwa masih sedikitnya persentase sumbangan bidang kuliner dalam PDRB dan hal tersebut sejalan dengan fakta

bahwa masih minimnya jumlah penyedia makanan dan minuman di Kabupaten Natuna. Padahal Kabupaten Natuna diketahui memiliki sejumlah makanan khas Natuna yang sangat berpotensi menjadi daya tarik wisata baru bagi wisatawan.

Dengan berlandaskan hal tersebut, maka penelitian ini mengambil rumusan masalah yaitu bagaimana strategi meningkatkan peran kuliner khas Natuna untuk mampu tampil menjadi daya tarik wisata untuk wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah munculnya strategi pengembangan wisata kuliner di Kabupaten Natuna agar dapat meningkatkan sumbangan sektor makanan minuman dalam PDRB Kabupaten Natuna dan mampu menjadi atraksi wisata baru bagi wisatawan sekaligus memenuhi kebutuhan wisatawan sebagai pemenuhan salah satu konsep pariwisata 3A yaitu *Amenities*. Manfaat yang timbul dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan potensi wisata kuliner di Kabupaten Natuna dalam rangka pengembangan pariwisata Kabupaten Natuna.

Pengertian dan Jenis Pariwisata

Menurut UU Republik Indonesia No. 9 Th.1990 Tentang Kepariwisataan dapat ditarik ada tiga komponen yang berhubungan dengan pariwisata yaitu pertama pariwisata adalah rangkaian aktifitas yang dilakukan dengan senang hati, sehingga tidak boleh ada paksaan maupun tuntutan tugas dalam melakukan kegiatan wisata dengan tujuan apapun selain menikmati objek dan daya tarik wisata. Kedua, wisata harus bersifat sementara, sehingga kegiatan berpindah domisili ataupun berpindah secara permanen meskipun ke sebuah area destinasi pariwisata. Ketiga, pariwisata harus melibatkan seluruh unsur pendukung di dalamnya seperti pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta seluruh usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut sebagai unsur pendukung.

Sedangkan menurut Cooper et all (1996) pariwisata adalah pergerakan sementara menuju daerah tujuan yang diluar tempat tinggal dan tempat bekerja, serta kegiatan yang dilakukan selama liburan dan fasilitas yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan turis. Dari pengertian tersebut dapat dilihat ada beberapa poin dari pengertian pariwisata. Pertama, pariwisata harus bersifat sementara.

Kedua, priwisata merupakan kegiatan yang dilakukan diluar rumah dan tempat bekerja. Ketiga, pariwisata menimbulkan kegiatan-kegiatan yang berbeda dari yang biasa dilakukan pada kehidupan sehari-hari.

Menurut Mil (1990) Ada empat dimensi utama dalam pariwisata yaitu atraksi sebagai daya tarik kepada turis agar mau datang, fasilitas yang menjadi penunjang kebutuhan wisatawan selama menjalani kegiatan berlibur di sebuah destinasi wisata, transportasi yang merupakan aspek aksesibilitas untuk menuju ke destinasi wisata maupun aksesibilitas di dalam area destinasi wisata tersebut, dan terakhir hospitalitas yang berhubungan dengan keramahtamahan dari seluruh masyarakat terkait di dalam destinasi pariwisata.

Jenis pariwisata dapat dikategorikan berdasarkan letak geografisnya yaitu pariwisata dunia, internasional regional, nasional regional, regional, dan lokal, sedangkan kategori pariwisata berdasarkan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran yaitu pariwisata aktif dan pariwisata pasif. Lalu kategori pariwisata berdasarkan harapan perjalanan yaitu wisata edukasi, wisata vokasi, dan wisata bisnis, berikutnya kategori pariwisata berdasarkan saat atau waktu berkunjung yaitu wisata yang dilakukan hanya sesekali dan wisata yang dilakukan berdasarkan musim atau kalender, dan terakhir kategori pariwisata berdasarkan obyeknya yaitu wisata religi, wisata sosial, wisata politik, wisata olahraga, wisata komersil, wisata pengobatan, dan wisata budaya (Yoeti, 1996). Menurut Pratiwi (2015), Jenis-jenis pariwisata bisa berubah secara dinamis berdasarkan bagaimana status perkembangan industri pariwisata di suatu wilayah, sehingga jenis pariwisata bersifat fleksibel menyesuaikan karakteristik semua daerah wisata dan kemajuan industri pariwisata.

Wisatawan (*tourist*) seperti yang dipaparkan oleh World Tourism Organization (WTO) dalam Marpaung (2000), merupakan setiap individu yang berdomisili dimanapun, melakukan kegiatan berkunjung ke suatu lokasi yang berbeda dari domisilinya untuk jangka waktu yang tidak permanen dan tujuan perjalanannya dapat dikategorikan menjadi dua tujuan yaitu memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi dan liburan atau melakukan kunjungan kepada keluarga sanak saudara.

Pengertian Wisata Kuliner

Wisata kuliner berasal dari kata *Food Tourism* yang secara harafiah merupakan gabungan dari pariwisata dan makanan, sehingga dapat disimpulkan merupakan kegiatan perjalanan berwisata yang menjadikan makanan sebagai daya tarik utamanya. Menurut Minta Harsana (2008:27), wisata kuliner merupakan kegiatan perpindahan individu atau kelompok yang dilaksanakan bersifat mencari kesenangan dan bukan permanen dengan tujuan mencicipi minuman dan makanan khas dari suatu daerah destinasi wisata.

Menurut Palupi dan Abdillah (2019:28), Wisata kuliner menjadi sebuah terma dalam mengilustrasikan bentuk pariwisata yang dengan jelas berpusat pada relasi antara pengunjung dan penyedia layanan menggunakan makanan atau minuman sebagai budaya. Lanjut Palupi dan Abdillah mendefinisikan wisata kuliner menjadi sebuah kegiatan holistik dimana tujuan utama dari perjalanan seorang atau sekelompok turis adalah untuk mendapatkan pengalaman sebuah proses pembuatan makanan dan minuman khas sebuah daerah.

Hornig dan Tsai (2010) secara definitif menjelaskan wisata kuliner merupakan sebuah rangkaian kegiatan wisata yang berpusat pada kegiatan yang berhubungan dengan makanan dan pengetahuan tentang budaya suatu daerah tercermin dari kuliner khas yang ada. selanjutnya Hornig dan Tsai juga mengartikan wisata kuliner menjadi sebuah pengalaman melakukan kegiatan wisata yang berlandaskan pada budaya dan kuliner.

Wisata kuliner yang di dalamnya berisikan budaya dan perjalanan sejarah sebuah makanan minuman serta seni proses produksinya menjadi daya tarik magnet tersendiri bagi perkembangan pariwisata. Hal ini dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan di kota Yogyakarta (Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. 2021).

2. METODE

Penelitian ini disusun dengan didasari oleh rumusan masalah yang ditetapkan yaitu bagaimana strategi meningkatkan peran kuliner khas Natuna untuk dapat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan. Penentuan strategi peningkatan akan diperoleh dengan melakukan analisis matriks SWOT yang mana matriks

dapat disusun berdasarkan hasil data primer dan sekunder yang diperoleh peneliti. Jenis data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif, dimana menurut Muhadjir (1996) Data kualitatif merupakan data yang tidak disajikan dalam bentuk angka atau nominal, namun disajikan dalam bentuk verbal. Sedangkan menurut Sugiyono (2010) Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung karena merupakan sebuah informasi yang berbentuk bilangan atau angka.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan bertujuan mengilustrasikan dan melakukan analisa dari sebuah hasil penelitian namun bukan dimanfaatkan untuk menghasilkan kesimpulan lanjutan (Sugiyono, 2005). Lanjut menurut Iskandar (2009:11) penelitian kualitatif adalah sebuah rangkaian tahapan penelitian yang menggunakan metode bersifat meneliti sebuah kondisi sosial serta kondisi manusia. Pada penelitian kualitatif, peneliti membuat suatu gambaran kompleks dari hasil pengamatan pada obyek penelitian dan melihat tanggapan serta pandangan panelis melalui kegiatan wawancara serta melakukan studi pada situasi yang sesungguhnya.

Peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, dimana data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dengan cara terjun ke daerah yang diteliti dan mencari data dengan kegiatan wawancara (Sugiyono, 2018:456). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan hasil wawancara dengan pemangku Pemerintah Daerah Kabupaten Natuna khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Natuna sebagai data primer. Wawancara merupakan rangkaian kegiatan jaringan antara informan dan pewawancara yang dapat dilakukan dengan tatap muka atau daring dengan tujuan mendapatkan informasi terkait objek penelitian (Yusuf, 2014:372).

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain atau media publikasi lainnya yang sudah ada (Sugiyono, 2018:456). Data sekunder yang digunakan oleh peneliti bersumber dari data BPS Kabupaten Natuna 2020-2021 dan website

pemerintah dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Natuna.

Menurut Suryana (2007:5) berikut adalah proses dalam penelitian kualitatif meliputi, yaitu memutuskan apa yang menjadi rumusan masalah penelitian, kemudian melakukan studi literatur dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, berikutnya menetapkan tempat yang menjadi objek penelitian, lalu melakukan penelitian pendahuluan untuk mendapatkan data awal dari objek penelitian, lalu memutuskan bagaimana cara mengumpulkan data yang bisa dilakukan melalui kegiatan wawancara, meneliti media publikasi, dan diskusi observasi. Kemudian dilakukan proses analisa terhadap data yang diperoleh, terakhir melakukan interpretasi hasil analisa data dalam bentuk deskripsi narasi yang dapat dibantu dengan tampilan tabel dan gambar

Melalui berbagai pandangan tersebut, peneliti menjelaskan tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu Tahap Persiapan dimana dalam tahap ini, peneliti menetapkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, menyusun pertanyaan wawancara, mengurus izin dengan subjek penelitian, dan mencari studi literatur), Tahap Pelaksanaan (melakukan wawancara dengan H. Hardinansyah, SE, M.Si selaku kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna, Kardiman selaku kepala bidang pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna, serta beberapa masyarakat pelaku usaha kuliner Natuna sebagai pengumpulan data primer. Berikutnya mengambil data sekunder melalui BPS dan website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna), Tahap Pengolahan Data (melakukan analisis data hasil observasi dan wawancara, menyusun matriks SWOT, mengambil kesimpulan strategi pengembangan, dan menyajikan hasil analisa dengan narasi)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. POTENSI KULINER KABUPATEN NATUNA

Kabupaten Natuna terkenal dengan potensi wisata alam yang merupakan daya tarik utama bagi turis nasional dan internasional yang datang ke Kabupaten Natuna. Kawasan *geosite* dan *geopark* yang disebut sebagai potongan surga yang jatuh ke atas bumi merupakan nilai jual utama bagi pariwisata

Kabupaten Natuna. Selain wisata alam yang menjadi daya tarik utama pariwisata, Kabupaten Natuna juga memiliki kuliner khas yang sangat menarik dan memiliki potensi untuk dijadikan daya tarik pariwisata sekunder. Berikut adalah beberapa kuliner khas Kabupaten Natuna yang potensial.

3.1.1. *Tabel Mando*

Masyarakat Kabupaten Natuna seringkali menyebut kuliner ini sebagai "pizza" khas Kabupaten Natuna. Hal ini disebabkan bentuk dari *tabel mando* yang bulat dengan ukuran cukup besar dan dipotong dengan bentuk segitiga kecil sama seperti penyajian *pizza*. Potongan *tabel mando* yang diangkat untuk dikonsumsi akan membentuk benang-benang halus yang merupakan adonan bulir sagu yang masih hangat, hal ini juga menyerupai layaknya sepotong *pizza* yang diangkat yang membentuk benang-benang halus dari lelehan keju. *Tabel mando* dibuat dengan menggunakan bahan dasar sagu butir dan kelapa parut serta dikombinasikan dengan ikan tongkol asap dan bumbu khas lainnya sehingga menghasilkan *tabel mando* yang gurih dan khas. Karena proses pemasakan *tabel mando* tidak menggunakan banyak minyak, sehingga terbentuknya kerak tipis yang menempel di dasar penggorengan makan rasa *tabel mando* juga mengingatkan pada kerak telur khas betawi. Namun *tabel mando* kurang favorit dijadikan oleh-oleh khas Kabupaten Natuna karena bentuknya yang cukup besar dan disajikan dalam kondisi setengah basah sehingga sulit untuk pengemasannya.



Gambar 2. *Tabel Mando*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Tabel mando menjadi daya tarik wisata kuliner yang dapat dinikmati secara langsung di tempat. Tempat makan yang menyajikan *tabel mando* di Kabupaten Natuna salah satunya

adalah Rumah Makan Adelio di Jl. DKW Mohd. Benteng Ranai Kota dan Warung Mak Tati di Objek Wisata Pantai Teluk Selahang

3.1.2. *Kernas*

Kernas merupakan makanan khas Kabupaten Natuna yang sangat terkenal sebagai oleh-oleh khas pariwisata Kabupaten Natuna. Bahan dasar pembuat *kernas* hampir sama dengan *tabel mando*, namun yang menjadi pembeda adalah ukuran *kernas* yang relatif kecil dengan diameter rata-rata 6 centimeter. Selain itu, saat akan menyuguhkan *kernas*, *kernas* harus digoreng terlebih dahulu dengan minyak yang banyak sehingga menghasilkan panganan yang garing dan gurih. Oleh karena itu, tidak jarang *kernas* disebut sebagai *nugget*-nya Kabupaten Natuna. *Kernas* menjadi oleh-oleh kuliner utama Kabupaten Natuna karena bentuknya yang kecil sehingga mudah dalam pengemasannya dan dapat dibekukan. *Kernas* bisa dijadikan sumber karbohidrat utama dalam makanan ataupun menjadi makanan selingan. Tempat makan yang menyajikan *kernas* di Kabupaten Natuna salah satunya adalah Rumah Makan Adelio di Jl. DKW Mohd. Benteng Ranai Kota, Warung Barokah, dan Warung Mak Tati di Objek Wisata Pantai Teluk Selahang



Gambar 3. *Kernas*
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

3.1.3. *Latoh Silong*

Latoh silong merupakan tanaman yang dapat ditemukan di laut dengan bentuk menyerupai anggur sehingga *latoh silong* biasa disebut sebagai anggur laut. Tekstur dan rasa saat mengonsumsi *latoh silong* hampir sama dengan saat mengonsumsi *tobiko* khas makanan Jepang.



Gambar 4. Latoh Silong
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Tekstur garing yang pecah di dalam mulut dan rasa asin gurih dengan aroma laut yang khas merupakan keunikan dari kuliner *latoh silong*. Kuliner ini dapat dikonsumsi sebagai lauk tambahan saat makan nasi dengan dicampur dengan sambal.

3.1.4. Lempar

Lempar merupakan makanan khas Kabupaten Natuna yang memiliki rupa seperti lempeng. Namun *lempar* bisa terbuat dari dua pilihan bahan baku yaitu beras ketan putih seperti lempeng dan ubi kayu. Isian dari *lempar*, baik yang terbuat dari beras ketan maupun ubi kayu, sama-sama berisikan abon ikan tongkol asap. *Lempar* ditutup dengan daun pisang lalu dibakar diatas arang sehingga menghasilkan aroma yang sedap dan rasa yang gurih. Biasanya *lempar* disajikan sebagai makanan selingan dan banyak dijual di pinggir pantai, sehingga konsumen dapat menikmati *lempar* sambil melihat keindahan pantai Kabupaten Natuna.



Gambar 5. Lempar
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

3.1.5. Silong

Silong merupakan kuliner khas Kabupaten Natuna yang menyajikan ikan atau hasil laut lainnya dengan kondisi mentah. Hal ini seperti layaknya makanan khas Jepang bernama sashimi. Menurut sejarah, *silong* merupakan makanan darurat dari nelayan yang pergi menangkap hasil laut di laut selama beberapa hari dengan hanya membawa bekal ubi kayu, garam, dan sambal *pedek*. Ikan tongkol dan hasil tangkapan laut lainnya langsung dipotong, dibumbui garam dan sambal *pedek*, lalu dikonsumsi dengan ubi kayu. *Silong* tergolong aman untuk dikonsumsi karena berasal dari ikan atau hasil laut lain yang ditangkap dan disajikan pada hari yang sama.



Gambar 6. Silong
(Sumber:

<https://harianmetropolitan.co.id/2021/08/05/latoh-silong-makanan-khas-natuna-harus-dipromosikan>, 2021)

3.1.6. Sambal Pedek

Sambal *pedek* merupakan sambal khas Kabupaten Natuna dan menjadi salah satu makanan pendamping yang wajib ada di atas meja keluarga masyarakat Kabupaten Natuna. Sambal ini merupakan campuran bahan-bahan pembuat sambal pada umumnya dan ditambahkan dengan ikan bilis yang diasinkan. Rasa asin menyengat khas fermentasi ikan bilis menjadi rasa yang dominan saat mengkonsumsi sambal *pedek*.



Gambar 7. Sambal Pedek
(Sumber: dokumentasi pribadi, 2021)

Sambal *pedek* sangat khas dimakan dengan ikan tongkol asap, hidangan laut, serta hidangan lainnya yang dikonsumsi oleh masyarakat asli Kabupaten Natuna.

3.2. ANALISA SWOT POTENSI WISATA KULINER KABUPATEN NATUNA

Berdasarkan hasil interview dengan pemangku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Natuna dan beberapa masyarakat lokal Kabupaten Natuna, diperoleh analisa internal dan eksternal atas potensi wisata kuliner Kabupaten Natuna untuk menjadi daya tarik pariwisata selain wisata alam, sebagai berikut:

1. Kekuatan Internal (*strength*)
 - a. Kuliner Natuna memiliki cita rasa yang gurih, lezat, dan khas hanya bisa ditemukan di Natuna.
 - b. Mayoritas makanan khas Natuna berbahan dasar sagu mentah dan sagu butir yang merupakan bahan baku makanan unik dan tematik serta diolah menjadi makanan yang unik.
 - c. Banyaknya kuliner yang menyerupai makanan khas negara lain seperti *silong*, *tabel mando*, *kernas*, dan lainnya serta memiliki ciri khas rasa yang hanya terdapat di Natuna.
 - d. Kuliner Natuna diolah dengan bahan-bahan segar dan berkualitas baik dan tidak menggunakan bahan-bahan pengawet.
2. Kelemahan Internal (*weakness*)
 - a. Penjualan kuliner Natuna masih bersifat rumahan dan sasaran pembeli adalah masyarakat lokal.
 - b. Beberapa makanan khas Natuna tidak bisa bertahan untuk jangka waktu cukup panjang dikarenakan seluruh makanan khas Natuna tidak menggunakan bahan pengawet.
 - c. Kuliner yang bisa dijadikan oleh-oleh belum dikemas sesuai standar penjualan sehingga tidak bisa bersaing dipasaran luar daerah.
3. Peluang Eksternal (*Opportunities*)
 - a. Banyaknya wisatawan mancanegara dan nusantara yang tertarik dengan makanan

asli Natuna. Hal ini diperoleh dari pengakuan *tour guide* yang pernah membawa tamu.

- b. Banyak produk mentah dari Natuna yang diekspor ke luar negara sebagai bahan baku mentah. Hal ini bisa dikembangkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk kuliner dan diekspor keluar negara.
4. Ancaman Eksternal (*Threat*)
 - a. Berkurangnya sumber bahan-bahan makanan akibat dari perkembangan zaman (berkurangnya pohon sagu/berkurangnya hasil laut).
 - b. Tingginya persaingan dengan produk-produk makanan dari luar atau makanan modern.

Melihat analisa matriks SWOT tersebut, maka peneliti menyusun berbagai strategi pengembangan yang dapat dijadikan masukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Natuna agar dapat lebih lagi mengembangkan kuliner Natuna untuk tampil menjadi daya tarik wisata utama di Natuna. Strategi pengembangan disusun menjadi empat kategori yang disusun berdasarkan irisan yang terjadi antar komponen SWOT yang ada. Berikut strategi pengembangan yang tersusun:

1. Strategi S-O (*strength-opportunity*)
 - a. Mengalokasikan sebuah kawasan kuliner yang spesifik menyajikan makanan khas yang merepresentasikan keunikan Kabupaten Natuna.
 - b. Bekerja sama dengan pemerintahan daerah kabupaten dan kota lain di Kepulauan Riau dengan tujuan membantu promosi kuliner Kabupaten Natuna
 - c. Mengundang *content creator* yang spesialis bagian wisata kuliner untuk dapat meliput dan memperkenalkan kuliner khas Kabupaten Natuna.
2. Strategi W-O (*weakness-opportunity*)
 - a. Menyelenggarakan event tahunan besar pada saat musim liburan yang spesifik mempromosikan makanan khas Kabupaten Natuna

- b. Menyediakan media cetak dan media online berupa panduan dan peta wisata kuliner sebagai *Tourist Information Center* bagi wisatawan yang berlibur ke Kabupaten Natuna
 - c. Pemerintah Kabupaten Natuna memperkuat kerjasama pentahelix dengan akademisi, media, dan pelaku usaha untuk membuat cerita dan daya tarik wisata tentang produk kuliner khas Kabupaten Natuna
3. Strategi S-T (*strength-threat*)
- a. Melakukan pembinaan dan penguatan kualitas kepada pelaku usaha kuliner Kabupaten Natuna melalui kegiatan pelatihan dan program bantuan usaha
 - b. Melakukan promosi penjualan makanan daerah dengan memanfaatkan media sosial dan membangun jaringan pemasaran hingga luar daerah bahkan luar negeri.
4. Strategi W-T (*weakness-threat*)
- a. Melakukan standarisasi terhadap kualitas produk kuliner Natuna mulai dari kualitas bahan, proses pembuatan, sampai kepada kualitas penyajian dan pengemasan
 - b. Melakukan pelatihan untuk diversifikasi bahan utama pembuat makanan khas Kabupaten Natuna agar tidak terhambat oleh ketersediaan bahan baku utama

4. KESIMPULAN

Kabupaten Natuna memiliki kualitas daya tarik wisata alam yang sangat indah sehingga mampu diobatkan sebagai kawasan *geopark* dan *geosite*. Pantai yang indah serta aneka ragam bebatuan besar menjadi alasan utama turis untuk datang berkunjung dan berlibur ke Kabupaten Natuna. Dalam mendukung keberlangsungan operasional pariwisata di Kabupaten Natuna tentu sangat diperlukan aksesibilitas berupa transportasi dan jalur infrastruktur yang memadai serta *amenities* berupa akomodasi dan layanan makanan minuman yang memadai. Kuliner khas Kabupaten Natuna selama ini hanya menjadi pemenuhan kebutuhan *amenities* yang

tidak lebih hanya sebagai pendukung operasional pariwisata, namun kuliner khas Natuna memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa menjadi daya tarik pariwisata sebagai wisata kuliner. Contoh kuliner khas natuna adalah *tabel mando, kernas, latoh silong, lempar, silong, sambal pedek*. Telah dilakukan analisis SWOT yang menganalisis faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan kuliner khas Kabupaten Natuna menjadi daya tarik pariwisata kuliner dan berdasarkan dan hasil analisa tersebut, telah tersusun rekomendasi strategi meningkatkan peran kuliner khas Natuna bagi pemerintahan daerah Kabupaten Natuna agar mengangkat makanan khas Natuna untuk tampil menjadi daya tarik utama pariwisata kuliner. Hal ini diharapkan dapat bermuara pada peningkatan kunjungan wisatawan di Kabupaten Natuna.

