**Partisipasi Bali Chef Community (BCC) Dalam Menjaga dan Memajukan Khasanah Kuliner Bali**

**Moch Nur Efendi**

1Program Studi Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional - Bali

Jalan Kecak No.12, Denpasar Utara, Indonesia

\*

**Moch Nur Efendi** : 085857136670

E-mail: fendibennedict10@ipb-intl.ac.id

***Abstract***

*The purpose of this research is to find out the constraints and contributions of the Bali Chef Community (BCC) in maintaining and advancing Balinese cuisine. A qualitative descriptive method was used in this study. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. As a result, there are obstacles to regional attitudes, growing culinary inequality, and the absence of standard culinary recipes in each region. Contributions such as 1) Making a traditional Balinese culinary book entitled "Paweragan Bali", 2) product development training for the community, 3) Collaborating with beverage associations in the mix chef program, 4) Making cooking competitions, and 5) Assistance with job training institutions AMISEWAKA Amikorp Community Foundation.*

***Keywords:*** *Constraints; Contribution; Bali Chef Community; Culinary*

**Abstrak**

Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui kendala dan kontribusi Bali *Chef* *Community* (BCC) dalam menjaga dan memajukan kuliner Bali, adapun metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasilnya dapat diketahui bahwa terdapat kendala adanya sikap kedaerahan, ketidakmerataan kuliner yang berkembang dan belum adanya pembuatan standar resep kuliner pada setiap daerah. Adapun kontribusi yang telah dilakukan BCC seperti 1) Pembuatan buku kuliner tradisional khas Bali yang berjudul “Paweragan Bali”, 2) Memberikan pelatihan pengembangan produk kepada masyarakat dan beberapa kampus, 3) Berkolaborasi dengan asosiasi minuman dalam program *mixo* *chef*, 4) Membuat perlombaan bidang memasak, dan 5) Pendampingan lembaga pelatihan kerja (LPK) AMISEWAKA *Amikorp* *Community* *Foundation*.

**Kata Kunci** : Kendala; Kontribusi, BCC, Kuliner

**PENDAHULUAN**

Bali adalah salah satu destinasi pariwisata dunia yang memiliki peluang menyajikan kuliner khas Bali kepada wisatawan (Hendriyani dkk., 2020). Penelitian tentang makanan tradisional Bali telah dilakukan oleh beberapa peneliti (Efendi & Lestari, 2021; Hendriani et al. 2020; Nariani, 2019; Ardika dkk., 2018; Sukerti dkk., 2016; Putri dkk. 2013; Yusa & Suter, 2014; Hendrayana, 2011; Margi dkk., 2013; and Sirtha, 1998). Makanan tradisional Bali dapat diartikan sebagai makanan yang diolah dan dibuat oleh masyarakat Bali secara turun temurun dengan menggunakan perpaduan rempah-rempah lokal yang memiliki cita rasa dan aroma khas yang tidak dimiliki oleh daerah lain (Ardika dkk., 2018; Hendrayana, 2011).

Keberagaman kebudayaan kuliner lokal masih menjadi daya tarik utama dalam dunia pariwisata. Makanan menjadi salah satu pendapatan utama sektor pariwisata dan motivasi wisatawan untuk berwisata (Soeroso & Turgarini, 2020). Bahkan disaat masa pandemik dimana gaya hidup dan perilaku masyarakat telah mengalami perubahan, namun para wisatawan masih sangat termotivasi oleh budaya lokal yang menyajikan tema budaya lokal sebagai tujuan utamanya (Jokom dkk., 2022). Persepsi wisatawan nusantara terhadap kuliner lokal adalah memiliki hidangan beragam, unik, disajikan menarik dengan lokasi restoran strategis dan pelayanan ramah dari karyawan (Nariani, 2019). Namun disisi lain ditemukan kekurangan atau kelemahan kuliner lokal adalah harga makanan tradisional Bali yang mahal, tidak ada standar resep, kedai makanan Bali yang sering tutup, kurangnya informasi dan pilihan serta penyajian yang kurang menarik maka perlu adanya peran *stakeholders* khususnya sentuhan *chef* profesional agar mampu mengangkat nilai dari kuliner Bali (Efendi & Lestari, 2021; Lumanaw, 2018).