REFERENSI

- Anonim. Undang Undang tentang Kepariwisata, UU No. 9 Tahun 1990. Jakarta: Menteri Sekretaris Negara
- Bappeda Kabupaten Natuna. (2021). Kabupaten Natuna Dalam Angka 2021. Kerjasama Badan Pusat Statistik (BPS) dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Natuna.
- Cooper, Chris, Jhon Fletcher, David Gilber. (1996). *Tourism: Principles and Practice*. Malaysia: Longman Group, Ltd
- Harsana, M. (2008). *Wisata kuliner di Yogyakarta: Studi kasus tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan penyajian makanan di Taman Kuliner Condongcatur dan Sentra Gudeg Wijilan Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)*.
- Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. (2021). *Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner*. In *UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)* (Vol. 1, No. 01).
- Hong, J. S., & (Simon) Tsai, C. T. (2010). *Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis*. *Tourism Management*, 31(1), 74–85.

- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada (GP Press)
- Marpaung, H. (2000). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta
- Mil, Rober Christie. (1990). *Tourism: The International Business*. Singapore: Prentice Hall
- Muhadjir, N. (1996). *Penelitian Kualitatif edisi ke 3*. Yogyakarta: PT Bayu Indra Grafika.
- Natunakab.go.id. *Geosite & Geo-area di Geopark Natuna*. Diakses pada 1 April 2022, dari <https://natunakab.go.id/informasi/pariwisata/>
- Palupi, Santi & Fitri Abdillah (2019). *Buku Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
- Pratiwi, S. R. (2015). *Economic Valuation of Amal Beach Tourism: Travel Cost Method (TCM) Application*. In Conference Paper.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suryana. (2007). *Tahap-Tahapan Penelitian Kualitatif Mata Kuliah Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yoeti, Oka A. (1990). *Pemasaran Wisata*. Angkasa. Bandung
- Yusuf, A. Muri. (2014). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan". Jakarta: prenadamedia group.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 51-62

LAWAR KULINER BAIRAWA MENUJU KULINER PARIWISATA KHAS BALI

LAWAR BAIRAWA'S CULINARY TOWARDS BALINESE CULINARY TOURISM

Esther Lia Margaretha¹, Anastasia Sulistyawati²
Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali^{1,2}
prof.sulistyawati@yahoo.com²

Received:05/05/2022

Revised:10/05/2022

Accepted:08/06/2022

Abstrak

Bali memiliki sejumlah keunggulan yang pantas untuk diperkenalkan ke kancah dunia, salah satunya adalah segi kuliner. Keunikan Bali sebagai destinasi wisata kuliner unggulan karena memiliki sejarah dan budaya kuliner yang cukup kental. Salah satu kuliner Bali yang kental akan sejarah dan budaya Bali adalah *lawar*. *Lawar*, salah satu makanan khas Bali yang biasanya terbuat dari parutan kelapa, daging cincang, *basa genep*, dan darah segar atau setengah matang sebagai pewarnanya, ditetapkan sebagai salah satu Warisan Budaya Tak Benda Dunia (WBTB ICH UNESCO). Selain merupakan hidangan favorit dalam setiap kegiatan upacara adat Hindu di Bali, *lawar* ternyata memiliki filosofi tersendiri dan berkaitan dengan persebaran suatu ajaran sekta agama (Bairawa). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis kuliner *lawar* serta filosofinya sebagai sarana upacara umat Hindu di Bali, serta mengetahui proses komodifikasi kuliner *lawar* dalam kaitan pengembangan kuliner pariwisata khas Bali saat ini. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitis, dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan *lawar* awalnya berasal dari peninggalan kuliner sekta Bairawa yang berhasil mempengaruhi paham Siwa Sidhanta Hindu di Bali, namun sifat kreatif masyarakat Bali yang begitu tinggi menyebabkan lahirnya berbagai jenis *lawar* tradisional khas lainnya. *Lawar*, masakan khas Bali mengandung filosofi keseimbangan dan keselarasan atau keharmonisan dalam hidup. Adaptasi menu *lawar* yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan diperlukan untuk membangun paradigma kuliner pariwisata khas Bali yang toleran, sehingga bisa menjadikan kuliner *lawar* mendunia.

Kata Kunci: *Lawar*, Kuliner Bairawa, Pariwisata, Bali

Abstract

Bali has a number of advantages that deserve to be introduced to the world scene, one of which is the culinary aspect. The uniqueness of Bali as a leading culinary tourism destination is because it has a fairly thick culinary history and culture. One of the Balinese cuisines that is thick with Balinese history and culture is *lawar*. *Lawar*, a Balinese food which is usually made from grated coconut, minced meat, *base genep*, and fresh or semi-cooked blood as a coloring agent, is designated as one of the World Intangible Cultural Heritage (WBTB ICH UNESCO). Apart from being a favorite dish in every traditional Balinese activity, *lawar* has its own philosophy and is related to the spread of a religious sect teaching (Bairawa). The purpose of this study was to determine the type of *lawar* culinary and its philosophy as a means of ritual for Hindus in Bali,

and to know the process of commodifying lawar culinary in relation to the development of Balinese tourism culinary today. This research is an analytical descriptive research with qualitative methods. The results showed that the lawar originally came from the culinary heritage of the Bairawa sect which succeeded in influencing the understanding of Shiva Sidhanta Hinduism in Bali, but the creative nature of the Balinese people was so high that various types of traditional lawar were born. Lawar, Balinese cuisine contains a philosophy of balance and harmony or harmony in life. Lawar menu adaptations that are tailored to the needs of tourists are needed to build a tolerant Balinese culinary tourism paradigm, so that lawar cuisine can become global.

Keywords: Lawar, Bairawa's Culinary, Tourism, Bali

1. PENDAHULUAN

Kementrian Pariwisata (Kemenpar) sejak tahun 2015 telah menetapkan lima daerah di Indonesia sebagai destinasi wisata unggulan. Salah satunya yang cukup *familiar* adalah Bali. Alasannya berdasarkan berbagai aspek, setelah dilakukan peninjauan dari sejumlah aspek penting, mulai dari *amenity*, *accessibility*, dan *attraction*, Bali telah dianggap memenuhi syarat sebagai destinasi wisata kuliner unggulan. Seperti diketahui, dari segi *attraction* atau pengembangan produk kulinernya, Bali memang memiliki sejumlah keunggulan yang pantas untuk diperkenalkan. Keunikan Bali sebagai destinasi wisata kuliner unggulan karena memiliki sejarah dan budaya kuliner yang cukup kental. Bisa dilihat dari salah satu contoh makanan khasnya seperti aneka *lawar* (lifestyle.okezone.com, 2015).

Makanan khas merupakan makanan umum yang biasa dikonsumsi sejak beberapa generasi, dimana perbedaan budaya dan pangan yang tersedia mengakibatkan pengolahan produk makanan berbeda-beda, sehingga menghasilkan aneka jenis produk makanan dengan karakter yang berbeda (Rahman, 2021). Makanan khas dapat menjadi elemen penting dalam mengkomunikasikan suatu budaya, dalam hal ini kuliner memiliki kekuatan untuk meningkatkan citra destinasi dan menggarisbawahi keunikan destinasi wisata (Prihantini, 2019). *Lawar* sebagai salah satu makanan khas Bali, telah ditetapkan sebagai salah satu Warisan Budaya Tak Benda Dunia (WBTB ICH UNESCO) pada Tanggal 01-02-2011 oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya, Gerakan Literasi Nasional (<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/>).

Lawar sebagai makanan khas Bali pada umumnya terbuat dari parutan kelapa, cincangan

daging (babi atau ayam atau penyu), *basa genep*, dan darah segar atau setengah matang sebagai pewarna alaminya. *Lawar* menjadi masakan wajib yang biasanya ada di setiap upacara keagamaan di Bali. Selain enak, *lawar* sebagai makanan tradisional Bali ternyata memiliki filosofi tersendiri bagi persembahan yajna umat Hindu di Bali.

Bukan rahasia lagi Bali memiliki kuliner yang beragam dan juga dengan berbagai kekhasan rasanya. Keberagaman kuliner di Bali ini sangat unik untuk diangkat dan dikulik lebih dalam lagi untuk menyajikan cerita-cerita yang tidak hanya dalam menarik nafsu makan, namun juga penuh dengan ide yang membawa kisah menarik dalam gastronomi. Salah satu kisah di antaranya adalah menyajikan *lawar* berkaitan dengan persebaran suatu ajaran sekta agama (Bairawa) dengan berbagai makna dari simbol agamanya. Makanan *lawar* yang memiliki presentasi mengandung nilai sejarah dan budaya tersebut patut untuk dikenalkan ke masyarakat dunia.

Bagi masyarakat Bali makanan atau kuliner *lawar* bukan sekadar pemuas lidah, melainkan juga sarana meraih berkah. Kenyataannya saat ini, sudah bukan hanya harapan tapi sudah menjadi fakta *lawar* telah menjadi berkah yang datang dari Tuhan, Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Melalui sebuah revolusi industri yang disebut pariwisata *lawar* telah menjadi sebuah komoditas bisnis kuliner pariwisata khas Bali yang sangat menjanjikan. Pemerintah Indonesia dan para pelaku bisnis melalui pariwisata Bali tinggal memanfaatkan sumber daya budaya Bali ini dengan sedikit polesan sebagai sebuah daya tarik pariwisata, untuk mendapatkan berkah yang lebih besar.

Salah satu jenis masakan *lawar* yang spektakuler yaitu *lawar barak* (merah darah), yang belum diketahui secara pasti sejarah serta asal-usulnya. Beberapa sumber mengemukakan

lawar merah berasal dari pemuja Bairawa yang berkembang ke Bali setelah raja Singasari Kertanegara berhasil menaklukkan Bali tahun 1284 Masehi. Para pemuja Bairawa saat itu memuja aspek feminine dari Bairawa yaitu Bhairawi (Dewi Durga). Pada jaman itu pemujaan dilakukan dengan *yadnya*, menggunakan persembahan daging mentah, dan persembahan darah melalui upacara *sambleh*. Hal ini dinilai terkait dengan makanan *lawar* barak sebagai persembahan *yadnya*. Persembahan *yadnya* melalui sajian makanan daging beserta darah mentah mirip dengan pemujaan yang dilakukan oleh pengikut Kapalika pada suku bangsa Dravida (hindu.web.id, 2016).

Lawar merah, *lawar* putih dan *lawar* gadang yang digunakan untuk ritual awalnya dipengaruhi oleh Tatranya. Pada umumnya pada masyarakat Bali modern (dewasa ini) biasa mneyantap *lawar* putih dan hijau yang bahan utamanya adalah parutan kelapa dan daging cincang. Dimasa lampau semua masyarakat di Bali membuat *lawar* saat hari-hari besar keagamaan. Biasanya setelah selesai dimasak *lawar* juga diberikan kepada tetangga sebagai wujud rasa persaudaraan yang disebut juga dengan Jotan. Untuk persembahan para Dewata maka makanan pun harus diubah menjadi wujud kedewataan, dan *lawar* merupakan salah satunya.

Saat ini tradisi ngelawar (membuat *lawar*) sudah menjadi tradisi turun temurun di masyarakat Bali. Walaupun demikian, kini *lawar* juga sudah terkenal di Indonesia, dan *lawar* tidak hanya dibuat pada saat upacara adat saja, melainkan juga sudah bisa dijumpai di berbagai pasar dan warung makan bahkan sudah ada pada hotel/restoran di Bali (tribun.newswiki, 2019). Dengan demikian, manfaat dari penelitian ini dari segi teoritis adalah dapat memperdalam pengetahuan terkait kuliner *lawar* serta filosofinya sebagai sarana upakara umat Hindu di Bali. Manfaat secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau rekomendasi komodifikasi kuliner *lawar* dalam kaitannya dengan pengembangan kuliner pariwisata khas Bali.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif analitis (*descriptive analitic*) yang bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait

kuliner *lawar* sebagai peninggalan sekta Bairawa di Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang fokus pada pengamatan dan pemahaman yang mendalam terhadap kuliner *lawar* itu sendiri. Studi pustaka berupa penelitian-penelitian terkait topik dikumpulkan berdasarkan hasil jelajah dunia maya. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan melalui tiga tahapan alur kegiatan, yaitu tahap pertama mereduksi data, kemudian menyajikan data, dan tahap akhir yaitu penarikan kesimpulan dari data yang disajikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dua tujuan khusus dari penelitian yang dilakukan, yaitu (1) mengidentifikasi dan inventarisasi mengenai berbagai jenis kuliner *lawar* sebagai kuliner Bairawa yang telah lama dikenal umat Hindu di Bali, disamping melihat sejarahnya sampai mempengaruhi paham Siwa Sidhanta Hindu di Bali saat ini, serta memahami makna filosofi dan simbolik penggunaannya sebagai sarana *upakara* dan juga sebagai suguhan sajian makan bersama umat Hindu di Bali; (2) mengetahui perkembangan komodifikasi *lawar* sebagai ikon menuju kuliner pariwisata khas Bali sampai saat ini.

3.1 Jenis Kuliner Lawar di Bali, Sejarah, Filosofi dan Makna Simboliknya

Lawar sendiri memiliki berbagai jenis nama biasanya disesuaikan dengan nama jenis bahan yang dipakai *lawar*. Jenis *lawar* berdasarkan bahan utama daging cincangan dan *ramesan* kulitnya, bisa dari beberapa jenis hewan, misalnya: 1) *lawar celeng* (berisi cincangan daging dan *ramesan* atau irisan/potongan-potongan tipis dan kecil kulit babi), 2) *lawar sampi* atau banteng (berisi cincangan daging dan *ramesan* kulit sapi), demikian juga dengan jenis *lawar* lain seperti 3) *lawar kebo* (kerbau), 4) *lawar boko/empas* (sebangsa penyu lainnya), 5) *lawar siap* (ayam), 6) *lawar bebek* (itik), 7) *lawar sarati* (entog, sejenis itik badannya lebih lebar dan kakinya lebih cebol), 8) *lawar* kambing, 9) bahkan di suatu tempat seperti Payangan ada *lawar lindung* (belut), dan 10) dari daging hewan lainnya. *Lawar* yang paling umum dikenal adalah dengan bahan utamanya daging

ayam, bebek, babi dan sapi mentah berkualitas baik termasuk juga bagian kulitnya.

Bahan campuran *lawar* yang lainnya adalah kelapa parut dan beberapa jenis sayuran utama, bisa dari jenis dedaunan (daun kacang, paku/pakis, ketela pohon, terutama daun belimbing muda, dll.) atau sayuran dari jenis buah-buahan muda dan palawija seperti nangka, *klungah* (batok kelapa muda), *biu batu* (pisang klutuk/biji), *gedang* (pepaya muda), *paya* (pare), *lentor* (kacang panjang), *kelongkang* (kecipir), dll. Oleh karena itu, ada juga sebutan *lawar* sesuai dengan jenis sayur yang dipakainya tersebut, yaitu: 1) *lawar nangka*, 2) *lawar klungah*, 3) *lawar biu batu*, 4) *lawar gedang*, 5) *lawar don belimbing*, 6) *lawar paya* (pepahit), 7) *lawar kacang*, 8) *lawar kelongkang*, dan 9) sesuai nama sayur lainnya.

Menurut Suandra (1990 dan Kardji dalam Atmaja, ed., 1993: 129) sebutan jenis *lawar* juga dapat dibedakan berdasarkan penekanan atau penonjolan jenis rasa bumbunya, umumnya dibedakan atas tiga rasa utama, yaitu: 1) *lawar bima krodha* yang menonjolkan unsur pedas cabe, 2) *lawar sangut dekah* yang menonjolkan unsur pedas merica, dan 3) *lawar rangda ngelur* yang mengutamakan rasa asin. Demikian pula dalam lontar *Dharma Caruban*, menjelaskan terkait olah rasa dalam makanan, termasuk dalam makanan *lawar*. Rasa digolongkan menjadi 6 (enam), yang biasanya disebut dengan *sad rasa* diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) *Dharma Wiku*, merupakan olahan yang menonjolkan rasa asin "*rasa lawana*", biasanya berupa *urab* berwarna putih, sebagai persembahan *upakara* dan suguhan kepada para Wiku (pendeta).
- 2) *Bima Krodha*, merupakan olahan yang menekankan rasa pedas "*ketuka*", berbentuk *lawar* merah, untuk persembahan *upakara* dan suguhan para tamu kecuali orang suci atau pendeta.
- 3) *Jayeng Satru*, merupakan olahan yang menonjolkan rasa sepet "*kesaya*", biasanya berupa *gegecok/penyon* berwarna kuning, selain sebagai persembahan *yadnya*, juga dapat disuguhkan kepada *Wiku*.
- 4) *Gagar Mayang*, merupakan olahan yang menonjolkan rasa pahit "*tikta*", berbentuk *gegode* atau bahan sayuran yang

berwarna hijau, selain sebagai persembahan *yadnya*, juga dapat disuguhkan kepada *Wiku*.

- 5) *Nyunyur Manis*, merupakan olahan yang menonjolkan rasa manis "*madhura*", biasanya merupakan campuran dari olahan-olahan makanan sehingga menjadi berwarna *brumbun*, selain sebagai persembahan *yadnya*, juga dapat disuguhkan kepada tamu kecuali *Wiku* (karena terdapat campuran daging merah dan darah).
- 6) *Galang Kangin*, merupakan olahan makanan yang menonjolkan rasa asam "*amla*", biasanya berbentuk *penyon*, dibuat dari buah belimbing dicampur *kalas* (santan pekat berisi *basa genep*), berisi campuran daging yang telah dicincang halus dan dimasak, disuguhkan untuk persembahan *yadnya* termasuk *Wiku*.

Ke-enam rasa "*sad rasa*" pada olahan *lawar* diyakini keluar dari *rasa tan matra* yaitu salah satu bagian dari *Panca Tan Matra* (lima benih zat halus yang telah bersemayam di alam semesta). Kelima benih zat alam semesta tersebut terdiri atas: *gandha tan matra* (unsur bau) *menjadikan zat padat/tanah 'pertiwi'*, *rasatan matra* (unsur rasa) *menjadikan zat cair 'apah'*, *sparsatan matra* (unsur sinar) *menjadikan udara 'bayu'*, *rupatan matra* (unsur rupa) *menjadikan panas dan cahaya 'teja'*, dan *sabdatan matra* (unsur suara) *menjadikan ruang, hampa, kosong 'akasa/ether'*.

Keenam sari rasa dari *Rasa Tan Matra* yang ada di alam semesta yang terdiri dari rasa pedas "*ketuka*", pahit "*tikta*", sepet "*kesaya*", manis "*madhura*", asin "*lawana*", dan asam "*amla*". Sari dari *sad rasa* inilah menjadi sumber kekuatan kehidupan di dunia, karena kalau terjadi pada laki-laki akan memiliki kekuatan "*sukla*" (spermatozoa) dan pada wanita menjadi kekuatan "*swanita*" (sel telur). *Sad rasa* inilah yang akan merangsang munculnya libido, dimana apabila spermatozoa bertemu dengan sel telur akan tercipta kehidupan baru. Pasangan dua kekuatan yang saling berlawanan ini disebut kekuatan *lingga* (*purusa*, maskulin) dan *yoni* (*pradhana*, *feminism*).

Mengenai sejarah *lawar*, Menurut Sirtha (1998), dikatakan bahwa makanan

tradisional Bali dapat dikatakan mulai berkembang sejak masuknya Agama Hindu ke Bali. Makanan khas Bali telah menjadi makanan orisinalitas Bali, yang disuguhkan bukan hanya untuk masyarakat Bali, melainkan juga untuk persembahan *yadnya* atau upacara. *Lawar* sudah menjadi simbol keharmonisan, keseimbangan dalam *pengider bhuwana*. Hal berkaitan dengan simbol makanan jenis ini sudah dituangkan dalam lontar Indik Maligia (<https://kulineria.id/explore/mitos/ayambetutu-simbol-kesucian-dalam-sepiring-hidangan>).



Gambar 1. Lawar Barak

Sumber: <http://umkm-bali.blogspot.com/>

Dugaan lain, tradisi *ngelawar* merupakan tradisi yang telah ada di zaman pra Hindu, namun setelah terjadinya lokalisasi Tantrayana melalui Hindu-Buddha di Bali, *lawar* kemudian disajikan sebagai simbol *pangider-ider* (dewata di semua arah mata angin). Lawar hitam (hijau) di arah kaja (utara), lawar merah di selatan, lawar putih di timur, lawar kuning di barat, sedangkan di tengah adalah sate dan sambal. Komposisi arah mata angin dengan komposisi kiblat letak warna dan dewatanya ini tampak jelas dalam upacara-upacara agama Hindu di Bali. Penataan *tetandingan lawar* sesuai *pengider-ider* merupakan salah satu bagian kecil dari penjabaran ajaran *tantra* dalam konsep Panunggalan jiwa manusia (*Bhuwana Alit*) dengan jiwa alam semesta (*Bhuwana Agung*).

Pengaruh *tantra* pertama di Bali dibawa oleh agama Buddha kemudian diikuti oleh agama Hindu, yang selanjutnya secara filosofis metafisika disatukan secara bertahap oleh para Rsi (terutama Rsi Markandeya), para Mpu (terutama Mpu Kuturan), setelah itu oleh para Pendeta di Bali lainnya (terutama Pedanda

Sakti Wawu Rauh (Dang Hyang Nirartha) sehingga secara bertahap menjadi lebur (sublim) menyatu ke dalam paham Siwa Sidhanta Bali seperti saat ini.

Setelah tegaknya paham Siwa Sidhanta pada masyarakat Hindu di Bali maka tradisi *ngelawar* itu rutin dilaksanakan saat merayakan hari kemenangan *Dharma* (kebajikan) melawan *Adharma* (kebatilan) yang disebut Hari Raya Galungan. Menurut Lontar Purana Bali Dwipa, umat Hindu di Bali pertama kali merayakan hari raya Galungan pada Caka 804 (882 Masehi) di zaman kerajaan Bali Kuna, dari Dinasti Singhamandawa. Dalam lontar itu disebutkan, “*Punang aci Galungan ika ngawit, Bu (Buda), Ka (Kaliwon), Dungulan sasih kacatur, tanggal 15, isaka 804. Bangun indra Buwana ikang Bali rajya*”. Artinya: “Perayaan (upacara) Hari Raya Galungan itu pertama kali adalah pada hari Rabu Kliwon, (*Wuku*) Dungulan sasih Kapat tanggal 15, tahun 804 Saka. Keadaan Pulau Bali bagaikan Indra Loka.” Sejak itu Galungan terus dirayakan oleh umat Hindu di Bali secara meriah (Surpi, ed., 2011: 103).

Kisah kemenangan *dharma* inilah disimbolkan ke dalam patung Dewi Durga (Sakti dari Siwa) yang berdiri di atas atau sedang membunuh Asura berwujud seekor kerbau sehingga dikenal sebagai Durgamahesuramardhini (kemenangan Durga melawan Mahesasura). Sehari sebelumnya dikenal sebagai Penampahan Galungan dilakukan kegiatan pemotongan babi, biasanya dipimpin seorang *Mancegera* atau *Belawa* (ahli masak), dijadikan berbagai olahan makanan untuk *upakara/banten* dan juga untuk suguhan makanan konsumsi bersama hari itu dan juga sekaligus untuk persiapan lauk pauk di hari Galungan besoknya. Salah satu jenis masakan yang harus ada adalah *lawar* dan sate.



Gambar 2. Tradisi Ngelawar

Sumber: <https://denpasartourism.com/>

Paham Siwa Sidantha dalam agama Hindu di Bali tidak dapat dilepaskan dari konsep Tantrayana yang sangat erat kaitannya dengan pengurbanan daging babi sebagai sarana *upakara* atau *bantennya*, misalnya seperti pada banten *Gelar Sanga* (sate babi), banten *Bebangkit* (guling babi), dan pada *Gayah* (*sate renteng* berbentuk senjata *Dewata Nawa Sanga*). Segala jenis *Banten* yang berbahan dasar daging babi ini semuanya ditujukan kepada Bhatari Durga (baliberkarya.com, 2016).

Dalam konteks sebagai kelengkapan *banten caru*, maka *bakaran* dilengkapi dengan jenis *bali* lain disebut dengan *kawisan*, yang dijadikan satu set penataan (*tetandingan*) di atas alas (*aled/taled*) daun pisang dipotong kecil. Salah satu olahan kuliner dalam *upakara* (*bali* atau *wali*) *kawisan* yang harus ada adalah *lawar* dengan berbagai jenisnya dan sate untuk bahan *upakara* serta *komoh* (kuah berisi potongan daging dan balung serta sedikit sayur). Setelah usai pengolahan berbagai jenis lauk pauk atau makanan tersebut barulah dibuat *tetandingan* sesaji (*upakara/banten/bali/wali*) yang terbuat dari sate dan *lawar* serta *jeroan* disebut *Kawisan* dan *Bakaran*.

Kawisan merupakan sebuah *taledan* (alas daun pisang) berisi *urab-uraban* (*lawar*) dan sejumlah sate, serta dilengkapi dengan garam dan sambel. Sedangkan *bakaran* adalah *taledan* kecil yang diisi dengan potongan kecil daging berasal dari bagian *jeroan* (organ-organ dalam) hewan kurban, antara lain: hati, jantung, paru, usus, dan darah mentah (kpbtabatan.blogspot.com,2018).

Persembahan sajen *kawisan* dan *bakaran* dilakukan bertujuan untuk mewujudkan keselarasan hidup manusia melalui pembinaan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa (*Parhyangan*), antara manusia dengan manusia atau sesama (*Pawongan*) dan hubungan antara manusia dengan lingkungan alam sekitarnya (*Palemahan*).

Dalam lingkup kepentingan upacara lebih luas misalnya saat pembukaan lahan pekarangan baru atau *ngeruak karang*, baik untuk perumahan ataupun tempat suci (pura) maka *kawisan* dan *bakaran* ini sering dipergunakan sebagai kelengkapan dari *Banten Caru*. Secara etimologi, istilah *caru* berasal dari bahasa Jawa Kuna yang memiliki makna hewan

kurban atau berkurban atau mengurbankan, ketel kurban, atau kawah kurban (Simpen, 1982: 52). Sedangkan ketel kurban atau kawah kurban secara harfiah dapat dimaknai sebagai tempat *mecaru* (melaksanakan upacara kurban) atau perut di dalam badan manusia (*Bhuwana Alit*).

Kawisan, *Bungan Kawisan*, *Penataan Kawisan + Bakaran* (isinya irisan kecil Hati, Jantung, Paru-Paru, Usus, dan Darah mentah)



Gambar 3. *Kawisan* dan *Bakaran* saat Penampahan Galungan. Kiri ke Kanan: Dasar
Sumber: <https://denpasartourism.com/>

Sedangkan pengertian *caru* dalam Kamus Sanskerta berarti manis, enak, cantik, harmonis, menarik (Sudiana, 2018:68). Berdasarkan simpulan dari pengertian kata tersebut serta implementasinya, dapat dinilai *caru* sangat sesuai apa yang menjadi tujuan dari adanya prosesi mengurbankan hewan sebagai sebuah persembahan adslah untuk mencapai tujuan keharmonisan, keindahan, keseimbangan kembali alam semesta. Menurut Gunawan, bentuk serta tata cara upacara *caru* dan pelaksanaannya sangat berhubungan dengan praktik ajaran *Tantra* khususnya sekta *Bairawa*. Ajaran *Bairawa* lebih mnegupayakan usaha secara mistis (*niskala* dan metafisika) untuk merih tujuan yaitu kebahagiaan sempurna, dengan melaksanakan persembahan berupa *pasu* (hewan kurban: daging, darah), minuman keras, gerak tari dan hubungan intim,

sebagai simbol religius yang disebut dengan istilah dengan *Panca Makara*.

Pelaksanaan *Panca Makara* sebagai praktek ajaran *Bairawa* masih dapat dijumpai hingga saat ini, yang kemudian akhirnya mengalami modifikasi atau penyesuaian-penyesuaian, terutama pada penggunaan daging mentah dan darah (*Mamsa*) pada olahan lawar dan sate *caru*. *Mina* yaitu unsur ikan diimplementasikan dengan penggunaan *rerasmen* pada *bantenCaru*. *Mada* yaitu unsur-unsur minuman keras dimodifikasi dengan penggunaan arak *tetabuhan*. *Mudra* yaitu gerak tangan simbolik religius, dalam pelaksanaan *caru* diwujudkan dengan *prasawya* pada prosesi *ngrebeg* atau *ngilehin caru*. Sedangkan untuk *Maithuna* disimbolkan dengan melakukan prosesi *matabuh rah* (kurban darah) *panglebar caru* (penutup) sesuai dengan tradisi masing-masing daerah (kphtaban.blogspot.com, 2018)



Gambar 4. Prosesi Mecaru, Sebagai sarana menetralkan dan *nyomia*(penenang) *Bhuta Kala* (kekuatan alam)
Sumber: Mardika, 2021

Dengan demikian, dalam sejarah Nusantara ajaran *Bairawa* tidak hanya berkembang di Bali, juga telah adadi wilayah Nusantara yang menjadi tempat perluasan wilayah kekuasaan kerajaan Singosari lainnya. Beberapa sumber sejarah menyebutkan saat itu pemujaan terhadap *Bairawa* yang dilaksanakan oleh raja Kertanegara adalah *Bairawa Kalacakra* dengan tujuan untuk mendapatkan kekuatan. Raja Kertanegara memiliki misi melindungi kerajaannya dari serangan Kaisar Khu Bhi Lai Khan (penganut *Bairawa Heruka*). Sedangkan Kebo Parud (selaku patih Singasari) menganut *Bairawa Bima* memiliki misi mengimbangi kekuatan *Durga Bairawa Raja*

Bali. Pada saat itu, ajaran *Bairawa* bersifat politis dan digunakan para penguasa untuk dapat disegani oleh lawannya (majalah hinduraditya.blogspot.com, 2012).

Kemungkinan periode transisi perubahan dominasi ajaran *Bairawa* menuju paham *Siwa Sidhanta* berpaham *Tri Murthi* di desa-desa Bali lain terjadinya juga hampir secara bersamaan dengan tahapan periode perubahan yang terjadi di desa Kaba-Kaba tersebut. Tradisi *ngelawar* para penganut *Bairawa* Majapahit ini kemudian juga mempengaruhi ajaran *upakara* pada paham *Hindu Siwa Sidhanta* yang diajarkan oleh para orang suci (pendeta) penyempurna *Hindu* di Bali. Kemungkinan lain, tradisi *ngelawar* di Bali untuk merayakan *Galungan* semakin mendapat penguatan dari tradisi upacara *Panca Yadnya* yang dibawa para pendatang dari Majapahit.

Hal ini menjadi sesuai dengan pendapat Sejarawan Kuliner, Fadly Rahman menyatakan bahwa kuliner khas Bali merupakan hasil dari pengaruh budaya Majapahit, seperti misalnya makanan yang sudah populer di telinga wisatawan yaitu *lawar* dan *betutu*. *Lawar* sudah ada sejak masa Kerajaan Majapahit berkuasa di Nusantara, termasuk Bali. Fadly Rahman menyatakan, saat itu warga Majapahit yang memeluk Agama *Hindu* banyak yang akhirnya pergi ke wilayah Bali. Sehingga saat itu juga budaya Majapahit turut menghiasi Bali, termasuk budaya kuliner. (denpasarupdate.pikiranrakyat.com, 2020).

Lawar pada umumnya dibuat dari bahan olahan daging dan kulit babi. Dalam kitab *Nagarakrtagama* (1365), daging babi disebutkan sebagai salah satu jenis hidangan yang terdapat pada Istana Majapahit. Untuk memenuhi kebutuhan babi di Jawa (Majapahit), selain Madura, pada abad ke-14 Bali dikatakan juga sebagai wilayah pengekspor ternak ke Jawa hingga saat ini. Pada abad ke-19 hingga awal abad ke-20, babi menjadi hewan ternak utama selain lembu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan utama rumah tangga di Bali. Pada kurun waktu tersebut menurut beberapa sumber, dominasi keluarga di Bali memiliki paling sedikit satu sapi dan beberapa ekor babi yang diperuntukan memenuhi kebutuhan pribadi dan juga menjalankan fungsi ekonomi/ jual beli (<http://sejarahhari.rayahindu.blogspot.com>).

Untuk filosofi dan makna simbolik lawar, dapat dibedakan berdasarkan bumbu lawar yang digunakan, *tetandingan banten*, dan rasa lawar. Berdasarkan bumbu lawar yang digunakan, Sidemen (2020) menjelaskan mengenai kandungan bahan-bahan bumbu terkait simbol pemujaan tokoh pewayangan (keluarga *pandawa*) sampai nilai *urip* (kekuatan angkanya) seperti telah dijelaskan dalam Lontar *Dharma Caruban*, diantaranya adalah sebagai berikut: a). *Cekuh*, merupakan simbol dari *Sahadewa* (Timur) dengan nilai *urip* 5; b). *Isen*, merupakan simbol dari *Sang Bima* (Selatan) dan memiliki nilai *urip* 9; c). *Kunyit*, merupakan simbol dari *Sang Arjuna* (Barat) dengan nilai *urip* 7; d). *Jahe*, merupakan simbol *Sang Nakula* (Utara) dan memiliki nilai *urip* 4; e). *Bawang Merah*, merupakan simbol dari *Sang Dharma Wangsa* (Tengah) dengan nilai *urip* 8; dan f). *Lemo* merupakan simbol dari *Dewi Drupadi*, memiliki sifat menyatukan kelima Pandawa.

Berdasarkan *tetandingan banten*, tata letak (*tetandingan*) lawar pada *aled upakara* (alas sesajen dari anyaman janur yang berbentuk segi empat sama sisi ini) mengikuti pola letak warna pada *pengider-ider bhuwana* (penguasa penjuru arah mata angin) sebagai simbol perwakilan dari *Panca Dewata* (empat arah mata angin yang memiliki pusat di tengah), letaknya juga masing-masing mengikuti perputaran arah jarum jam (*purwa daksina*) adalah Timur, Selatan, Barat, Utara, dan Tengah. Dengan demikian ada 5 (lima) jenis warna lawar yang digunakan untuk sesajen oleh masyarakat Bali, yaitu: 1) *Lawar putih* di arah Timur (*Purwa* artinya awal) menjadi simbol wilayah kekuasaan Dewa Iswara; 2) *Lawar abang* (merah darah) di arah Selatan (*Daksina*) menjadi simbol wilayah kekuasaan Dewa Brahma; 3) *Lawar penyon* (kuning) terletak di arah Barat menjadi simbol wilayah kekuasaan Dewa Mahadewa; 4) *Lawar ijo* (hijau) di arah Timur menjadi simbol wilayah kekuasaan Dewa Wisnu; dan 5) *Lawar padamara* (campuran yang sama empat lawar tersebut) di Tengah menjadi simbol wilayah kekuasaan Dewa Siwa sebagai pusat orientasi atau pemersatu semua Dewa (<https://www.rappler.com/world/bahasa-indonesia/lawar-gusti-nyoman-darta-baliubud>).



Gambar 5. Sesajen Terbuat dari lima jenis Lawar Oleh Gusti Nyoman Darta
Sumber: Matt Oldfield/Ubud Food Festival

Berdasarkan rasa lawar, lawar sebagai makanan tradisional Bali (yang berbumbu base genep) dalam *upakara* menurut Gde Aryantha Soethama (2012), selain rasanya yang enak ternyata juga memiliki makna atau filosofi (*tattwa*) tersendiri. Filosofi yang terkandung dalam lawar, memiliki makna keseimbangan (*balance*) dan keharmonisan. Filosofi ini dapat dilihat dari simbol empat arah mata angin yang melambangkan keseimbangan. Komponen lawar, berupa parutan kelapa (putih, simbol Dewa Iswara di Timur); darah (merah, simbol Dewa Brahma di Selatan); bumbu-bumbu (kuning, simbol Dewa Mahadewa di Barat); dan terasi (hitam, simbol Dewa Wisnu di utara). Karakteristik rasa dari bahan penyusunnya yang berupa kelapa yang menonjolkan rasa manis, garam dengan rasa asinnya, limau dengan rasa pahit, bumbu bali dengan rasa pedasnya, darah yang menonjolkan amis, asam yang menonjolkan cita rasa asam, terasi yang menonjolkan bau busuk, keseluruhan komposisi tersebut apabila mampu meraciknya dengan tepat akan menghasilkan rasa yang nikmat. Keseimbangan rasa dari segala elemen penyusun lawar, merupakan filosofi seorang pemimpin yang hendaknya dapat mengoptimalkan potensi-potensi rakyatnya yang berbeda-beda (keberagaman) sehingga bisa menciptakan keharmonisan atau ketentraman hidup dalam kebersamaan atau toleransi (Soethama; <http://smbbali.blogspot.com/2012/12/filosofi-lawar-bali.html>).

3.2 Komodifikasi Lawar Menuju Kuliner Pariwisata Khas Bali

Kuliner lawar kini juga dapat dikembangkan peranannya sebagai sarana diplomasi.

Maksudnya adalah kuliner *lawar* dikembangkan sebagai media mewujudkan persaudaraan antar bangsa dan Negara melalui kegiatan pariwisata dan kunjungan kenegaraan. Untuk mencapai tujuan ini maka perlu adanya modifikasi dalam berbagai hal yang dianggap perlu sesuai dengan kondisi umat, etnis dan bangsa yang belum pernah mengenal atau belum pernah mengomsumsi kuliner *lawar* dalam hidupnya.

Sebagai salah satu Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Indonesia, kuliner *lawar* digolongkan sebagai salah satu bentuk Keterampilan dan Kemahiran Kerajinan Tradisional (jenis makanan/kuliner), asal Provinsi Bali. Kuliner *lawar* digolongkan sebagai makanan tradisional yang masih ditradisikan hingga saat ini oleh masyarakat Bali.

Lawar merupakan salah satu jenis masakan khas Bali, dimana menurut ahli Gastronomi disebut sebagai garis *walace*-nya (pembatas antara seni makanan Barat dan Timur di Indonesia, serta peralihan dari makanan manis di Jawa, ke makanan pedas di Timur) seni kuliner nusantara. Untuk meningkatkan peranan kuliner *lawar* sebagai sarana diplomasi, komponen *lawar* yang mengandung unsur haram diharapkan disubstitusikan dengan komponen lain yang netral sehingga kuliner *lawar* dapat turut dinikmati atau menjadi kesukaan umat lain. Membuang unsur haram dari *lawar* adalah salah satu segi dari keberhasilan pengembangan paradigma pariwisata kuliner khas Bali, sebagai perhatian atas nilai toleransi antar agama. Melalui paradigma kuliner pariwisata khas Bali, maka potensi makanan dan minuman yang masih ditradisikan oleh komunitas adat di Bali, dapat dikembangkan sebagai salah satu bentuk atraksi wisata ke forum nasional dan internasional. Oleh karena itu, *lawar* sangat berpotensi dikembangkan sebagai salah satu atraksi wisata dari bidang kuliner yang dapat dinikmati oleh seluruh umat beragama di Indonesia.

3.2.1 *Ebatan Seselaman* Kuliner Diplomasi Raja Karangasem

Menurut Nala Antara, awalnya *ebatan seselaman* hanya biasa disajikan pada jamuan makan bersama (*megibung*) saat ada hajatan

bersama dengan umat selain Hindu, khususnya Islam. Acara *megibung* pertama kali dikembangkan oleh raja Karangasem I Gusti Anglurah Ketut Karangasem (Raja VII Karangasem). I Gusti Anglurah Ketut Karangasem merupakan putra bungsu atau anak ketiga dari Raja I Gusti Anglurah Made Karangasem Sakti, yang mampu memberikan kejayaan kepada Kerajaan Karangasem hingga kekuasaannya meluas sampai ke Lombok NTB di era sekitar tahun 1614 Caka atau 1692 Masehi.

I Gusti Anglurah Made Karangasem setelah berhasil menguasai wilayah sampai ke Lombok Barat, banyak memiliki rakyat berasal dari etnis Sasak beragama Islam, yang sebagian besarnya juga turut dibawa ke Karangasem Bali untuk memperkuat pertahanan kerajaan Karangasem. *Ebatan seselaman* ini dibuat dan diperkenalkan setelah Islam masuk Bali, khususnya di wilayah Kerajaan Karangasem yang tetap dilestarikan hingga kini. *Ebatan seselaman* tidak hanya untuk disajikan bagi tamu yang berbeda keyakinan ini, tetapi juga sering turut dilibatkan langsung dalam tahap persiapan dan proses pembuatannya serta menikmati dengan duduk makan bersama dalam satu kelompok 8 orang secara melingkar disebut *megibung*.

Nala Antara yang juga kini menjabat sebagai Direktur BASA BALI WIKI membenarkan bahwa *ebatan seselaman* sangat erat kaitannya dengan upaya masyarakat Bali untuk membangun toleransi dengan umat beragama lain melalui sajian makanan. Apalagi maksud penyediaan *ebatan seselaman* memang untuk dihidangkan bagi tamu atau saudara yang berbeda keyakinan.

3.2.2 *Ebatan Seselaman* Sebagai Kuliner Pariwisata Saat Ini

Perkembangan saat ini *ebatan seselaman* telah menjadi sebuah bisnis kuliner *lawar* khas Bali di dunia pariwisata. Usaha ke arah itu dewasa ini juga sudah banyak dilakukan masyarakat, yang dapat dijumpai di berbagai tempat di Bali saat ini. Salah satunya seperti ditulis Yunda Ariesta (Minggu 06 Juni 2021) tentang Warung Makan yang berlokasi di Jalan Veteran, Karangasem, Bali, yang mencoba berinovasi dan membuat kuliner *lawar* khas Bali dengan bahan utama daging

kambing. Tujuannya supaya wisatawan (khususnya yang beragama Islam) bisa mencicipi *lawar* bumbu rempah *base genep* khas Pulau Dewata tanpa harus merasa was-was akan ke-halal-an bahan baku penyusunnya.



Gambar 6. Lawar kambing Kadek Yudi Apsari salah satu kuliner khas Bali bagi wisatawan
Sumber: <https://www.denpasarkota.go.id/>

Perkembangan pariwisata kuliner khas Bali kini telah semakin mendapat minat banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Bahkan di Ubud, ada yang telah membuka program wisata *Cooking Class*, yang merupakan salah satu kegiatan wisata yang diminati oleh wisatawan. Kegiatan *cooking class* juga diadakan pada hotel-hotel berbintang untuk memberikan pengalaman yang berbeda kepada wisatawan yang menginap. Jadi banyak wisatawan yang datang ke Ubud bahkan menginap dan tinggal di Ubud, sekedar meluangkan waktu agar dapat menyempatkan diri untuk mencoba belajar memasak kuliner khas Bali (<https://travel.kompas.com/read/2015/12/04/140500727/Susah.tetapi.Seru.Belajar.Masak.Lawar.dan.Sate.Lilit?page=all#page2>). Tentu bagi wisatawan muslim akan memilih *Cooking Class* masakan khas Bali non babi.