Diperlukan penguatan anggota, kelembagaan dan kreativitas program masyarakat untuk mengoptimalkan pecinta kuliner dalam pengembangan wisata kuliner (Mahfud dkk., 2018). Demikian pula tentang pengembangan kuliner seperti memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat mengenai makanan tradisional khas Bali yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan (Putri dkk., 2013). Strategi alternatif yang lain diantaranya, meningkatkan dan menjaga konsistensi kualitas makanan tradisional Bali, menyediakan stal khusus makanan tradisional Bali di hotel. Pengadaan promosi oleh pemilik, pegawai atau pihak-pihak terkait untuk meningkatkan dan menawarkan aneka produk makanan tradisional Bali (Hendrayana, 2019). Diferensiasi sebagai strategi dalam mengelola produk meliputi penggunaan media promosi digital berupa situs *website* dan media sosial yang sebelumnya hanya media konvensional, seperti spanduk. Diferensiasi juga terdapat pada pengemasan dan penambahan pelengkap atau pendamping produk (Hidayat dkk., 2019).

Pembuatan *website* http//cokistrirakamarsiti.com yang mengunggah segala resep hidangan tradisional Bali, mulai dari aneka lauk pauk, sayuran, jajanan dan minuman. Pembuatan *website* tersebut telah melalui penelusuran literatur dan uji coba resep sehingga menghasilkan standar resep-resep baku (Marsiti dkk., 2019). Sehingga, Kuliner tradisional Bali relevan dan dilindungi oleh Pasal 38 Undang-Undang Hak Hak Cipta Indonesia sebagai bagian dari Ekspresi Budaya Tradisional (Dharmawan dkk., 2019). Beberapa penelitian sebelumnya memiliki persamaan dalam mengangkat perkembangan kuliner lokal. Namun masih belum ada penelitian lanjut mengenai perkembangan kuliner lokal melalui suatu kelompok profesional asosiasi maupun komunitas di bidang kuliner. Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian mengenai partisipasi *stakeholders* yang salah satunya Bali *Chef* *Community* dalam menjaga dan memajukan warisan kuliner Bali.

**KAJIAN LITERATUR**

Terdapat tiga tipologi partisipasi yaitu partisipasi spontan, bujukan dan paksaan. Partisipasi spontan merupakan partisipasi yang ideal karena bentuk-bentuk aktif dan *self* *planning*. Partisipasi bujukan bersifat formal, *top* *down*, partisipasi pasif atau partisipasi semu. Partisipasi paksaan dikatakan sebagai partisipasi sempit karena dianggap menindas penduduk lokal (Tosun, 1999). Keberhasilan industri pariwisata lokal tergantung partisipasi pemerintah daerah melalui penetapan regulasi sehingga dapat memelihara aset-aset yang ada pada suatu destinasi agar menjadi tujuan wisata yang menarik melalui pengalaman berwisata yang aman, nyaman dan lingkungan yang berkualitas bagi wisatawan (Clark & Scott, 2006). Peran *stakeholders* pariwisata dalam menjaga otentisitas suatu daya tarik pariwisata sangat penting agar warisan leluhur bisa terjaga dengan baik.

Teori otentisitas pertama kali diperkenalkan MacCanell (1973) dan Wang (1999) otentisitas adalah orisinalitas dan realitas. Otentisitas sebagai interpretasi sosial dapat diamati, bukan sebagai fenomena nyata dari objek yang dapat dilihat secara empiris (Bruner 1989,1994; Cohen, 1988; Handler & Linnekin, 1984; Lanfant, 1989; Taylor, 2001; Wood, 2018). Otentisitas ini dapat dinegosiasikan, tergantung pada konteks (Salamone, 1997), ideologi, mimpi, citra, atau harapan (Bruner 1991; Silver, 1993). Beberapa ahli mengemukakan ideologi dan tipologi otentisitas sebagai batasan teori otentisitas. Ideologi pertama yaitu modernisme atau realisme yang menyatakan bahwa otentisitas objek dapat diuji atau dinilai melalui standar tertentu. Dalam pariwisata, produk karya seni, artefak, masakan, atau ritual biasanya digambarkan otentik atau tidak otentik dapat diukur dari kesesuaian dengan tradisi yang dilakukan oleh penduduk setempat (MacCannell, 1973).