Dengan semakin berkembangnya makanan khas daerah Bali yang bernama *lawar* dan menu-menu lainnya, dapat memberikan peluang bagi masyarakat lokal untuk dapat bersaing di era pasar bebas dan menjadi daerah tujuan wisata dunia. Keragaman Makanan Khas Daerah Bali sangat berpeluang digunakan sebagai atraksi wisata yang dapat menarik wisatawan domestik maupun mancanegara, baik dilihat dari gastronominya maupun komposisi menunya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, beberapa simpulan yang dapat dikemukakan pada penelitian ini

adalah sebagai berikut. Masyarakat Bali dikenal memiliki kekayaan aneka ragam masakan tradisional khas setempat, salah satu kuliner tradisional khas yang tidak ada duanya di dunia adalah *lawar*. Walaupun *lawar* awalnya berasal dari peninggalan kuliner sekta Bairawa yang berhasil mempengaruhi paham Siwa Sidhanta Hindu di Bali, yang notabena terbuat dari daging babi berarti mengandung unsur haram bagi umat muslim yang mayoritas di Indonesia.

Namun sifat kreatif masyarakat Bali yang begitu tinggi menyebabkan lahirnya berbagai jenis *lawar* tradisional khas lainnya yang bersifat netral (tidak haram). Jenis kuliner *lawar* tersebut sebagian besar berpotensi dapat dikembangkan mejadi salah satu kuliner *lawar* pariwisata khas Bali.

Sejarah *lawar* di Bali berkaitan dengan berkembangnya paham tantrisme di Bali. Namun ada pendapat para pakar yang menduga *lawar* merupakan masakan asli Bali, yang kemudian menjadi semakin berkembang setelah masuknya paham tantra ke Bali, terutama tantra Buddha yang disebutkan prasasti telah ada sekitar abad ke-8 Masehi, kemudian diikuti oleh tantra Siwa. Berkat peran aktif para Rsi, Mpu, Pendeta dan para tokoh kerajaan di Bali yang sangat bijaksana maka tantra dapat tumbuh berkembang menjadi tradisi yang lebih luwes dan indah (*sundaram*) sebagai tradisi upacara agama, sehingga masyarakat Hindu di Bali saat ini yang suka *mebat* atau *ngelawar* memiliki dan tetap bisa mewarisi tradisi kuliner *lawar* yang tiada duanya di dunia.

Lawar termasuk salah satu jenis olahan tradisional Bali tergolong olahan lembab. Tradisi *ngelawar* (membuat *lawar*) memiliki kaitan erat dengan persembahan sesaji dan *caru* yang menggunakan berbagai macam daging hewan (*pasu*) kurban, untuk dijadikan berbagai macam bentuk olahan seperti dirangkum dalam lontar Darma Caruban. Lontar ini menguraikan mengenai seluk beluk masakan atau olahan yang digunakan dalam sesaji dan juga untuk dikonsumsi. Berbagai macam olahan yang dikenal sampai saat ini seperti sate dengan berbagai jenisnya.

Lawar merupakan produk kebudayaan masyarakat Bali sebagai pemeluk Hindu Siwa Sidhanta yang lebih berkiblat pada aliran tantra Siwa Bairawa, dengan dewa pujaan tertingginya adalah Dewa Siwa. Namun dalam

prakteknya lebih banyak melakukan ritual-ritual pemujaan kepada Sakti Dewa Siwa yakni Sanghyang Bhairawa atau Dewi Durga. Bahkan hari raya terbesar dan terpopuler bagi umat Hindu di Bali adalah Galungan diperingati sebagai hari pemujaan kepada Sakti atau Dewi Durga, yang dipuja sebagai Dewi Kemenangan *Dharma* (Kebajikan) di Bumi. Tradisi *ngelawar* dikaitkan dengan perayaan kemenangan *dharma* melawan *adharmaini*, yang ditandai dengan pemotongan hewan (babi) sehari sebelum Hari Raya Galungan, sehingga disebut Hari Penampahan Galungan. Pemotongan babi dilakukan untuk dijadikan berbagai lauk-pauk *upakara* (sesajen) Galungan dan juga untuk suguhan konsumsi keluarga saat itu, disamping persiapan konsumsi pada hari Raya Galungan besoknya.

Lawar sesungguhnya memiliki nilai filsafat tinggi. Masakan *lawar* yang dibuat dari berbagai jenis bahan diolah menjadi satu kesatuan yang harmonis dan seimbang, menimbulkan rasa khas *lawar* yang enak dan serasi, selaras atau harmonis. Di dalamnya terkandung nilai filosofi pentingnya arti keseimbangan dan keselarasan atau keharmonisan dalam hidup ini. Prinsip keseimbangan dan keselarasan atau keharmonisan ini menjadi tujuan utama dalam setiap pelaksanaan upacara agama Hindu di Bali, yang disimbolkan ke dalam berbagai seni atau keindahan persembahan kepada leluhur, dewata, dan Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Simbolisasi ke dalam berbagai bentuk *upakara* ini, salah satunya biasa dilakukan dengan seni kuliner *lawar* disebut dengan *ben banten* (lauk pauk *upakara*). Tujuannya adalah mengajarkan atau mengaktifkan kembali semangat umat Hindu untuk senantiasa mewujudkan ketaqwaan dan keimanannya melalui penegakan nilai-nilai *satyam*, *sivam*, *sundaram* (kebenaran, kebajikan dan keindahan) di dalam diri.

Hal ini sangat dibutuhkan dewasa ini saat merebaknya kembali intoleransi antar kelompok anak bangsa. Belajar dari nilai kuliner *lawar*, kita dapat memetik pelajaran untuk tidak selalu melihat perbedaan jenis dan warna setiap orang, karena jika disatukan bakal menjadi enak, harmonis, seimbang, serasi, selaras, penuh nilai toleransi tinggi. Hidup saling bertoleransi antar umat dan etnik di Bali bukan hanya suatu angan, tetapi telah sejak

lampau berhasil dilaksanakan masyarakat Bali dibawah pimpinan raja-raja Bali, terutama Raja Anak Agung Gde Anglurah Karangasem dalam bentuk *megibung* yaitu kegiatan *ngelawar* dan makan bersama duduk sesuai arah kiblat dalam satu lingkaran yang tertib dan akrab. Bahkan sejak itu, *lawar* pun bisa dibuat dari bahan netral (tidak haram) bagi warga non Hindu seperti pada warga muslim di Bali, yang juga sama-sama menjadi rakyat raja Karangasem.

Seni kuliner Bali sebagai salah satu aspek kebudayaan Bali dapat diadaptasi sehingga dapat menjadi wisata boga khas Bali. Dengan membangun paradigma kuliner pariwisata khas Bali, secara tidak langsung tradisi Agama Hindu sangat berpotensi dan berperan penting menentukan keberhasilan pembangunan identitas dan citra pariwisata Bali, dengan mengadaptasi menu *lawar* sebagai salah satu kuliner pariwisata (tidak haram) khas Bali. Adaptasi tersebut dari segi bentuk, tujuan dan makna meliputi adaptasi bahan makanan, rasa, pengolahan, penataan/penyajian dan cara makan disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Dengan modifikasi teknik pengolahan dan seni penyajian berstandar internasional akan menjadikan kuliner *lawar* mendunia. Pada akhirnya, dengan terangkatnya seni kuliner Bali sebagai penunjang pariwisata juga akan memberi dampak budaya, sosial, rasa bangga serta pemenuhan kebutuhan harga diri bagi masyarakat Bali.

REFERENSI

- Ardika, I Wayan. 2011. "Gastronomi dalam Pariwisata Budaya", dalam I Nyoman Darma Putra dan I Gde Pitana (eds). *Pemberdayaan & Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata*, Persembahan untuk Prof. Ida Bagus Adnyana Manuaba, pp.17-27. Denpasar: Pustaka.
- Ariani, Risa Panti. 2017. *Mengenal Kuliner Bali*. Jakarta: Rajawali Pers, PT. Raja Grafindo Persada.
- Budaarsa, Komang dan Budiasa, Ketut Mangku. 2013. "Jenis Hewan *Upakara* dan Upaya Pelestariannya" *Makalah Seminar "Hewan Upakara" Fakultas Peternakan Universitas Udayana 29 Oktober 2013*. Denpasar: Universitas Udayana.

- Gautama, Wayan Buda. 2004. *Dharma Caruban Tuntunan Membuat Olahan/Ebatan*. Surabaya: Paramita.
- Goris, Roelof. 1986 (1974). *Sekte-Sekte di Bali*. Jakarta : Bhratara Karya Aksara.
- Phalgunadi, Prof.Dr. Lit. I Gusti Putu M.A. Ph.D. 2001 *Pasu Yadnya Dalam Jaman Weda di India (Terjemahan)*. New Delhi
- Pinanatri, Putu Diah Sastri dan Putra, I Nyoman Darma. 2016. *Wisata Kuliner, Atribut Baru Destinasi Unud*. Denpasar: Jagatpress bekerja sama dengan Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana.
- Prihantini, Lilies. 2019. *Kuliner Sebagai Ikon Promosi Destinasi Wisata Indonesia*. *Jurnal Kuliner Pariwisata*, Vol 4. No 4.
- Remen, I Ketut. 1987. *Olah Olahan Paebatan*. Mengwi: Tanpa Penerbit.
- Suamba, I.B. Putu. 2009. *Siwa-Buddha di Indonesia, Ajaran dan Perkembangannya*. Denpasar, Program Magister (S2) Ilmu Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia bekerjasama dengan Widya Dharma.
- Suandra, I. M. (1972). *Dharma Caruban*. Denpasar: CV Kayumas Agung.
- Sudiana, I Gusti Ngurah. 2018. *Caru Dalam Upacara di Bali*. Denpasar, IHDN Press.
- Surasmi, I Gusti Ayu. 2007. *Jejak Tantrayana di Bali*. Denpasar : CV Bali Media Adhikarsa.
- Titib, I Made. 2000. *Teologi Hindu dan Simbol-Simbol dalam Agama Hindu*. Surabaya: Paramita.
- _____. 2000. *Teori Tentang Simbol*. Denpasar: Penerbit Widya Dharma.
- Wikarman, I Nyoman Singgin. 1994. *Leluhur Orang Bali: Dari Dunia Babad dan Sejarah*. Bangli: Yayasan Widya Shanti Bangli
- _____. 2006. *Caru Palemahan dan Sasih*. Surabaya: Penerbit Paramita.
- Wirasiati, Wijaya, Suter, dan Wiranata. 2017. *Kuliner Tradisional Bali*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wirasiati, Luh Putu, dkk. 2017. *Kuliner Tradisional Bali: Balinese Traditional Culinary (Jajanan Tradisional, Masakan Tradisional, Sayuran Tradisional)*. Denpasar: Udayana University Press.
- Studi Internet:**
- Aktual. 2015. Bali Terima Sertifikat Warisan Budaya Tak Benda dari Mendikbud. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <https://www.aktual.com/bali-terima-sertifikat-warisan-budaya-tak-benda-dari-mendikbud/>.
- Anonim. 2012. Sejarah Sekte-sekti di Bali. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <http://cakepane.blogspot.com/2012/12/sejarah-sekte-sekte-di-bali.html>.
- Muliarta, I Nengah. 2018. Ebatan Seselaman sebagai Bentuk Sajian Kuliner Bermakna Toleransi di Bali, sumber: <https://www.aboutbali.beritabali.com/read/2018/06/24/201806240010/ebatan-seselaman-sebagai-bentuk-sajian-kuliner-bermakna-toleransi-di-bali/>.
- Nengah, Pastika. 2014. MAKNA BANTEN. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <http://pastikanengah.blogspot.com/2014/01/makna-bebantenan.html>.
- Rahman, Faadly. 2010. Menelusuri Kebiasaan Makan Daging Babi di Bali. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <https://www.kompasiana.com/detikhidup/550056a38133115318fa74a9/menelusuri-kebiasaan-makan-daging-babi-di-bali>.
- Rupa, I Wayan. 2010. Pasu Yadnya Dalam Kehidupan Masyarakat Hindu Bali. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <https://varianwisatabudaya.sundakecil.blogspot.com/2010/05/pasu-yadnya-dalam-kehidupamasyarakat.html>.
- Sanjiwani, Tirta. 2017. Makna Tattwa Banten Pulagembal-Akhir. (serial online). [akses 2018 Okt. 27]. Available from URL: <https://ngurahtirta.wordpress.com/2017/08/21/makna-tattwa-banten-pulagembal-akhir/>.
- Sudarma, I Wayan. Banten Sebagai Bahasa Simbol, sumber: <https://phdi.or.id/artikel/banten-sebagai-bahasa-simbol-1>



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 63-70

MODIFIKASI HIDANGAN PENUTUP BARAT MENGUNAKAN BUNGA KECOMBRANG

MODIFICATION OF WESTERN DESSERT WITH TORCH GINGER FLOWER

Nur Tasya Safitri¹, Billy Tanius², Ni Nyoman Widani³

Seni Kuliner, Politeknik Internasional Bali^{1,2,3}

tasyafoodlife@gmail.com¹, billy.tanius@pib.ac.id², nyoman.widani@pib.ac.id³

Received: 21/05/2022

Revised: 30/05/2022

Accepted: 06/06/2022

Abstrak

Modifikasi resep hidangan penutup barat menggunakan bunga kecombrang tidak banyak diterapkan oleh masyarakat. Karya kompetensi kreatif ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui ide pengembangan resep hasil modifikasi hidangan penutup barat menggunakan bunga kecombrang yang dikombinasikan dengan bahan dasar khas Indonesia serta untuk mengedukasi bahwa bunga kecombrang dapat diolah menjadi berbagai macam hidangan penutup yang unik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *research and development* model penelitian 4D (*Define, Design, Development, Dissemination*) dan metode uji hedonik. Metode uji hedonik digunakan 20 panelis umum yang dipilih secara acak, dan enam panelis ahli yang ditentukan oleh kampus. Teori yang digunakan yaitu teori modifikasi resep. Terdapat 10 resep modifikasi yang dilakukan yaitu: *Kecombrang Burnt Basque Cheesecake, Kecombrang Cannoli, Kecombrang Cranachan, Kecombrang Crema Catalana, Kecombrang Choco Mousse, Kecombrang Choco Tartlet, Kecombrang Éclair, Kecombrang Loukoumades, Kecombrang Roll Cake, dan Kecombrang Panna Cotta*. Hasil nilai rata-rata keseluruhan dari penilaian uji hedonik untuk sepuluh menu adalah 4,61. Maka dapat disimpulkan bahwa para Panelis memberikan respon positif dan menyukai 10 hidangan penutup hasil modifikasi yang diciptakan dengan memberikan beberapa komentar agar hidangan tersebut semakin sempurna.

Kata Kunci: Kecombrang, Modifikasi Hidangan Penutup Barat

Abstract

The modification of Western dessert recipes using torch ginger flowers is not widely known to the public. This creative work was done with the aim of developing a recipe for a modified Western dessert using torch ginger flowers in combination with basic Indonesian ingredients, and to convey that torch ginger flowers can be made into a variety of unique desserts. The research method used is the research and development method of 4D research models (define, design, develop, disseminate) and the hedonic test method. The hedonic test method used 20 general panelists randomly selected and six expert panelists determined by the campus. The theory used is recipe modification theory. There are 10 modified recipes, namely, Burnt Basque Cheesecake with Torch Ginger Flower, Cannoli with Torch Ginger Flower, Cranachan with Torch Ginger Flower, Crema Catalana with Torch Ginger Flower, Choco Mousse with Torch Ginger Flower, Choco Tartlet with Torch Ginger Flower, Éclair with Torch Ginger Flower, Loukoumades with White Chocolate Torch Ginger Flower, Roll Cake with Torch Ginger Flower Compote, and Panna Cotta with Torch Ginger Flower Compote. The average total hedonic score for the ten menus was 4.61, so it can be said that the panels gave a positive response and liked the 10 modified desserts, leaving some comments to perfect the dish.

Keywords: Torch Ginger Flower, Modification of Western Dessert

1. PENDAHULUAN

Modifikasi resep adalah pengubahan terhadap makanan dari kondisi terbaru sehingga tercipta menu yang lebih bervariasi tanpa merubah bentuk keasliannya. Tujuan dilakukannya yaitu untuk menambah variasi rasa, nilai gizi dan penampilan untuk mendapatkan nilai jual. Modifikasi resep dibagi menjadi tiga cara yaitu pertama modifikasi dari segi bahan makanan meliputi menambah, mengurangi dan menggantikan suatu bahan makanan. Kedua, modifikasi dari segi Teknik memasak, baik itu teknik memasak panas basah, panas kering dan lemak. Ketiga yaitu memodifikasi dari segi jumlah porsi (Multi Karina, 2016). Pada penelitian ini modifikasi resep yang dimaksud oleh penulis yaitu untuk meningkatkan keanekaragaman pada hidangan penutup, meningkatkan nilai gizi, dan meningkatkan daya terima masyarakat terhadap hidangan penutup barat yang menggunakan bunga kecombrang sebagai bahan tambahan khas Indonesia.

Bunga kecombrang merupakan salah satu jenis tanaman rempah-rempah yang telah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia dan dapat dimanfaatkan sebagai pemberi citarasa pada masakan, minuman dan obat-obatan terutama berkhasiat sebagai obat luka, penghilang bau badan dan mulut (Hidayat dan Hutapea, 1991). Pada penelitian ini, penulis memilih bunga kecombrang untuk memodifikasi resep hidangan penutup barat, agar terciptanya variasi menu yang baru, bunga kecombrang yang mudah ditemui dan manfaat bunga kecombrang yang sangat baik bagi tubuh.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dijelaskan alasan dipilihnya judul Modifikasi Hidangan Penutup Barat Menggunakan Bunga Kecombrang dengan maksud untuk memperluas pengetahuan menggunakan bunga kecombrang kepada setiap kalangan dan menciptakan resep modifikasi yang bervariasi agar dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai salah satu bahan tambahan dalam membuat hidangan penutup, penambah wawasan dan pengalaman secara langsung bagi penulis untuk masa yang akan datang. Serta, meningkatkan daya konsumsi masyarakat, khasiatnya yang sangat baik bagi tubuh, sehingga dapat meningkatkan nilai jual bunga kecombrang

agar perekonomian Indonesia lebih maju. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan para pembaca dalam pengolahan bunga kecombrang menjadi hidangan penutup.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka hal yang menjadi rumusan masalah pada penelitian yaitu: 1) Apa sajakah modifikasi pada hidangan penutup menggunakan bunga kecombrang? 2) Bagaimanakah cita rasa modifikasi hidangan penutup menggunakan bunga kecombrang? Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui jenis hidangan penutup yang dimodifikasi menggunakan bunga kecombrang. 2) Untuk mengetahui modifikasi hidangan penutup menggunakan bunga kecombrang. 3) Untuk mengetahui cita rasa hidangan penutup yang menggunakan bunga kecombrang.

Multi Karina (2016) mengemukakan bahwa modifikasi resep dibagi menjadi tiga cara yaitu pertama modifikasi dari segi bahan makanan meliputi menambah, mengurangi, dan menggantikan suatu bahan makanan. Kedua, memodifikasi dari segi teknik memasak, baik itu teknik memasak panas basah, panas kering dan lemak. Ketiga yaitu memodifikasi dari segi jumlah porsi. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa modifikasi resep sangat diperlukan, agar terciptanya variasi menu yang baru dan tidak membosankan.

Di era globalisasi ini, banyak sekali makanan baru bermunculan dengan rasa dan bentuk yang bervariasi. Salah satu makanan atau hidangan yang sering kita temui dimanapun baik itu di café dan restoran adalah *dessert* atau hidangan penutup. Banyak hidangan penutup yang sering kita jumpai di media sosial diantaranya adalah *cheesecake*, *ice cream*, *panna cotta* dan lain sebagainya.

Hidangan penutup (*dessert*) adalah hidangan yang disajikan setelah hidangan utama (*main course*) sebagai hidangan penutup atau biasa disebut dengan istilah pencuci mulut (Ekawatiningsih, 2008). Hidangan penutup memiliki fungsi, diantaranya dapat menetralkan atau menyegarkan mulut setelah menyantap hidangan utama.

Bunga kecombrang (*Etilingera Elatior*) merupakan salah satu anggota familia *Zingiberaceae* atau tanaman asli Indonesia yang telah dikenal sejak zama kuno sebagai rempah masakan. Yeats (2015) mengemukakan

bahwa bunga kecombrang tumbuh di daratan rendah daerah tropika basah dan dapat ditemukan pada ketinggian sampai 2700 mdpl. Bunga kecombrang adalah bunga yang berbentuk seperti obor, dengan panjang tangkai 40 sampai 80 cm. Kecombrang dipetik saat bunganya masih kuncup dan berwarna merah muda. Dan dibagian batangnya yang sudah tua, terdapat rias atau batang berwarna putih yang dapat digunakan sebagai campuran pada hidangan ikan atau seafood dan sambal. Tanaman ini mulai menyebar ke seluruh Asia Tenggara, New Guinea, China, Ocenia, Australia dan Amerika.

Kecombrang merupakan tanaman yang paling banyak dikonsumsi sebagai bahan campuran dan pelengkap makanan, Ditinjau dari sisi pangan dan khasiatnya, kecombrang memiliki rasa dan aroma yang khas dan kuat, dimana aroma ini sebagai penetral pada masakan bersantan, bersaus kacang maupun *seafood*. Untuk khasiatnya sendiri, kecombrang dapat digunakan sebagai pengobat luka, penghilang bau badan, menyembuhkan penyakit yang berhubungan dengan kulit, memperbanyak ASI bagi ibu yang sedang menyusui, pembersih darah, penetral kolestrol, dapat mengobati penyakit ginjal dan dapat mencegah kanker karena tingginya kandungan antioksidan pada kecombrang (Farida dan Maruzy, 2016).

Menurut Multi Karina (2016) modifikasi resep dibagi menjadi 3 (tiga) cara yaitu pertama modifikasi dari segi bahan makanan meliputi menambah, mengurangi dan menggantikan suatu bahan makanan. Kedua, memodifikasi dari segi teknik memasak, baik itu teknik memasak panas basah, panas kering dan lemak. Ketiga yaitu memodifikasi dari segi jumlah porsi. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa modifikasi resep sangat diperlukan, agar terciptanya variasi menu yang baru, dan tidak membosankan.

2. METODE

Metode penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk mendapatkan kembali pemecahan terhadap segala permasalahan yang diajukan (Subagyo dalam Syamsul Bahry dan Fakhry Zamzam, 2015). Berdasarkan hal tersebut adapun empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu tujuan, cara ilmiah, data, dan kegunaan.

2.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memakai dua rancangan penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D) dan uji hedonik. Pengembangan produk dengan menggunakan model penelitian 4D yaitu (*define, design, development, dissemination*). Serta uji hedonik untuk mengukur tingkat kesukaan terhadap produk.

Berikut adalah rancangan penelitian yang dilakukan:

1. *Define* (kajian produk acuan)

Dalam penelitian modifikasi, tahap ini dilakukan pemilihan resep sebagai acuan, lalu menganalisis dan meneliti terhadap responden yang mengonsumsi pada penggunaan bunga kecombrang. Selanjutnya mengidentifikasi pada penilaian resep, yaitu seleksi terhadap bahan makanan baik yang diperlukan maupun tidak diperlukan, tahap ini dilakukan oleh penulis dan dosen pembimbing. Kemudian, tahap terakhir adalah perubahan pada resep yang dilakukan oleh penulis.

2. *Design* (perancangan produk)

Dalam tahap *design*, dilakukan perubahan pada resep dengan memilih produk yang tepat, kemudian mencari referensi resep untuk mengembangkan resep yang akan dipilih. Tahap selanjutnya adalah menentukan metode yang akan digunakan dalam mempraktikkan suatu produk. Lalu yang terakhir mempresentasikan resep yang terpilih dalam penyajian yang tepat.

3. *Development* (pembuatan dan pengujian produk)

Dalam tahap *development* terdapat resep acuan untuk memproses variasi produk. Resep yang telah dimodifikasi dilakukan uji coba terlebih dahulu dan dilakukan penilaian terhadap produk. Hasil penelitian dari panelis digunakan untuk menjadi acuan penulis dalam memperbaiki, merevisi dan menghasilkan produk. Lalu, tahap selanjutnya melakukan uji coba kembali dan akan dinilai oleh panelis setidaknya 15 panelis di lingkungan Politeknik Internasional Bali.

4. *Dissemination*

Dalam tahap *dissemination* adalah metode akhir dari penelitian 4D. Tahap ini adalah tahap publikasi, pameran atau penyebarluasan hasil produk melalui ruang

lingkup kampus Politeknik Internasional Bali dan diluar kampus. Dari hasil tingkat kesukaan dan kepuasan masyarakat terhadap sepuluh resep dibuat.

Rancangan penelitian yang kedua yaitu uji hedonik. Metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kesukaan terhadap suatu produk.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan riset dan percobaan, diperoleh sepuluh resep modifikasi hidangan penutup menggunakan bunga kecombrang. Sepuluh resep yang tercipta yaitu:

1) Kecombrang *Eclair*



Gambar.1
Kecombrang Éclair
Sumber : Dokumentasi,
2022

Éclair adalah salah satu varian choux pastry yang dibentuk memanjang serta isian aneka vla dan dicelup kedalam topping yang berisi cokelat. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada isian éclair serta toppingnya. Isian éclair terbuat dari *diplomat cream* dengan campuran bunga kecombrang yang telah dijadikan *compote* terlebih dahulu. Untuk topping, terbuat dari *white chocolate* yang dilelehkan lalu dicampur dengan *compote* bunga kecombrang.

2) Kecombrang *Cannoli*



Gambar.2
Kecombrang *Cannoli*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Cannoli adalah makanan manis khas Italia Selatan di Kota Sisilia, diberi dengan isian cream manis yang terbuat dari keju *mascarpone*. Keju ini dicampur dengan berbagai macam rasa, seperti *vanilla*, cokelat, *wine*, *air mawar*, atau bahan perisa lainnya. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada isian *Cannoli* diberi campuran dari keju *mascarpone* dengan *compote* bunga kecombrang. Sehingga terciptanya perpaduan rasa yang baru pada *Kecombrang Cannoli*.

3) Kecombrang *Roll Cake*



Gambar.3
Kecombrang *Roll Cake*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Roll Cake atau bolu gulung adalah variasi olahan kue *sponge* yang telah ada sejak abad ke-19 yang berasal dari Austria. Untuk isianya bervariasi, dan setiap negara berbeda-beda. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada isian *roll cake* diberi dengan selai bunga kecombrang yang terbuat dari buah *raspberry* dan bunga kecombrang.

4) Kecombrang *Cranachan*



Gambar.4
Kecombrang *Cranachan*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Cranachan adalah hidangan penutup khas Skotlandia yang awalnya digunakan saat perayaan panen buah raspberi saat musim panas. Isianya terdiri dari *whipped cream*, *whisky*, madu dan oat. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada layer *cranachan* diberi campuran selai kecombrang dengan buah raspberi, serta terdapat potongan bunga kecombrang di setiap layer tersebut.

5) Kecombrang *Panna Cotta*



Gambar.5
Kecombrang *Panna Cotta*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Panna cotta adalah hidangan penutup khas Italia yang merupakan pudding berbahan dasar cream yang dimasak dengan gelatin dan diberi berbagai macam rasa. Modifikasi yang dilakukan yaitu penambahan pada topping *panna cotta* dengan penambahan *compote* bunga kecombrang dengan buah raspberi.

6) Kecombrang *Loukoumades*



Gambar.6
Kecombrang *Loukoumades*
Sumber : Dokumentasi,
2022

dengan menambahkan campuran *compote* bunga kecombrang dengan *white chocolate*.

7) Kecombrang *Crema Catalana*



Gambar.7
Kecombrang *Crema*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Lalu diberi lapisan gula di atasnya. Modifikasi yang dilakukan yaitu terdapat dua layer, layer pertama sebagai layer original, layer kedua yaitu terdapat campuran dari *compote* bunga kecombrang dengan adonan *crema catalana*. Sehingga terciptanya dua warna yang berbeda.

8) Kecombrang *Chocolate Tartlet*



Gambar.2
Kecombrang *C.Tartlet*
Sumber : Dokumentasi,
2022

Pada hidangan ini, *tartlet* akan disajikan dengan *chocolate ganache* bunga kecombrang. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada isian

Loukoumades adalah makanan penutup manis terdiri dari bola adonan yang digoreng lalu dicelupkan ke dalam sirup madu dan berasal dari Yunani, kawasan Teluk Persia, Turki hingga Mesir. Modifikasi yang dilakukan yaitu pada *additional topping*

tartlet berisi *chocolate ganache* dengan rasa dari hasil *infused* bunga kecombrang. Lalu, isian kedua berisi *chocolate whip cream* dengan rasa bunga kecombrang.

9) Kecombrang *Chocolate Mousse*

Mousse dalam bahasa perancis yaitu foam atau busa. Memiliki tekstur yang ringan, dan cara pembuatannya yang membutuhkan gelembung udara untuk menciptakan tekstur cerah dan berlubang. Modifikasi yang dilakukan yaitu memberi campuran dari *chocolate* dan *infused* dari bunga kecombrang. Untuk aroma terdapat perpaduan cokelat dengan harumnya bunga kecombrang.



Gambar.9
Kecombrang *C. Mousse*
Sumber : Dokumentasi,
2022

10) Kecombrang *Burnt Basque Cheesecake*

Burnt basque cheesecake berasal dari kota Basque, sebuah suku di Spanyol Utara. Bahan utama untuk membuat cheesecake ini antara lain *cream cheese*, gula, telur, cream dan tepung terigu. Dan dimasak lebih lama hingga permukaannya gosong dan kecoklatan. Modifikasi yang dilakukan yaitu memberi dua layer pada *burnt basque cheesecake*. Layer pertama yaitu adonan *cheesecake* yang diberi tambahan *infused* bunga kecombrang dengan buah *raspberry*. Lalu, layer kedua, berisi adonan asli dari *burnt basque cheesecake*.



Gambar.10
Kecombrang *Brunt*
Sumber : Dokumentasi,
2022

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dihasilkan yaitu terciptanya sepuluh resep modifikasi hidangan penutup barat menggunakan bunga kecombrang yang telah melewati tahap uji hedonik oleh Panelis. Berikut adalah sepuluh resep yang diciptakan dan telah melewati tahap uji hedonik oleh panelis:

Tabel 1.1 Uji Hedoni

No	Nama Hidangan	Karakteristik Penilaian					Nilai Rata-rata
		Warna	Rasa	Aroma	Tekstur	Keseluruhan	
1	Kecombrang Éclair	4,65	4,60	4,70	4,75	4,80	4,70
2	Kecombrang Cannoli	4,60	4,55	4,40	4,65	4,60	4,56
3	Kecombrang Roll Cake	4,60	4,30	4,30	4,55	4,55	4,46
4	Kecombrang Cranachan	4,65	4,55	4,50	4,55	4,70	4,59
5	Kecombrang Panna Cotta	4,60	4,85	4,60	4,60	4,85	4,70
6	Kecombrang Loukoumades	4,75	4,85	4,65	4,70	4,80	4,75
7	Kecombrang Crema Catalana	4,25	4,60	4,65	4,70	4,80	4,60
8	Kecombrang Chocolate Tartlet	4,65	4,65	4,60	4,40	4,80	4,62
9	Kecombrang Chocolate Mousse	4,55	4,35	4,60	4,55	4,65	4,54
10	Kecombrang Burnt Basque Cheesecake	4,80	4,75	4,75	4,70	4,75	4,75

Berdasarkan hasil penilaian uji hedonik yang dilakukan oleh Panelis, diperoleh nilai terendah dan tertinggi berdasarkan karakteristik penilaian tiap hidangannya. Berikut untuk penjelasannya:

1. Hidangan Kecombrang Crema Catalana memperoleh nilai terendah dinilai dari segi warna yaitu 4.25 dari 5.00.
2. Hidangan Kecombrang Roll Cake memperoleh nilai terendah dari segi rasa yaitu 4.30 dari 5.00.
3. Hidangan Kecombrang Roll Cake memperoleh nilai terendah dari segi aroma yaitu 4.30 dari 5.00.
4. Hidangan Kecombrang Chocolate Tartlet memperoleh nilai terendah dari segi tekstur yaitu 4.40 dari 5.00.
5. Hidangan Kecombrang Roll Cake memperoleh nilai terendah dari keseluruhannya yaitu 4.55 dari 5.00.
6. Hidangan Kecombrang Roll Cake memperoleh nilai rata-rata hidangan terendah dengan hasil 4.46 dari 5.00.
7. Hidangan Kecombrang Burnt Basque Cheesecake memperoleh nilai tertinggi

8. Hidangan Kecombrang Panna Cotta dan Loukoumades memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi rasa yaitu 4.85 dari 5.00.
9. Hidangan Kecombrang Burnt Basque Cheesecake memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi aroma yaitu 4.75 dari 5.00.
10. Hidangan Kecombrang Éclair memperoleh nilai tertinggi dinilai dari segi tekstur yaitu 4.75 dari 5.00.
11. Hidangan Kecombrang Panna Cotta memperoleh nilai tertinggi dari keseluruhannya yaitu 4.85 dari 5.00.
12. Hidangan Kecombrang Burnt Basque Cheesecake dan Kecombrang Loukoumades memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.75 dari 5.00. Serta, Hidangan Kecombrang Éclair dan Kecombrang Panna Cotta memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.70 dari 5.00.

REFERENSI

- Bahri, Syamsul., dan Zamzam, Fakhri. 2015. Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS. Yogyakarta: Deepublish.
- Ekawatiningsih, Prihastuti. 2008. Restoran Jilid 1. Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Farida, S., & Maruzy, A. 2016. Kecombrang (*etlingera elatior*): Sebuah Tinjauan Penggunaan Secara Tradisional, Fitokimia Dan Aktivitas Farmakologinya. Indonesian Journal of Plant Medicine, 9(1), 19-28.
- Hidayat, S.S dan Hutapea Jr. 1991. Inventaris Tanaman Obat Indonesia. Edisi I: 440-441. Bahan Penelitian dan Pengembangan Departemen Kesehatan Republik Indonesia. Hal : 440-441.
- Karina, Multi S. 2016. Merancang Menu dan Mengembangkan Resep. Materi ASDI. Poltekkes Kemenkes Jakarta II.
- Sivasailam Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel (1974). Model Pengembangan dan Pembelajaran. <https://ayahalby.files.wordpress.com/2012/10/konseppengembangan-danpembelajaran-modul.pdf>. [Diakses pada 28 April 2016].
- Yeats H. 2015. The History and Cultivation of *Etlingera*. The Torch Gingers at The Royal Botanic Garden Edinburgh. The Jurnal of Botanical Garden Horticulture. (11):71-85.

OPTIMALISASI PROMOSI DINAS PARIWISATA BADUNG TERHADAP DAYA TARIK WISATA BADUNG DI ERA PANDEMI COVID-19

OPTIMIZATION OF THE PROMOTION OF THE BADUNG TOURISM DEPARTMENT TOWARDS BADUNG TOURISM ATTRACTION IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC

I Wayan Agus Selamat¹, Ni Luh Gede Novi Wulandari²
Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Nasional Denpasar^{1,2}
aguswayan91@gmail.com¹

Received: 09/05/2022

Revised: 30/05/2022

Accepted: 10/06/2022

Abstrak

Penelitian ini mengambil judul tentang Peran Dinas Pariwisata Badung Dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata Badung Di Era Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting peran yang dilakukan oleh tim Dinas Pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata di Kabupaten Badung selama pandemi Covid-19 yang masih menimpa pariwisata Bali. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini mengambil studi kasus pada peran Dinas Pariwisata Badung yakni di bidang pemasaran atau promosi pariwisata yang ada di Badung. Sumber data yang diperoleh yaitu melalui sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Dinas Pariwisata Badung telah melakukan berbagai cara untuk mempromosikan daya tarik wisata di Badung guna menarik kunjungan wisatawan ke Badung Bali salah satunya melakukan promosi pariwisata di dalam maupun luar negeri melalui sosial media dan meningkatkan SDM dengan melakukan pelatihan-pelatihan di bidang pariwisata.

Kata Kunci: Optimalisasi, Mempromosikan, Covid-19

Abstract

This study takes the title of the Role of the Badung Tourism Office in Promoting Badung Tourism Attractiveness in the Covid-19 Era. The purpose of this study was to find out how important the role played by the Tourism Office team in promoting tourist attractions in Badung Regency during the Covid-19 pandemic that still afflicts Bali tourism. The type of research conducted is qualitative. This research takes a case study on the role of the Badung Tourism Office, namely in the field of marketing or tourism promotion in Badung. The sources of the data obtained through primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques carried out by researchers using observation, interviews, documentation, and literature studies. The Badung Tourism Office has carried out various ways to promote tourist attractions in Badung in order to attract tourist visits to Badung Bali, one of which is promoting tourism at home and abroad through social media and increasing human resources by conducting trainings in the tourism sector

Keywords: Optimization, Promoting, Covid-19

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali merupakan sebuah pulau yang berada di kawasan perairan Indonesia yang menjadi salah satu destinasi wisata yang dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Hal itu disebabkan karena Pulau Bali memiliki berbagai bentuk daya tarik wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan antara lain adalah keindahan alam, wisata, budaya, serta aneka ragam seni ukir kerajinan.

Disamping itu upaya peningkatan kualitas baik pelayanan maupun fasilitas terus ditingkatkan, sehingga mampu membuat wisatawan menjadi nyaman dan aman dalam melakukan liburannya ke Bali. Salah satu Kabupaten yang ada di Bali yang memiliki fasilitas dan daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi adalah Kabupaten Badung.

Bila dikaji lebih dalam Kabupaten Badung menjadi pusatnya kegiatan kepariwisataan yang ada di Pulau Bali. Hal itu disebabkan karena Kabupaten Badung memiliki keindahan pantai yang berpasir putih yang disertai dengan berbagai bentuk akomodasi dari bintang satu sampai bintang lima. Hal itu membuat Kabupaten Badung menjadi kabupaten yang menyumbang devisa terbesar dalam bentuk industri pariwisata di Pulau Bali.

Dalam menjaga kestabilan perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung tentunya adanya peran dari berbagai *stakeholder* yang diantaranya adalah peran dari pemerintah daerah yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Badung. Dalam struktur pemerintahan Kabupaten Badung pada Dinas Pariwisata mempunyai tugas untuk menyusun perencanaan, kebijakan operasional, mengendalikan dan mengadakan kegiatan meliputi ketatausahaan, sarana pariwisata, daya tarik wisata, promosi dan pemasaran wisata.

Di era Covid-19 yang melanda Indonesia termasuk Bali pada pertengahan bulan maret 2020 hingga masih pada saat ini membuat perkembangan industri pariwisata di Bali mengalami penurunan. Hal tersebut bisa dilihat dari data kunjungan wisatawan yang dimana tahun 2019 terjadi pertumbuhan 3,37 tetapi di tahun 2020 mengalami penurunan drastis mencapai 82,96. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini tentunya sangat berdampak pada pariwisata Kabupaten Badung

yang dimana menjadi central dari kegiatan pariwisata di Bali. Hal ini di jelaskan oleh Pemda Badung yang menyebutkan bahwa pendapatan daerah Badung terbesar ialah dari industri pariwisata.

Dalam meningkatkan perkembangan pariwisata di Kabupaten Badung tentunya diperlukan berbagai upaya, salah satunya adalah mengoptimalkan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam memperkenalkan atau memberikan informasi-informasi terkini terkait daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Badung pada masa pandemi Covid-19 dengan melakukan berbagai bentuk promosi baik di media online maupun *offline*.

Suryadi (2011) menjelaskan bahwa promosi merupakan berbagai kegiatan untuk menginformasikan dan membentuk keyakinan seseorang terhadap sebuah produk dan membentuk kesan dari kualitas produk dan bentuk loyalitas dari konsumen. Dalam pariwisata, kegiatan promosi dapat dilihat dari penyebaran informasi yang tujuannya membujuk seseorang agar seseorang tersebut tertarik untuk ingin tahu tentang informasi tersebut dan datang untuk berkunjung ke daya tarik wisata. Kegiatan tersebut sangat penting untuk dilakukan. Tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan dalam memilih daya tarik wisata yang akan dikunjungi sebagai tempat liburan. Semakin menarik promosi yang disampaikan tentunya semakin banyak pula ketertarikan wisatawan untuk mendatangi tempat tersebut (Apriyani, 2018).

Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata belum mengalami kemajuan yang signifikan sehingga perlu adanya kegiatan promosi yang mampu mendorong wisatawan untuk datang dan berlibur ke daya tarik wisata kabupaten Badung. Penting untuk digali lebih dalam terkait dengan optimalisasi promosi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Badung terhadap daya tarik wisata Badung

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didasari oleh metode dan strategi buku Desain Penelitian karya Creswell, (2018). Pendekatan kualitatif dipilih dengan alasan objek yang diteliti merupakan suatu fenomena kompleks, sebagaimana sulit

untuk dipahami hanya dengan mencermatinya melalui satu perspektif. Sifatnya yang asumptif, deskriptif, induktif, natural, serta lebih mementingkan proses daripada hasil dapat memberikan peluang bagi peneliti untuk memahami fenomena tersebut dengan komprehensif.

Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan beberapa tahapan yang pertama observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu yang menurut peneliti mampu memberikan penjelasan tentang fenomena-fenomena yang dibahas (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini responden yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pertama kepala bidang promosi pada dinas pariwisata Badung, bidang pengembangan destinasi wisata pada dinas Kabupaten Badung, masyarakat yang bekerja di daya tarik wisata di Kabupaten Badung. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa dalam melakukan penelitian data kualitatif harus dilakukan secara interaktif dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya menjadi jenuh. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Langkah pertama dalam penelitian kualitatif untuk melakukan mengumpulkan sebuah data menggunakan beberapa alat yang diantaranya wawancara, observasi, studi pustaka dan studi dokumen dengan informan. Peneliti kemudian mencatat data yang diperoleh dari segala hal yang ditemukan saat berada di lokasi penelitian tentang potensi daya tarik wisata di Kabupaten Badung dan optimalisasi dinas pariwisata Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata Badung di era pandemi Covid-19.

2. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian ini melakukan rangkuman terhadap data yang di peroleh di lapangan. Data dianalisa secara terperinci dan dengan sangat teliti untuk mendapatkan sesuatu yang sangat penting, ditelusuri konsep dan pola yang ada. Hal itu dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih terang terhadap penelitian yang dilakukan

di Kabupaten Badung. Hal tersebut membuat peneliti lebih mudah dalam melakukan pengumpulan data lainnya. Data tersebut dikumpulkan, kemudian dipilih data yang dianggap paling relevan terkait optimalisasi dinas pariwisata Kabupaten Badung dalam mempromosikan daya tarik wisata Badung di era pandemic Covid-19.

3. Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan menggunakan uraian teks yang menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan dengan terperinci dan jelas serta dilengkapi dengan bukti gambar dan refrensi temuan-temuan yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah menjawab rumusan masalah yang di rumuskan dalam penelitian ini. Dalam menjawab rumusan masalah tersebut tentunya dibutuhkan rangkain kegiatan analisis yang diantaranya reduksi data, penyajian data sehingga data yang diolah tersebut mampu melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Potensi Daya Tarik Wisata Kabupaten Badung

1. Daya Tarik Wisata Alam

Kabupaten Badung tentunya memiliki potensi wisata alam yang membuat wisatawan datang dan berkunjung serta menghabiskan liburannya. Seperti yang diketahui bahwa wisata alam merupakan suatu perjalanan yang kegiatan wisatanya yang memanfaatkan keindahan sumber daya alam (Marpaung, 2002). Dapat dikaji bahwa daya tarik wisata alam di Kabupaten Badung dapat dibedakan menjadi dua yang pertama, daya tarik wisata alam yang perairan laut yang dimana wisatawan bisa melakukan berbagai aktivitas seperti berenang, *snorkeling*, *diving*, berjemur di pinggiran pantai yang berpasir putih. Kedua, daya tarik wisata alam di wilayah daratan. Daya tarik wisata ini memiliki keindahan dalam struktur alam yang bisa dinikmati oleh wisatawan mancanegara seperti wisata agro, wisata pegunungan, desa wisata, taman dan hutan konservasi. Kegiatan wisata perairan sungai dan danau yang bisa dinikmati di Kabupaten Badung.

2. Daya Tarik Wisata Budaya

Kabupaten Badung juga memiliki berbagai daya tarik wisata budaya yang bisa dinikmati oleh wisatawan. Daya tarik wisata budaya di Kabupaten Badung dalam penelitian ini di kelompokkan dalam dua kategori yang di antaranya: Pertama potensi wisata budaya yang memiliki sifat berwujud atau *tangibel*. Daya tarik wisata budaya ini dapat dilihat dan di sentuh oleh wisatawan meliputi berbagai bentuk benda-benda cagar budaya yang diantaranya benda peninggalan sejarah seperti patung, keris, lukisan, arca-arca, alat-alat kesenian seperti gamelan, kostum penari, perkampungan tradisional disebuah desa yang memiliki tradisi dan kebudayaan masyarakat yang khas dan unik. Keberadaan museum untuk mengenang kearifan lokal dan karya seseorang. Kedua daya tarik wisata budaya yang memiliki sifat *intangibel* atau sifat tidak berwujud. Daya tarik wisata budaya ini tidak bisa di sentuh oleh wisatawan antara lain peraturan atau tradisi adat masyarakat, kepercayaan masyarakat lokal seperti mitos, sejarah, tari-tarian, keramah-tamahan masyarakat lokal.

3. Daya Tarik Wisata Buatan Manusia.

Daya tarik wisata buatan manusia di kabupaten Badung merupakan daya tarik wisata yang dihasilkan melalui kreativitas manusia yang mampu menciptakan tempat-tempat untuk dikunjungi oleh wisatawan. Dalam penelitian ini menjabarkan daya tarik wisata buatan yang ada di Kabupaten Badung antara lain: pertama, tempat wisata rekreasi taman, yaitu tempat wisata yang memiliki aktivitas rekreasi atau hiburan dalam wisatawan menghabiskan waktu luangnya dengan bersantai di tempat taman-taman yang memiliki tema atau taman bertema. Taman tersebut diantaranya Taman Mumbul, Taman Ayun dan Taman Kota Badung. Ketiga, Tempat rekreasi untuk kegiatan olahraga, seperti kawasan rekreasi dan olahraga Pecatu Graha, Pandawa Golf, dan area sirkuit olahraga .

3.2 Optimalisasi Promosi Dinas Pariwisata Badung Terhadap Daya Tarik Wisata Badung Di Era Pandemi Covid-19.

3.2.1 Mengundang Anak Milenial

Dalam melaksanakan peran untuk membangkitkan kembali pariwisata di Kabupaten Badung, Dinas Pariwisata melibatkan beberapa anak milenial yang sudah

dikenal oleh banyak masyarakat sebagai selebgram, *youtuber*, *tiktokers* dari dalam maupun luar Bali untuk mempromosikan melalui akun sosial media pribadinya yang dimana dapat menjadi salah satu cara memperkenalkan bahwa pariwisata di daerah Badung selama pandemi Covid-19 itu aman dikarenakan pihak pengelola daya tarik setempat selalu mengikuti protokol kesehatan yang berlaku di Indonesia. Dengan cara tersebut, dapat menjadikan pariwisata di wilayah Badung dikenal aman untuk dikunjungi selama pandemi Covid-19 oleh wisatawan dalam maupun luar Bali.

3.2.2 Promosi Melalui Media Online

Dinas Pariwisata di Kabupaten Badung mulai gencar melakukan promosi melalui media online yakni:

1. Sistem Informasi Pariwisata (SITA).

Di Kabupaten Badung memiliki sistem informasi terkait pariwisata yang ada di Kabupaten Badung dimana baik dari masyarakat Bali, masyarakat Indonesia, maupun para wisatawan dari luar negeri yang ingin mengetahui apa saja informasi-informasi terkini terkait pariwisata maupun berita kegiatan di Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19. Adapun situs website resmi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Badung dalam menunjukkan kegiatan maupun memberikan informasi-informasi terkini terkait obyek daya tarik wisata Badung yang telah dilakukan selama pandemi Covid-19 yaitu <https://dispar.badungkab.go.id> . Di website resmi Dinas Pariwisata Badung, wisatawan domestik maupun mancanegara dapat mengetahui *events* yang sudah dilaksanakan. Dalam SITA juga ada berita terkait kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan selama pandemi Covid-19. Serta informasi untuk wisatawan untuk mengetahui berbagai jenis daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Badung. Tidak hanya daya tariki wisata tetapi juga akomodasi, tempat oleh-oleh dan industri lainnya yang menunjang wisatawan selama liburan di Bali.

2. Sosial Media

Dinas Pariwisata Badung melakukan promosi daya tarik wisata melalui *instagram*, *youtube*, *tiktok* dan juga media sosial lainnya.

Untuk Instagram yang dimiliki oleh pihak Dinas Pariwisata terdapat jumlah pengikut terkini sebanyak 928 pengikut. Untuk pengikut di *youtube* milik Dinas Pariwisata mencapai 106 *subscribers*. Sedangkan untuk media *social* berupa *tiktok* Dinas Pariwisata memiliki 28 pengikut. Dengan wisatawan maupun masyarakat Bali yang menandai atau istilah lainnya *hashtag* sosial media milik Dinas Pariwisata Badung dapat membantu mempromosikan daya tarik wisata Badung sehingga pada saat wisatawan domestik maupun mancanegara ketika sudah diperbolehkan melakukan perjalanan wisata, daya tarik wisata tersebut sudah menjadi tujuan bagi para pengunjung saat melakukan liburan ke Bali. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Badung guna menginformasikan kepada wisatawan yang akan berkunjung ke Bali khususnya Badung yakni memberikan informasi terkini terkait daya tarik wisata Badung dengan rajin membuat konten, kemudian menggunakan *influencer*. Banyaknya pengikut di *social media* pada *influencer* ini bisa berdampak kepada kenaikan pengunjung ditempat daya tarik wisata yang direkomendasikan oleh *influencer*.

3.2.3 Mengundang Media Massa

Dengan mengundang media massa untuk meliput setiap kegiatan yang dilakukan, merupakan salah satu wujud promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata Badung. Banyak kegiatan yang sudah dilakukan selama pandemi Covid-19 guna mempromosikan kembali pariwisata salah satunya daya tarik wisata di Badung dengan mengadakan kegiatan *Fam Trip Explore* Badung pada akhir tahun di 2020. Kegiatan ini dibagi menjadi dua gelombang yang diantaranya Gelombang I yang dilaksanakan di tanggal 6 sampai 8 Desember 2020. Gelombang II diadakan pada tanggal 11 hingga 13 Desember 2020. Pada Gelombang I diikuti oleh 120 orang yang semua dari generasi milenial. Kegiatan yang dilakukan adalah menikmati perjalanan wisata selama tiga hari dua malam mengunjungi daya tarik wisata Badung Utara. Gelombang II dilaksanakan selama tiga hari dua malam yang diikuti oleh 120 orang. Kegiatan ini mengeksplor daya tarik wisata yang ada di wilayah Badung Selatan seperti: Kuta, Jimbaran, Nusa Dua dan lain-lain. Plt. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten

Badung pada saat menutup kegiatan *Explore Badung, Bali 2020* di Bali Tropic Resort & Spa menyatakan bahwa tujuan dari diadakan program ini adalah demi memperkenalkan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Badung melalui penyebaran informasi ke media *social*, media massa, dan media elektronika lainnya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi tentang keindahan daya tarik wisata tetapi juga pelaksanaan *protocol* kesehatan yang berbasis CHSE (*Clean, Health, Safety, Environment*) sudah di terapkan.

3.2.4 Mengundang Mahasiswa dan Masyarakat Lokal.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dalam melakukan setiap kegiatan mempromosikan pariwisata khususnya daya tarik wisata, tidak luput dengan mengundang para mahasiswa dan juga masyarakat lokal. Seperti yang telah di informasikan oleh kepala bidang pemasaran pariwisata yakni Bapak D.Ngurah Bhayudewa S.Sos.M.Si dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata khususnya bidang promosi pariwisata Badung mengajak para mahasiswa dan masyarakat lokal dalam memperkenalkan potensi yang menjadi minat wisatawan untuk berkunjung di masa pandemi Covid-19 ke destinasi wisata yang ada di Badung melalui media online yang mereka miliki. Dengan cara itu tidak sedikit banyaknya mereka sudah membantu dalam mempromosikan obyek daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Badung bahwa selama pandemi Covid-19 ini masih bisa wisatawan dalam berlibur ke Bali mengunjungi kawasan obyek daya tarik wisata dengan catatan untuk mengikuti aturan pemerintah dalam mentaati protokol kesehatan seperti mencuci tangan, mengecek suhu badan, dan menggunakan masker mulut guna menghindari meluasnya sebaran virus Covid-19.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil maka dapat diperoleh kesimpulan mengenai peran dinas pariwisata dalam mempromosikan daya tarik wisata di era pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut: Potensi kepariwisataan yakni segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Potensi

pendukung dalam daya tarik wisata yang ada di Badung yaitu dimana daya tarik wisata itu sendiri memiliki keunikan tersendiri, daya tarik wisata yang menarik untuk dikunjungi, fasilitas yang memenuhi keperluan wisatawan. Dinas Pariwisata dalam mengoptimalkan promosi daya tarik wisata di Badung yaitu sebagai media informasi yang memberikan segala informasi terkini terkait keindahan destinasi, kegiatan maupun acara yang sudah dilakukan tentunya mengikuti protokol kesehatan berbasis CHSE di era Covid-19 melalui sosial media yang dapat diakses langsung oleh wisatawan maupun masyarakat dalam atau luar negeri sehingga menjadi ketertarikan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Kabupaten Badung

REFERENSI

- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Erlangga. Jakarta.
- Aan Komariah. Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Ahmad Rijali, UIN. 2018. Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadharah* Vol. 17, No.33. Antasari Banjarmasin.
- Arifin, Zaenal Nur. 2020. Adakan Fam Trip, Dispar Badung Promosikan Pariwisata Aman dan Nyaman Saat Pandemi. <https://bali.tribunnews.com>. 12 Desember 2021 (09:00)
- Cooper, John Fketcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. 1955. *Tourism, Principles and Practice*. London:Logman.
- Cummis, Julian. 1991. *Promosi Penjualan*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung. Alfabeta.
- Muhadjir Noeg. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. Yogyakarta
- Muksin, I Ketut. 2016. *Daya Tarik Wisata*. Universitas Udayana. Bali
- Pendit, Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Pradnya Paramita. Jakarta
- Soedarsono, R, M. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Tejakusuma, Anton. 2010. *Mega Super Salesman*. New Diglossia. Jakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi. Yogyakarta.
- Rini, Apriyani. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri Di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 *Kepariwisata*.



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 77-86

MODEL 'PLANNED BEHAVIOR' WISATAWAN MILENIAL DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI DI INDONESIA

THE 'PLANNED BEHAVIOR' MODEL OF MILLENNIAL TOURISTS IN VISITING DESTINATIONS IN INDONESIA

Jessyca Yulianty

Magister Terapan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali
jessycayulianty@gmail.com

Received: 22/04/2022

Revised: 04/05/2022

Accepted: 14/05/2022

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap, norma-norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, minat dan perilaku wisatawan milenial nusantara dalam mengunjungi destinasi di Indonesia, karena jumlah generasi milenial saat ini menduduki jumlah populasi tertinggi di Indonesia dengan usia yang dianggap produktif sehingga dengan memahami perilaku dari wisatawan milenial nusantara dapat membantu seluruh stakeholder dalam mempersiapkan produk/jasa pariwisata guna menarik wisatawan milenial nusantara. Penelitian ini dilakukan kepada 200 responden generasi milenial nusantara di seluruh Indonesia, dan di analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah wisatawan milenial dalam melakukan perjalanan lebih fokus akan pendapat dirinya sendiri jika dibandingkan dengan pendapat orang terdekat dan lingkungannya. Wisatawan milenial akan memikirkan segala kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk berwisata. Minat atau kontrol kemauan dari wisatawan milenial nusantara untuk melakukan perjalanan wisata mempengaruhi perilaku dirinya.

Kata Kunci: TPB, Perilaku, Wisatawan, Milenial

Abstract

The purpose of the study is to know the attitude, subjective norms, perceived behavioral control, interest, and behavior of the Indonesian millennials in visiting destinations in Indonesia, because of the number of Millennial generations currently occupying the highest population number in Indonesia with the age considered productive so that by understanding the behavior of the travelers of the Millennium Nusantara buffer help all stakeholders in preparing products/services of tourism to attract the tourist's millennial archipelago. This research was conducted to 200 respondents of millennials throughout Indonesia and analyzed using Structural Equation Model (SEM). The result of this research was the millennial traveler traveling more focused on his own opinion when compared with the opinions of people nearby and his environment. Millennials will think about all the possibilities that happen to the interest to travel. The interest or control of the will of the Indonesian millennials to travel affects the behavior of themselves.

Keywords: TPB, Behavior, Tourists, Millennials

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2019 penduduk Indonesia mencapai 268 juta, yang dapat dilihat berdasarkan kategori umur dan generasi penduduk Indonesia pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Kelompok Umur Penduduk Indonesia Tahun 2020

Kelompok Umur	Generasi	Jumlah (juta orang)	Jumlah per Generasi (juta orang)
0-4	Generasi Alpha	23.604,9	47.578,9
5-9		23.974,0	
10-14	Generasi Z	23.057,1	45.351,3
15-19		22.294,2	
20-24	Generasi Milenial	21.917,6	83.993,6
25-29		21.228,0	
30-34		20.582,2	
35-39		20.265,8	
40-44	Generasi X	19.366,7	65.248,9
45-49		17.694,3	
50-54		15.438,1	
55-59		12.749,8	
60-64	Generasi Baby Boomer	9.818,2	20.934,9
65-69		6.731,8	
70-74		4.384,9	
75+	Veteran	4.967,0	4.967,0
Jumlah		268.074,6	268.074,6

Sumber : Badan Pusat Statistik, (2020)

Generasi milenial menduduki urutan pertama untuk jumlah penduduk di Indonesia. BPS memprediksikan generasi milenial akan menjadi generasi dengan jumlah populasi yang memiliki jumlah terbesar dalam struktur demografi. Jumlah populasi penduduk Indonesia diprediksikan juga akan terus meningkat dalam beberapa tahun mendatang, dari 268 juta pada tahun 2019 menjadi 284 juta pada tahun 2025 dan mencapai 305 juta pada tahun 2035 dan didominasi oleh generasi milenial.

Generasi milenial saat ini mulai memasuki usia produktif. Yang diprediksi akan mendominasi dunia kerja mendatang, karena pada saat ini 30% pekerja di Indonesia berasal dari generasi milenial, pada tahun 2020 diperkirakan akan menjadi 50% dan pada tahun 2030 akan menjadi 75% sehingga generasi milenial ini dianggap sebagai generasi terbaru di pasar wisata. Pertumbuhan generasi milenial mempengaruhi perubahan terhadap dunia pekerjaan, mempengaruhi dunia usaha juga berdampak di dalam dunia perjalanan (UNWTO,2016). Generasi milenial terus memiliki pengaruh yang signifikan pada perkembangan penawaran dan jenis layanan dalam industri pariwisata, bisa dilihat dari berbagai tren perjalanan wisata yang bermunculan beberapa tahun belakangan ini, salah satunya munculnya tren wisatawan *backpacker*, *open trip*, penginapan *share room* yang didominasi oleh generasi milenial. Bagi mereka, pengalaman lebih penting dari produk nyata, hal ini dikarenakan generasi milenial memiliki perilaku pembelian yang berbeda dari generasi lainnya. Menurut Sofronof (2018:112) Jika generasi sebelumnya lebih memilih untuk menghabiskan uang mereka pada benda nyata, milenial cenderung menghabiskan uang mereka untuk mendapatkan pengalaman seperti liburan dan perjalanan. di dalam perjalanan wisatanya milenial tidak terlalu tertarik untuk tinggal di kamar hotel mereka dan lebih memilih untuk pergi ke ruang-ruang publik untuk bertemu orang baru atau bertemu dengan teman. Generasi ini dengan cepat menjadi salah satu generasi yang paling kuat dalam industri perjalanan.

Menurut Cavagnaro, dkk (2018:37) wisatawan milenial adalah kunci untuk masa depan pariwisata, yang pertama karena jumlah wisatawan milenial yang berwisata saat ini, yang kedua fakta bahwa pilihan dari mereka dapat mengarah pada sikap yang baru terhadap pariwisata terhadap masyarakat luas, dan yang terakhirantisipasi bahwa wisatawan muda akan terus melakukan perjalanan di masa mendatang. Poin ini penting karena generasi milenial membentuk perspektif dan populasi mereka akan bergerak naik di piramida demografis dan di masa mendatang akan mengambil tempat yang sekarang diduduki oleh generasi sebelumnya. Perubahan dan perkembangan

dalam perilaku pariwisata dapat diramalkan dengan menjelaskan perilaku perjalanan dari generasi milenial.

Sebagai wisatawan generasi milenial, pasar di Indonesia dinilai memiliki prospek yang bagus karena berdasarkan jumlah populasinya yang selalu bertambah dengan usia saat ini yang memasuki usia produktif. Menurut Ardika dalam Damanik dkk (2005:340) kegiatan pariwisata akan memberikan dampak positif dalam membuka peluang transaksi ekonomi yang akan dirasakan hingga segmen terbawah yaitu pengusaha mikro. Pernyataan tersebut dipertegas oleh beberapa ahli yang menyebutkan, budaya berwisata penduduk Indonesia ini merupakan potensi dalam pengembangan pariwisata di masa mendatang. Sehingga industri pariwisata tidak harus selalu bergantung kepada devisa wisatawan asing jika kebutuhan berwisata dari wisatawan nusantara dapat terakomodir dengan baik yang mempengaruhi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

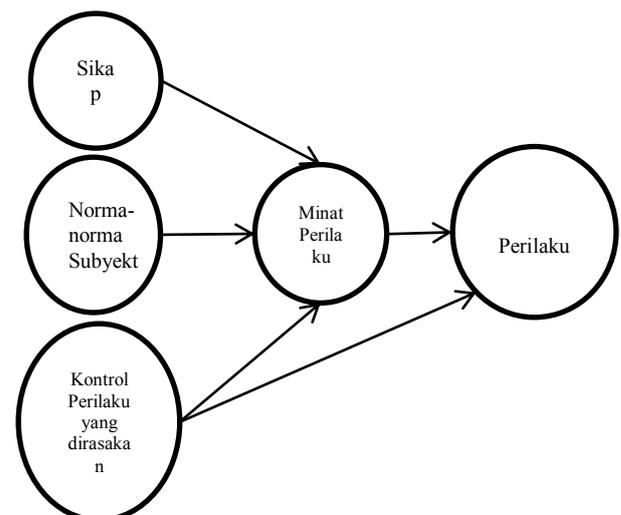
Di sisi lain Barron, dkk dalam Rebollo (2018:26) menyebutkan bahwa susah memahami perilaku dari generasi milenial: *"plenty of company executives obtained negative or dismissive attitude towards millennial because they have difficulty in understanding their behavior"*. Sektor pariwisata mengerahkan upaya dalam membuat analisa dalam akuisisi pariwisata dalam rangka memahami faktor yang mempengaruhi wisatawan. Loureiro dan Katenholz dalam Rebollo (2018:27) menyebutkan menganalisis kegiatan pariwisata sangat rumit. *"Hence, analyzing the tourism activities is complicated because tourist challenge their preferences, requirements, wants, and needs time to time"*.

Wisatawan merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran. Model dalam memahami perilaku konsumen juga ada berbagai macam, pendekatan yang dapat dilakukan guna memahami variabel-variabel dalam penelitian perilaku konsumen juga beragam. Studi yang dihasilkan Kotler (2009:159) guna mengetahui perilaku konsumen menggunakan pendekatan melalui variabel sosial, sosiologi, budaya, pribadi. Penelitian dari Hawkins dan Mothersbaugh (2010:64) meneliti perilaku konsumen menggunakan 2 pendekatan yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Studi selanjutnya

oleh Ajzen dalam Jogiyanto (2007:61) adalah TPB (*Theory Planned Behavior*) yang mencakup variabel-variabel yang dimiliki beberapa model lainnya, variabel-variabel yang terdapat dalam model ini adalah sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan minat.

Mengamati sikap dan perilaku wisatawan milenial di destinasi wisata akan sangat membantu bagi para *stakeholder* penyedia layanan pariwisata dan instansi terkait lainnya di destinasi dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan, dan sebaliknya bagi para *stakeholder* di destinasi dapat memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan milenial sehingga menghasilkan kepuasan bagi wisatawan khususnya generasi milenial dan membuat wisatawan mau mengunjungi kembali destinasi tersebut dan merekomendasikannya kepada kerabat teman dan saudaranya.

Mengetahui perilaku wisatawan milenial nusantara saat berwisata di destinasi-destinasi wisata dalam penelitian ini, penulis memilih untuk mengeksplorasi perilaku wisatawan milenial dengan teori Ajzen dalam Jogiyanto, 2007. Menurut Ajzen dalam Jogiyanto berikut adalah variabel yang dapat mengukur perilaku seseorang, yaitu sikap, norma-norma subyektif (*subjective norms*), kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*), minat wisatawan milenial dan hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi pelaku industri pariwisata untuk mengetahui sikap wisatawan milenial.



Gambar 1. Model *Theory Planned Behavior*
Sumber: Jogiyanto (2007)

Teori *Planned Behavior* (TPB) adalah teori untuk mengetahui perilaku seseorang,

TPB sendiri adalah perluasan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Ajzen dalam Jogiyanto (2007:61). Dalam model TPB terdapat 5 konstruk yaitu sikap, norma-norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, minat dan perilaku, model TPB dapat dilihat dalam gambar 1.

Dari gambar 1.1 model *Theory Planned Behavior* dapat mempunyai 2 fitur, yang pertama TPB menyebutkan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki implikasi motivasional terhadap minat. Maka dari itu diharapkan terdapat hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan minat yang tidak melalui sikap dan norma subyektif. Fitur yang kedua adalah kemungkinan adanya hubungan langsung antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan perilaku. Sehingga, kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung melalui minat, serta dapat memprediksi perilaku secara langsung.

TRA sebelumnya dirancang untuk menghubungkan dengan perilaku yang dimana setiap individu memiliki tingkatan yang cukup tinggi atas kontrol kemauannya (*volitional control*) lalu berasumsi jika seluruh perilaku yang ada adalah domain-domain berdasarkan psikologi sosial serta personaliti. TPB secara langsung mampu mengidentifikasi beberapa perilaku yang tidak semuanya di bawah kontrol penuh sehingga konsep dari perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku semacam ini.

TPB menjelaskan perilaku setiap individu mengarah kepada 3 macam kepercayaan yaitu, kepercayaan terhadap perilaku, yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Dalam model TPB disebutkan bahwa sikap terhadap perilaku. Kedua norma-norma subyektif, yaitu kepercayaan mengenai ekspektasi normatif yang berasal orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi yang ada. Dalam model TPB disebut dengan norma-norma subyektif sikap terhadap perilaku. Ketiga kontrol kepercayaan terhadap perilaku, yaitu kepercayaan mengenai keberadaan faktor-faktor yang akan merintangi atau memfasilitasi kinerja dari sebuah perilaku dan kekuatan yang dirasakan oleh faktor tersebut. Di dalam TPB

konstruk ini disebut kontrol perilaku yang dirasakan.

Kajian Empiris

Saat ini negara Indonesia memasuki era bonus demografi yaitu, era baru yang terjadi karena adanya perubahan struktur umur dari penduduk yang memiliki tanda rasio perbandingan dari keseluruhan masyarakat produktif yaitu penduduk yang berusia 15-64 tahun, dengan jumlah masyarakat yang tidak produktif dengan usia dibawah 15 tahun dan diatas 65 tahun, juga sering disebut dengan rasio ketergantungan (*dependency ratio*). Era bonus demografi adalah suatu fenomena yang sangat jarang terjadi dalam suatu negara, dikarenakan fenomena tersebut hanya mungkin terjadi sekali dalam keseluruhan masa suatu negara. Bonus demografi akan menjadi nyata angka rasio ketergantungan berada dibawah 50, atau total jumlah penduduk dengan usia produktif lebih dari 66% jumlah penduduk secara keseluruhan.

Rasio ketergantungan bangsa Indonesia tahun 2015 sebesar 49,20, dengan demikian 67,02% dari jumlah penduduk Indonesia berada di usia produktif. Jika dihubungkan dalam bentuk persentase dari generasi milenial tahun 2017 sebesar 33,75% dari total seluruh populasi di Indonesia, dapat diartikan generasi milenial yang berada dalam usia produktif melebihi setengahnya yaitu sebesar 50,36%. Dalam pembentukan struktur dari penduduk Indonesia yang berusia produktif generasi milenial memegang peranan generasi yang terbesar dibanding generasi lainnya.

Tabel 2. Persentase Jumlah Generasi Milenial di Indonesia

Nama Generasi	Jumlah(juta orang)	Persentase
Generasi Alpha	47.578,9	18%
Generasi Z	45.351,3	17%
Generasi Milenial	83.993,6	32%
Generasi X	65.248,9	25%
Generasi Baby Boomer	20.934,9	7%
Veteran	4.967,0	1%
Jumlah	268.074,6	100%

Sumber : Badan Pusat Statistik(2020)

Berdasarkan tabel 2.1 persentase terbesar penduduk Indonesia dipegang oleh generasi

milenial sebesar 32% yang memiliki peran pada era bonus demografi, yang diperkirakan akan mengendalikan roda pembangunan terlebih dibidang ekonomi yang diharapkan dapat membawa negara ini menuju pembangunan yang lebih dinamis dan maju. Dapat dikatakan generasi milenial merupakan modal besar untuk mewujudkannya.

Meneruskan pernyataan menteri pariwisata sebelumnya bapak Arief Yahya yang menyebutkan bahwa adanya urgensi dalam tourism 4.0 di Indonesia jika dilihat dari perspektif konsumen yang sudah sangat digital dan mendominasinya wisatawan milenial dalam komposisi wisatawan yang datang ke Indonesia. Sebesar 70% wisatawan pencarian dan pembagian informasi melalui digital. Lebih dari 50% wisatawan adalah milenial yang paham digital. Beliau juga mengatakan bahwa milenial adalah segmen yang penting karena ukurannya pasar yang besar dan terus meningkat dan juga pengaruh yang diberikan besar dan berpengaruh.

Kemenparekraf (2020) menyatakan milenial adalah kunci pariwisata kedepannya dan mengharapkan generasi milenial menjadi pelopor untuk berwisata sesuai protokol kesehatan yang telah ada. menyebutkan agar milenial dapat berpikir kreatif dan selalu berorientasi kepada hasil dalam upaya untuk memajukan pariwisata dan ekonomi kreatif yang saat ini menjadi salah satu penghasil devisa terbesar Indonesia. Setelah berakhirnya masa pandemi COVID-19, generasi milenial diprediksi akan menjadi paradigma dan tren berwisata baru yang lebih mengarah kepada kesehatan dan keamanan dalam berbagai sector, mulai dari atraksi, transportasi, akomodasi, preferensi produk, hingga label higienis.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap wisatawan milenial terhadap perilaku secara positif mempengaruhi minat kunjungan wisatawan milenial.

H2: Norma-norma subjektif wisatawan milenial mempengaruhi minat kunjungan wisatawan milenial.

H3: Kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial berdampak positif terhadap minat kunjungan wisatawan milenial.

H4: Kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial berdampak positif terhadap perilaku wisatawan milenial.

H5 : Minat kunjungan wisatawan milenial mempengaruhi perilaku wisatawan milenial.

2. METODE

Perilaku dari wisatawan milenial nusantara dalam penelitian ini akan diungkap menggunakan TPB dimana menjelaskan perilaku wisatawan milenial nusantara menuju produk dan layanan pariwisata yang dirangsang oleh sarana minat. Minat ini dipengaruhi oleh sikap kemungkinan mereka pada produk dan jasa pariwisata. Sikap dipengaruhi oleh internal dan motivasi eksternal untuk menginspirasi wisatawan untuk bepergian. Selain itu, media sosial ditambahkan untuk menguji tingkat pengaruh teknologi yang mungkin mengubah perilakunya.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara generasi milenial yang memiliki tahun lahir dari 1980-2000. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, serta menggunakan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini menggunakan 200 responden berdasarkan teori dari Sarwono (2017). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian penjelasan atau *explanatory* dengan variabel bebas yaitu sikap, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, serta variabel terikat minat dan perilaku wisatawan. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan survey secara daring melalui *google form*.

Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini merupakan SEM atau Structural Equation Modeling, Sarwono dalam bukunya (2010:175) mengatakan teknik analisis multivariat umum yang memiliki manfaat mengenai berbagai versi khusus untuk jumlah metode analisis lainnya sebagai kasus khusus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

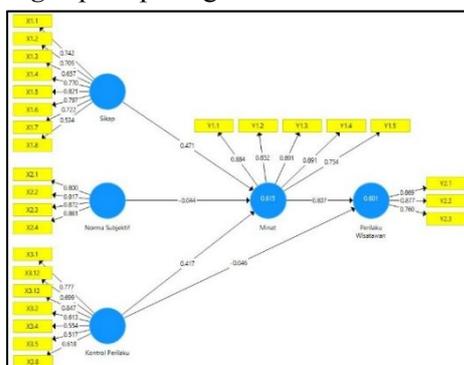
Penelitian ini memakai teknik *sampling non probability*, serta menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Mahadewi (2018) adalah sampel penelitian ditentukan dengan dasar pertimbangan subjektif dari penulis, dengan syarat-syarat

yang akan menjadi kriteria dalam penentuan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan yang yang dimaksud merupakan wisatawan nusantara yang dianggap dan dipandang cocok sebagai sumber data atau responden, dengan kriteria wisatawan yang

dijadikan responden adalah :

- a) Wisatawan nusantara, berkebangsaan Indonesia yang lahir pada tahun 1980-2000.
 - b) Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia dalam tiga tahun terakhir.
 - c) Wisatawan yang memiliki kesehatan rohani, kemampuan verbal dan non-verbal dengan baik.
- Menurut Sarwono (2010:176) ukuran sampel dalam sebuah penelitian yang menggunakan teknik analisis SEM tidak diperbolehkan sedikit atau kecil, dikarenakan SEM sangat berdasarkan terhadap pengujian sensitif pada ukuran sampel, magnitude, serta perbedaan matriks kovarian, Sarwono menyebutkan ukuran sampel dalam penelitian menggunakan teknik analisis ini ukuran sampelnya berkisar 200-400. Berdasarkan teori dari Sarwono, 2017 responden dalam penelitian ini menggunakan 200 responden, penulis mengambil jumlah minimum dikarenakan keterbatasan

Penelitian ini melibatkan 200 responden dengan pembagian 100 responden wanita dan 100 responden merupakan laki-laki, klasifikasi usia 21-28 tahun sebesar 79,5% dan responden yang berusia 29-36 sebesar 20,5%. Dengan menggunakan teknik analisis SEM variabel yang ada dilakukan analisis *convergent validity* dengan hasil sikap memiliki 8 indikator, variabel norma subyektif terdapat 4 indikator, variabel kontrol perilaku 7 indikator, variabel minat 5 indikator dan pada variabel perilaku 3 indikator yang memiliki nilai *outer loading* seperti pada gambar 1.2.



Gambar 2. Nilai Outer Loading
Sumber : Data diolah (2020)

Nilai dari setiap *score* item/indikator setiap variabel Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Minat dan Perilaku Wisatawan memiliki nilai lebih besar dari 0.5, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator individu dianggap *reliable*. Dilanjutkan dengan analisis *discriminant validity* yang menghasilkan semua variabel yang digunakan dinyatakan valid. Uji realibilitas yang digunakan untuk membuktikan akurasi dan ketepatan instrumen mendapatkan hasil setiap variabel reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha & composite reliability* diatas 0,700.

Tabel 3. Path Coefficients dengan bootstrapping

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Syarat T Statistics	Keterangan Koefisien	Keterangan
Sikap -> Minat	0.471	5.359	0.000	1.96	Positif	Signifikan
Norma-Norma Subjektif -> Minat	-0.044	0.697	0.486	1.96	Negatif	Tidak Signifikan
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan -> Minat	0.417	4.285	0.000	1.96	Positif	Signifikan
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan -> Perilaku Wisatawan	-0.046	0.559	0.576	1.96	Negatif	Tidak Signifikan
Minat -> Perilaku Wisatawan	0.807	12.444	0.000	1.96	Positif	Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2020

Uji *Bootstrapping* merupakan langkah selanjutnya untuk menganalisa *inner model* dengan hasil, minat dipengaruhi sebesar 61.5% oleh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku. Variabel selanjutnya yaitu perilaku wisatawan dipengaruhi sebesar 60.1% oleh Kontrol Perilaku dan Minat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Hasil dari pengujian hipotesis dengan *bootstrapping* mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat

Path Coefficients menunjukkan bahwa sikap terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar 0.471 dan nilai t-statistik sebesar 5.359. Besarnya nilai dari koefisien 0.471 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan sikap terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat.

2. Pengaruh Norma-norma Subjektif Terhadap Minat

Path Coefficients menunjukkan bahwa norma subjektif terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar -0.044 dan nilai t-statistik sebesar 0.697. Besarnya nilai dari koefisien -

0.044 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif norma-norma subjektif terhadap minat, dengan nilai t-statistik sebesar 0.697 lebih kecil dari 1.96 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan norma-norma subjektif terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah norma-norma subjektif berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat.

3. Pengaruh Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat

Kontrol perilaku terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar 0.417 dan nilai t-statistik sebesar 4.285. Besarnya nilai dari koefisien 0.417 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat, dengan nilai t-statistik sebesar 4.285 lebih besar dari 1.96 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan kontrol perilaku terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat.

4. Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan Terhadap Perilaku Wisatawan

Kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan menghasilkan koefisien sebesar -0.046 dan nilai t-statistik sebesar 0.559. Besarnya nilai dari koefisien -0.046 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan, dengan nilai t-statistik sebesar 0.559 lebih kecil dari 1.96 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku wisatawan.

5. Pengaruh Minat Terhadap Perilaku Wisatawan

Minat terhadap perilaku wisatawan menghasilkan koefisien sebesar 0.807 dan nilai t-statistik sebesar 12.444. Besarnya nilai dari koefisien 0.807 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif minat terhadap perilaku wisatawan, dengan nilai t-statistik sebesar 12.444 lebih besar dari 1.96 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan minat terhadap perilaku wisatawan. Kesimpulan yang dapat diambil adalah minat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku wisatawan.

Dalam penelitian ini terdapat 5 pertanyaan penelitian, pertanyaan yang pertama merupakan bagaimana hubungan sikap wisatawan milenial terhadap minat kunjungan wisatawan. Dari hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap kunjungan wisatawan milenial terhadap minat kunjungan yang dapat diartikan sikap dari dalam diri seseorang akan mempengaruhi minatnya untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Sesuai dengan teori Ajzen dalam Jogiyanto (2007:32) yang menyebutkan minat seseorang terhadap perilaku diprediksi oleh sikapnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Rebollo(2017); Wang dkk (2018); Haesup (2009); dan Ziadat (2015).

Pertanyaan kedua dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan antara norma-norma subjektif wisatawan milenial terhadap minat kunjungan wisata yang setelah dilakukan pengujian hipotesis hasilnya tidak signifikan atau negatif, sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo(2017) dan Kuo (2012) yang dapat diartikan norma-norma subjektif atau yang dapat diartikan sebagai pengaruh dari lingkungan sekitar seseorang tidak mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Menurut Ajzen dalam Jogiyanto (2007:42) norma-norma subjektif merupakan pandangan atau persepsi seseorang kepada kepercayaan yang dipegang orang lain, yang dimana akan mempengaruhi minat guna menjalankan atau tidak menjalankan sebuah perilaku yang sedang dipertimbangkan, jika dilihat kedalam hasil dari penelitian, norma subjektif tidak mempengaruhi minat untuk berwisata wisatawan milenial nusantara, sehingga tidak sesuai dengan teori yang ada.

Jika digabungkan dengan hasil hipotesis pertama maka hal ini berkesinambungan, seseorang memiliki minat untuk melakukan suatu perjalanan berdasarkan dirinya sendiri bukan karena pengaruh dari orang lain, sesuai dengan tren yang sedang ada di Indonesia banyaknya agen perjalanan yang membuat 'open trip' dimana didalam perjalanan ini memungkinkan seseorang mengikuti suatu perjalanan seorang diri, tetapi digabungkan dengan orang-orang lainnya yang memilih untuk mengikuti 'open trip' ini dengan biaya yang lebih murah karena melakukan sharing transportasi dan akomodasi.

Pertanyaan penelitian yang ketiga adalah bagaimana hubungan kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial terhadap minat melakukan perjalanan wisata berdasarkan pengujian hipotesis ditemukan pengaruh yang signifikan yang berarti ada hubungan positif kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial terhadap minat seseorang untuk melakukan perjalanan wisata tersebut. Hasil yang signifikan ini sesuai dengan teori dari Ajzen dalam Jogiyanto (2007:62) yang menyebutkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan memiliki implikasi motivasional kepada minat. Hasil dari penelitian ini sama atau konsisten dengan penelitian sebelumnya milik Wang dkk, (2018); Haesup (2009); Ziadat (2015); Kuo (2012).

Pertanyaan penelitian selanjutnya adalah bagaimana hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan milenial, dan setelah dilakukan uji hipotesis didapatkan hasil yang tidak signifikan atau negatif sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo (2017) sehingga tidak ditemukan hubungan antara kontrol perilaku wisatawan terhadap perilaku wisatawan di destinasi wisata yang dikunjunginya. Jika melihat teori yang ada menurut Ajzen dalam Jogiyanto (2007:63) yang menyebutkan kontrol perilaku yang dirasakan dapat memprediksi perilaku secara langsung bertentangan dengan hasil penelitian yang menyatakan tidak ada hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan perilaku wisatawan milenial nusantara.

Pertanyaan penelitian yang terakhir adalah bagaimana hubungan antara minat wisatawan milenial terhadap perilaku mereka di destinasi wisata yang dikunjungi, berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh signifikan yang berarti terdapat pengaruh positif antara minat seseorang terhadap perilakunya di destinasi wisata yang dikunjungi, sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo (2017); Wang dkk (2018); dan Ziadat (2015).

4. KESIMPULAN

Mengetahui bagaimana perilaku wisatawan milenial nusantara dalam mengunjungi destinasi di Indonesia dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sikap wisatawan milenial mempengaruhi minat seseorang untuk berwisata, yang seirama dengan teori dari Ajzen dalam Jogiyanto (2007). Hal ini mengartikan sikap atau jumlah dari afeksi yang dirasakan untuk menerima atau menolak suatu perilaku seseorang akan mempengaruhi minatnya dalam melakukan suatu perjalanan wisata.
2. Norma-norma subyektif dari seseorang tidak mempengaruhi minatnya untuk mengunjungi destinasi di Indonesia. Norma subyektif dalam penelitian ini sendiri diartikan sebagai persepsi maupun pandangan orang lain yang mampu mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Jika dikaitkan dengan tujuan penelitian yang pertama dapat diartikan, wisatawan milenial dalam memutuskan perilakunya tidak mudah dipengaruhi oleh orang-orang di lingkungan sekitarnya.
3. Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) mempengaruhi minat wisatawan milenial untuk mengunjungi destinasi di Indonesia. Dalam penelitian ini kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan yang akan dihadapi wisatawan milenial untuk melakukan perilaku, atau dapat diartikan sebagai pertimbangan beberapa konstrain-konstrain yang realistis dan mungkin terjadi. Wisatawan milenial akan memikirkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk melakukan wisata.
4. Variabel kontrol perilaku yang dirasakan selain untuk mengukur minat wisatawan milenial, dalam penelitian ini juga digunakan untuk mengukur perilaku wisatawan milenial, dengan hasil tidak terdapatnya pengaruh antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan milenial. Yang dapat diartikan kontrol perilaku yang dirasakan tidak dapat mempengaruhi perilaku secara langsung seperti yang diungkapkan Jogiyanto (2007).
5. Minat seorang wisatawan milenial mempengaruhi perilakunya dalam mengunjungi destinasi di Indonesia. Minat sendiri diartikan dengan perilaku atau tindakan volitional dan dapat memprediksi dengan akurasi yang tinggi, namun minat itu sendiri dapat berubah menurut waktu. Minat dari wisatawan milenial ini juga merupakan suatu fungsi dari penentu dasar untuk melakukan

perilaku yang berhubungan dengan faktor pribadi maupun sosial.

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan milenial dalam menentukan minat untuk melakukan perjalanan wisata lebih mementingkan pendapat dirinya sendiri dibanding pendapat dari orang terdekat dan lingkungannya. Wisatawan milenial akan memikirkan segala kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk melakukan perjalanan wisata. Minat atau kontrol kemauan dari wisatawan milenial untuk melakukan perjalanan wisata mempengaruhi perilaku dirinya.

Masukan dari peneliti, melihat dari permasalahan akan semakin berkembangnya jumlah wisatawan milenial di usia produktif yang menjadikan wisatawan milenial sebagai pasar yang strategis bagi para pelaku bisnis pariwisata serta hasil penelitian, penulis menyarankan bagi para pelaku bisnis di bidang pariwisata agar menyediakan layanan yang ramah terhadap wisatawan perorangan, mengingat hasil dari penelitian yang menyatakan wisatawan milenial lebih memilih keputusan pribadinya dibanding keputusan orang di lingkungannya dalam menentukan perilaku untuk berwisata. Informasi yang lengkap di internet mengenai suatu destinasi akan sangat membantu wisatawan milenial saat ini untuk memilih suatu destinasi yang akan dia kunjungi. *Smart Destination* akan cocok bagi wisatawan milenial saat berwisata, dengan kelengkapan dan kemudahan untuk mendapatkan informasi mendukung wisatawan milenial dalam melakukan perjalanan. Pemanfaatan temuan dalam penelitian ini juga dapat digunakan dalam sisi praktis dan dalam pengembangan teori. Sisi praktis hasil dari penelitian ini dapat digunakan para stakeholder di bidang pariwisata seperti akomodasi, transportasi, travel agent dan lainnya.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik.(2019). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Cavagnaro,Elena., Staffieri, Simona., Postma, Albert.(2018). Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism.*Journal of Tourism Futures*,4(1),31-42.
- Damanik, J., 2005, Kebijakan Publik dan Praksis Democratic Governance di Sektor Pariwisata, *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 8 (3), 331-350.
- Han, Heesup., Hsu, Li-Tzang (Jane)., Sheu, Chwen.(2010).Application of theTheory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities.*Tourism Management* 31, 325–334.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*.11th edition.
- Jogiyanto.2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kuo,Nae-Wen.(2012).Applying the Theory of Planned Behavior to Predict Low-Carbon Tourism Behavior: A Modified Model fromTaiwan.*International Journal of Technology and Human Interaction*, 8(4), 45-62.
- Rebollo, Hazel Princess M. (2018). A structural model of millennial tourist behavior towards tourism in Davao Region. *Journal of Advances in Humanities and Social Sciences*. 4(1), 26-36.
- Sarwono, Jonathan (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*,10(3),173-182.
- Sofronov, B. (2018). Millennials: A New Trend for the Tourism Industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(3), 109-122.
- UNWTO.(2016). How are Millennials influencing marketing and product development in tourism?. Guilin of China: Jordan, Peter. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/guilintsmforum_peterjordan_toposophy.pdf
- Wang, Chang., Zhang, Jinhe., Hu,Peng Yu Huan .(2018).The theory of plannedbehavior as a model for understanding tourists' responsible

environmental behaviors: The moderating role of environmental interpretations. *Journal of Cleaner Production*,194,.425-434.

Ziadat, Mamdouh T. AL.(2015). Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism. *International Journal of MarketingStudies*,7,(3),95-106



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 87-94

**DAMPAK IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA MEREK
(Studi Kasus Adopsi Beruang Madu Oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan)**

***IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IMPLEMENTATION ON BRAND IMAGE
(A Case Study of Sun Bear Adoption By Four Points Hotel by Sheraton Balikpapan)***

Georgiana Franita¹, Rimalinda Lukitasari², Luh Sri Damayanti³
Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali¹²³
rimalinda@pib.ac.id²

Received:21/05/2022

Revised:30/05/2022

Accepted:06/06/2022

Abstrak

Membangun citra merek dipercaya sebagai kunci keberhasilan memenangkan persaingan. Praktik CSR adopsi beruang madu ditempuh oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan sebagai strategi alternatif pembangunan citra merek. Beruang madu yang merupakan maskot Kota Balikpapan kini populasinya masuk dalam kategori hewan langka yang harus dilestarikan. Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji mekanisme adopsi beruang madu serta dampaknya bagi citra merek hotel. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan berlandaskan teori citra merek. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul kemudian dilakukan teknik triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak CSR ini terhadap citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan adalah berdampak positif. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dari beberapa informan yang menganggap Hotel Four Points by Sheraton sebagai hotel yang memiliki kepedulian lingkungan. Sebagian besar informan juga merasa terdorong untuk berkontribusi dalam program CSR ini.

Kata Kunci: CSR, Citra Merek, Adopsi Beruang Madu

Abstract

Building a trusted brand image is the key to success in winning the competition. CSR practice of sun bear adoption was chosen by The Four Points by Sheraton Balikpapan Hotel as an alternative strategy for brand image development. The sun bear, which is the mascot of Balikpapan City, the population has now under the category of endangered animals that must be preserved. This study intends to examine the mechanism of sun bear adoption and its impact on hotel brand image. This research is a qualitative research based on brand image theory. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Afterwards, the data triangulation technique is carried out. The result showed that the impact of this CSR on the brand image of Four Points by Sheraton Balikpapan Hotel is a positive impact. This is supported by results of interviews from several informants who consider The Four Points by Sheraton Balikpapan Hotel as a hotel that concerns

about environmental issue. Most of the informants also feel encouraged to contribute to this CSR program.

Keywords: *Brand Image, CSR, Sun Bear Adoption*

1. PENDAHULUAN

Bisnis akomodasi merupakan salah satu elemen yang berperan penting dalam industri pariwisata. Akomodasi dan pariwisata tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling melengkapi satu sama lain. Perkembangan usaha kepariwisataan juga sangat dipengaruhi oleh tersedianya akomodasi yang memadai. Hal itu menyebabkan bisnis akomodasi banyak dilirik dan dianggap cukup menjanjikan bagi para investor. Salah satu bisnis akomodasi adalah hotel. Banyaknya jumlah hotel membuat persaingan bisnis jasa perhotelan makin kompetitif.

Kota Balikpapan, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, juga mengalami pertumbuhan industri hotel juga cukup signifikan. Permintaan jumlah kamar ini didasari oleh ditetapkannya Balikpapan sebagai kota potensial tujuan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE) di Indonesia dalam *Grand Strategy* Pariwisata Indonesia yang digagas oleh Kementerian Pariwisata (Indrajaya, 2015). Namun demikian, bila dilihat statistik Tingkat Penghunian Kamar untuk hotel berbintang menunjukkan bahwa tingkat penghunian masih mencapai 56,67% pada Maret 2021 dan 52,24% pada April 2021 (BPS, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa persaingan di industri hotel cukup tinggi. Dengan demikian untuk dapat bertahan ditengah persaingan tersebut maka hotel harus memiliki strategi yang tepat.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh hotel dalam memenangkan persaingan yakni dengan membangun citra merek yang positif. Kotler (2009) mengatakan bahwa citra merek atau *brand image* mengacu pada konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi personal. Berdasarkan opini tersebut maka dapat disimpulkan bahwa membangun citra positif perusahaan merupakan hal yang esensial dan harus dikelola dengan bijaksana, karena dapat berkaitan langsung dengan kredibilitas dan pengakuan terhadap perusahaan serta pemasaran.

Pemasaran sebuah hotel hendaknya tidak hanya bertumpu pada *profit* tetapi juga menerapkan strategi yang mampu berkontribusi bagi nama baik perusahaan. Satu diantara strategi-strategi yang bisa diimplementasikan ialah program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen suatu perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang terdiri dari pemegang saham, lingkungan, dan kosumen.

Korelasi antara peningkatan citra merek dan CSR juga dijelaskan oleh Livia, dkk dalam penelitian yang berjudul *Analisa Corporate Social Responsibility (CSR) di Hotel dan Pengaruhnya Terhadap Citra Merek dan Kesetiaan Pelanggan*. Pada penelitian kuantitatif tersebut, menunjukkan CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra merek dan kesetiaan pelanggan (Livia, Gladys, & Wijaya, 2019).

Marriott International sebagai salah satu *hotel chain* terbesar di dunia percaya bahwa sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab istimewa dalam membangun dan mengembangkan sekitarnya. Sesuai dengan poin ke-5 *core values* Marriott yakni *serve our world* sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan sosial dan kepedulian lingkungan. Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan, sebagai bagian dari Marriot, ikut berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan dengan cara mengadopsi seekor beruang madu bernama Anna.

Saat ini beruang madu termasuk dalam golongan hewan langka yang dilindungi pemerintah. Pasca diterbitkannya SK Walikota Balikpapan No 04 Tahun 2005 tentang Maskot Kota Balikpapan, beruang madu resmi ditetapkan sebagai maskot Balikpapan. Hal ini sekaligus menjadikan Balikpapan sebagai tempat konservasi untuk hewan langka ini. Dengan mengadopsi Anna maka Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan ikut serta dalam upaya pelestarian beruang madu dari kepunahan.

Hal inilah yang menjadi alasan diangkatnya penelitian dengan judul Dampak Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Adopsi Beruang Madu Oleh Hotel Four Points By Sheraton Balikpapan). Melalui penelitian ini diharapkan dapat menggali lebih jauh mengenai dampak CSR bagi citra merek khususnya dampak mengadopsi beruang madu bagi citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan.

Pada paparan perkembangan CSR, Sunaryo (2015) menunjukkan bahwa konsep CSR dimulai dengan gagasan Howard R. Bowen yang mewajibkan perusahaan menjalankan usahanya sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan yang ingin dicapai masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dari gagasan Bowen tersebut mulai banyak bermunculan konsep dari berbagai ahli sosiologi bisnis lainnya seperti Keith Davis, pada tahun 1972 dengan konsep *Iron law of social responsibility*. Konsep ini mengemukakan semakin besar dampak perusahaan terhadap masyarakat, maka semakin besar pula tanggung jawabnya pada masyarakat (Sunaryo, 2015).

Konsep CSR sendiri banyak didefinisikan oleh para ahli. Jeremy Moon merangkum konsep tersebut dengan menyebutkan bahwa CSR merupakan tanggungjawab perusahaan kepada dan untuk masyarakat. Tanggung jawab ini dapat berupa akuntabilitas, kompensasi terhadap dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan, tanggungjawab pada lingkungan hidup, maupun kesejahteraan masyarakat, termasuk juga pada penerapan perilaku etis, bertanggungjawab, dan berkelanjutan (Moon, 2014).

Dampak Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dibahas dalam tulisan ini mengacu pada pengaruh (baik positif maupun negatif) dari penerapan program CSR yang merupakan bentuk komitmen dan kepedulian perusahaan terhadap *stakeholders* dan lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. Sementara CSR yang dibahas dalam penelitian ini mengkhusus pada CSR sebagai bentuk tanggung jawab pada lingkungan hidup.

Citra berasal dari bahasa Yunani "*eikon*" atau "*ikon*" yang kemudian diturunkan ke bahasa Latin "*imago*" dan yang paling

umum digunakan adalah bahasa Inggris "*image*" (Gross, 2014). Ginting mendefinisikan merek sebagai suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi daripadanya untuk menandai produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing (Ginting, 2011).

Citra merek dapat diartikan sebagai persepsi tentang suatu produk tertentu yang muncul dalam pikiran seseorang. Menurut Kotler (2009) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen sebagai asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Persepsi pelanggan terhadap merek tersebut juga berkenaan dengan segala atribut merek yang dapat berupa sesuatu yang *tangible* seperti warna, bentuk, ukuran, maupun atribut yang *intangibile* berupa personifikasi merek (Ekhlassi, Moghadam, & Adibi, 2018).

Dokter hewan Rini Deswita menjelaskan bahwa adopsi beruang Madu dalam konteks ini diterangkan sebagai suatu kegiatan membantu biaya pakan beruang madu yang diadopsi, sedangkan perawatan beruang madu tetap dilakukan di enklosur (Anggoro, 2018). Sesuai dengan hal itu, dengan diadopsinya beruang madu Anna oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan artinya Anna dibiayai secara penuh untuk mendapatkan jaminan kelangsungan hidup yang lebih baik. Bentuk bantuan yang diberikan berupa donasi uang tunai yang digunakan untuk membeli makanan dan obat-obatan untuk Anna. Sedangkan Anna sendiri tetap tinggal di enklosur beruang madu yang ada di kompleks Kawasan Pendidikan Lingkungan Hidup (KWPLH).

Analisis yang dipaparkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan teori citra merek. Sebuah citra merek dikatakan efektif apabila mampu mencerminkan tiga hal, yaitu menentukan karakter produk dan *value proposition*, menyampaikan produk yang unik sehingga berbeda dengan pesaing, serta memberikan kekuatan emosional yang lebih dari kekuatan rasional (Kotler, 2009).

Karakter produk adalah atribut yang membedakan sebuah produk dari pesaingnya dan *value proposition* dapat diartikan sebagai nilai tambah yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Keunikan produk atau difrensiasi membuat sebuah produk terlihat lebih menonjol dibandingkan produk lainnya sehingga mudah diingat (Kotler, Bowen, & Makens, 2014).

Kekuatan emosional dapat ditunjukkan agar lebih menarik perhatian dan menciptakan lebih banyak kepercayaan terhadap merek. Hal ini diakibatkan karena konsumen seringkali lebih mengutamakan perasaan sebelum berpikir. Hal ini menjadikan kekuatan emosional menjadi penting diwujudkan dalam citra merek untuk mendorong emosi positif ataupun negatif yang dapat memotivasi terjadinya pembelian (Kotler & Armstrong, 2012)

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif-deskriptif dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dengan menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci (Anggito & Setiawan, 2018). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan mengenai mekanisme adopsi beruang madu serta pelaksanaan kampanye #LoveAnna yang dilakukan oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Wawancara dilakukan terhadap *Marketing Communication Manager* Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan dan *Area Supervisor* Kawasan Pendidikan Lingkungan Hidup (KWPLH), salah satu tamu hotel, Duta Wisata Manuntung tahun 2020, salah satu *business partner* dari Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan, *lifestyle influencer* Kota Balikpapan, dan rekan *hotelier*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Citra Merek dari Phillip Kotler (2009) dimanfaatkan sebagai indikator untuk membahas tentang dampak implementasi adopsi beruang madu dan dampaknya bagi citra merek. Menurut Kotler sebuah citra merek dikatakan efektif apabila mampu mencerminkan tiga hal yaitu: menentukan karakter produk dan *value proposition*, menyampaikan produk yang unik sehingga berbeda dengan pesaing, dan memberikan kekuatan emosional yang lebih dari kekuatan rasional.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa implementasi

adopsi beruang madu bernama Anna yang dilakukan oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan termasuk diantaranya dengan mendonasikan sejumlah uang selama setahun penuh kepada Yayasan Pro Natura dan menjalankan kampanye #LoveAnna. Sumbangan uang dikelola oleh yayasan tersebut untuk membeli pakan dan vitamin yang akan dikonsumsi oleh Anna. Sedangkan, kampanye #LoveAnna dilakukan dalam rangka mempromosikan kegiatan CSR tersebut kepada publik.

Agar kampanye #LoveAnna lebih mudah diterima masyarakat, Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan melakukan beberapa kiat. Kiat tersebut adalah menjual cinderamata bertema Anna, seperti cangkir, kaos, boneka beruang, tas, dan dompet. Penjualan cinderamata ini adalah salah satu bentuk promosi yang bertujuan meningkatkan kesadaran terhadap program CSR #LoveAnna. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tampak bahwa program CSR ini memberikan beberapa dampak yang berkaitan dengan citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Dampak-dampak tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

a. Menentukan karakter produk dan *value proposition*

Adapun karakter produk dan *value proposition* yang ingin disampaikan perusahaan ialah menjadi perusahaan yang peduli akan satwa langka serta mampu memotivasi perusahaan lain untuk ikut peduli terhadap kelestarian satwa langka yang hidup di hutan Kalimantan, di Kota Balikpapan pada khususnya. Upaya ini berbanding lurus dengan *value* perusahaan yakni, *serve our world* yang bertujuan untuk memberikan dampak positif dan berkelanjutan dimanapun bisnis tersebut dijalankan. Program CSR adopsi beruang madu ini dilakukan sebagai bentuk kepedulian Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan akan populasi beruang madu yang kian berkurang serta meringankan beban finansial KWPLH.

Dari hasil wawancara antara pihak manajemen dengan *audience*, dapat disimpulkan bahwa maksud manajemen yang ingin dinilai memiliki citra merek dengan karakter produk yang peduli akan lingkungan tersampaikan dengan baik.

Program adopsi Anna ini juga mengikutsertakan peran konsumen (tamu hotel) dalam kampanye sosial. Dengan demikian tentunya *value proposition* dapat tersampaikan secara langsung. Hal ini dibuktikan melalui respon *audience* yang melihat bahwa Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan memiliki kepedulian terhadap lingkungan dengan cara mengadakan beruang madu.

- b. Menyampaikan produk yang unik sehingga berbeda dengan pesaing.

Strategi meningkatkan citra merek melalui implementasi program CSR adopsi beruang madu terbilang unik. Berdasarkan wawancara dengan Widya (*Marketing Communication Manager Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan*), beberapa hotel di Balikpapan memang cenderung menggelar program CSR yang menasar kepada kebutuhan masyarakat, daripada ke lingkungan hidup, contohnya donor darah, perbaikan infrastruktur, mendirikan fasilitas ibadah, dan lain sebagainya.

Dengan adanya program adopsi beruang madu yang kental bertemakan lingkungan hidup, dapat menonjolkan sisi unik dari Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Disebut cara yang unik dan berbeda dari pesaing karena belum banyak perusahaan, khususnya hotel yang ingin meningkatkan citra merek dengan melakukan program CSR bertema kepedulian lingkungan. Hal ini juga ditunjang oleh *audience* yang menyatakan belum pernah mendengar program CSR semacam ini. Upaya peningkatan citra merek dengan cara penyampaian yang unik dan berbeda seperti ini tentu akan meninggalkan kesan tertentu dan lebih diingat oleh konsumen.

Melalui hasil observasi juga didapati beberapa cara unik dalam kampanye memperkenalkan #LoveAnna. Cara-cara tersebut misalnya: Menyediakan *photobooth* Anna sehingga tamu hotel bisa berfoto dengan latar Anna, interaksi badut Anna dengan tamu anak-anak setiap akhir pekan, berkolaborasi dengan media setempat pada saat *launching* program, dan menjual cinderamata bertema Anna.

- c. Memberikan kekuatan emosional yang lebih dari kekuatan rasional.

Kekuatan emosional yang dimaksud disini adalah daya tarik emosional (*emotional appeal*). Tergugahnya perasaan empati tamu mendorong terjadinya daya tarik moral dan daya tarik emosional untuk ikut mendukung kampanye #LoveAnna. Tindakan ini diwujudkan dengan cara membeli cinderamata Anna ataupun sekedar menginap di Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Setelah memberi dukungan, secara emosional tamu merasa senang dan bangga karena sudah terlibat dalam upaya pelestarian hewan langka. Inilah yang disebut kekuatan emosional melebihi kekuatan rasional. Bahkan daya tarik rasional hotel yang meliputi harga, fasilitas, dan pelayanan yang ditawarkan oleh hotel lain tidak mampu menandingi kekuatan emosional tamu yang ingin mendukung upaya konservasi hewan langka yang dilakukan oleh Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan.

Dari hasil observasi, wawancara, dan triangulasi yang sudah dilakukan oleh peneliti, terutama terkait dampak implementasi program CSR adopsi beruang madu terhadap citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan, maka dapat diketahui bahwa citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan dinilai informan sebagai hotel yang memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan. Secara khusus, hal ini disebabkan oleh adanya perhatian dari pihak manajemen hotel untuk mengadakan beruang madu yang merupakan hewan langka dan harus dilindungi. Informan juga berharap semoga program CSR semacam ini tidak berhenti sampai disini saja, melainkan terus berkembang sehingga dapat menginspirasi serta mempengaruhi lebih banyak hotel maupun perusahaan untuk ikut serta memperhatikan kelestarian lingkungan di Indonesia pada umumnya dan di Kota Balikpapan pada khususnya.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan upaya peningkatan citra merek melalui adopsi Anna ini dinilai unik dan menarik karena masih jarang sekali perusahaan yang melakukan kegiatan serupa khususnya di area Kota Balikpapan dan sekitarnya. Sementara itu, dari segi kekuatan emosional, dapat diketahui

bahwa kondisi emosional *audience* terpengaruh melebihi segi rasional. Perihal ini terlihat dari respon *audience* yang ingin berkontribusi dalam program CSR beruang madu sehingga memilih Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan ketimbang hotel lain yang ada di Kota Balikpapan. Bahkan, *audience* tidak segan berkontribusi secara langsung dengan cara membeli produk bertemakan Anna yang dijual di Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Dengan diadakannya program CSR adopsi beruang madu Anna ini mampu memberikan dampak bagi nama baik dan citra merek positif Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan ikut terangkat.

4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa CSR adopsi beruang madu memiliki dampak positif terhadap citra merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Dampak positif ini tampak dari adanya penguatan terhadap *value proposition*, menunjukkan keunikan produk, dan memberikan kekuatan daya tarik emosional kepada merek Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan. Hal ini dibuktikan dengan penilaian informan yang menganggap Hotel Four Points by Sheraton sebagai hotel yang memiliki kepedulian lingkungan, ditambah lagi sebagian besar informan ingin berkontribusi dalam program CSR ini.

Rekomendasi yang dapat diberikan bagi Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan antara lain: untuk memaksimalkan keefektifan program ini diperlukan dukungan penuh semua *associates* (karyawan) Hotel Four Points by Sheraton Balikpapan agar lebih *aware* terhadap *#LoveAnna*. Tujuannya agar lebih banyak tamu yang mengetahui program ini melalui *word of mouth*. Serta giat melakukan *up-selling* terhadap cinderamata Anna.

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Karena itu, pada penelitian selanjutnya direkomendasikan agar penelitian-penelitian selanjutnya dapat meneliti secara lebih komperhensif mengenai dampak CSR terhadap citra merek hotel, khususnya pada CSR yang bertema lingkungan hidup. Bagi industri perhotelan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang menunjukkan dampak positif pelaksanaan

program CSR bertema lingkungan hidup dalam meningkatkan citra merek.

REFRENSI

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Anggoro, F. B. (2018). Riau tawarkan adopsi tiga bayi beruang madu. *Antara News*. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/757478/riau-tawarkan-adopsi-tiga-bayi-beruang-madu>
- Ekhlassi, A., Moghadam, M. N., & Adibi, A. M. (2018). *Building Brand Identity in the Age of Social Media: Emerging Research and Opportunities*. Hershey: IGI Global.
- Ginting, N. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Media.
- Gross, P. (2014). *Growing Brands Through Sponsorship: An Empirical Investigation of Brand Image Transfer in Sponsorship Alliance*. Hanover: Springer Gabler.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Widya*, 03(02), 80–87.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Livia, A., Gladys, & Wijaya, S. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Hotel dan Pengaruhnya terhadap Citra Merek dan Kesetiaan Pelanggan. *Program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra*, 05(02), 71–81.
- Moon, J. (2014). *Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction* (J. Moon & J.-P. Gond, eds.). Oxford: Oxford University Press.
- Sunaryo. (2015). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Dalam Berbagai Kajian*. Lampung: Penerbit Aura.

Sumber Internet:

BPS Balikpapan. (2021). *Statistik Pariwisata Balikpapan*. URL:
<https://balikpapankota.bps.go.id/pressrelease/2021/06/02/174/perkembangan-statistik-pariwisata-kota-balikpapan-bulan-april-2021.html>. Diakses 21 Juni 2021

BPS Balikpapan. (2021). *Statistik Pariwisata Balikpapan*. URL:
<https://balikpapankota.bps.go.id/pressrelease/2021/05/03/167/perkembangan-statistik-pariwisata-kota-balikpapan-bulan-maret-2021.html>. Diakses 21 Juni 2021

Marriott Core Value & Heritage . URL:
<https://www.marriott.com/culture-and-values/core-values.mi> Diakses 19 Juni 2021

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

- Analisis Jaringan Syaraf Tiruan Untuk Memprediksi Tingkat Pengunjung Restoran Di Desa Sebondong Perh Dengan Model *Fuzzy*** 1
Ayu Aprilyana Kusuma Dewi
- Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran** 7
I Made Rony Mulia Kusuma Putra, Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani
- Bebek Betutu Sebagai Kuliner *Upakara* Umat Hindu, Dalam Kaitan Budidaya Bebek Bali Dan Revitalisasinya Saat Ini** 17
Anastasia Sulistyawati
- Dekonstruksi Kue Khas Kalimantan Menjadi *Western Dessert*** 33
Rizqy Prasetyani Putri, Anastasia Sulistyawati, Billy Tanius
- Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perkembangan Pariwisata Di Kabupaten Natuna** 41
Adiguna Tumpuan
- Lawar Kuliner Bairawa Menuju Kuliner Pariwisata Khas Bali** 51
Esther Lia Margaretha, Anastasia Sulistyawati
- Modifikasi Hidangan Penutup Barat Menggunakan Bunga Kecombrang** 63
Nur Tasya Safitri, Billy Tanius, Ni Nyoman Widani
- Optimalisasi Promosi Dinas Pariwisata Badung Terhadap Daya Tarik Wisata Badung Di Era Pandemi Covid-19** 71
I Wayan Agus Selamat, Ni Luh Gede Novi Wulandari
- Model '*Planned Behavior*' Wisatawan Milenial Dalam Mengunjungi Destinasi Di Indonesia** 77
Jessyca Yulianty
- Dampak Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Merek (Studi Kasus Adopsi Beruang Madu Oleh Hotel Four Points By Sheraton Balikpapan)** 87
Georgiana Franita, Rimalinda Lukitasari, Luh Sri Damayanti



PIB Press

Penerbit & Percetakan: PIB Press

Email: pibpress@pib.ac.id

lppm@pib.ac.id

Website: <http://lppm.pib.ac.id>