Ideologi kedua adalah konstruktivisme bertentangan dengan ide-ide modernisme yang menyatakan bahwa otentisitas sebagai interprestasi sosial dapat diamati, bukan sebagai fenomena nyata dan objektif yang dapat dilihat. Ketiga, ideologi post modernisme tidak mempermasalahkan objek yang tidak otentik. Hal yang tidak mendasar untuk menyatakan antara nyata atau salah, otentik atau salinan, kenyataan atau simbol. Menurut Cohen (1988), wisatawan dapat menerima kekurangan otentisitas, asal-usul, dan kenyataan. Wisatawan *post* *modern* tidak peduli dengan otentisitas dan asal usul atraksi sepanjang dapat dinikmati. Jika produk yang ditransformasikan oleh proses komodifikasi menjaga karakteristik yang memuaskan wisatawan, maka akan tetap otentik. Wisatawan yang berfikir otentik maka apa yang ada di dunia ini dianggap otentik, kekuatan manusia menentukan esensi atau bentuk otentisitas (Heidegger, 1962).

**METODE**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, data yang digunakan berupa data yang bersifat verbal, berupa opini, teks, wacana, dan lain-lain yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi dan analisa dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berasal dari 9 *founder* Bali *Chef* *Community*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bali merupakan daerah pariwisata yang memiliki berbagai keindahan alam serta keragaman budaya yang menarik untuk dikunjungi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keragaman budaya mencakup kekayaan kuliner yang dapat disajikan bagi wisatawan yang berkunjung di Bali. Namun pergeseran budaya yang terjadi terhadap kalangan remaja menyebabkan makanan khas Bali menjadi kurang diminati, selain tingkat konsumsi yang cenderung lebih memilih masakan cepat saji, serta minimnya pengetahuan generasi muda tentang cara mengolah dan menyajikannya, menjadikan warisan kuliner turun temurun ini terancam mulai ditinggalkan. Perlu adanya partisipasi *stakeholders* dalam menjaga dan memajukan kuliner Bali. Salah satu *stakeholders* bidang kuliner di Bali adalah Bali *Chef* *Community* (BCC).

BCC didirikan oleh 9 *founder* sesuai akte notaris tanggal 22 April 2021 dan berpusat di Denpasar - Bali. Surat lampiran keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia Republik Indonesia tentang pengesahan pendirian BCC yang ditetapkan di Jakarta pada tanggal 18 Juni 2021. BCC memiliki visi menjaga dan memajukan kuliner Nusantara terutama khasanah kuliner Bali. Sedangkan misinya memberikan edukasi, pelatihan, dan pengembangan keahlian ke jenjang yang lebih tinggi terutama bagi pelajar yang mengenyam pendidikan di lembaga pendidikan kejuruan swasta ataupun negeri. Serta memberikan pelatihan kepada para pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). BCC adalah komunitas kuliner yang memiliki manfaat baik secara individual maupun sosial. Secara individual yang dimaksud bahwa anggota BCC saat ini tidak hanya dari kalangan *Executive Chef*, terdapat juga level anggota di bawah *Executive* *Chef*. Sehingga saat melakukan pertemuan para anggota dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman. Secara sosial membantu pelaku UMKM terkait yaitu *hygiene*, *sanitation*, *product* *packaging* dan penjualan produk di media sosial.

Partisipasi BCC diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menjaga dan memajukan kuliner Bali melalui program-program yang telah dibuat. Selain itu, diharapkan juga mampu secara sistematis menyusun dan mengidentifikasi semua data-data kuliner yang ada di setiap daerah di Bali, sehingga perkembangan kuliner di Bali dapat terarah meskipun terdapat beberapa kendala.

**Kendala BCC Dalam Menjaga dan Memajukan Kuliner Bali**

1. Adanya sikap kedaerahan, sikap membanggakan kuliner daerah sendiri dan kurang peduli dengan kuliner di daerah lain.
2. Ketidakmerataan perkembangan kuliner di setiap daerah sehingga terdapat daerah yang belum tersentuh.
3. Belum adanya pengelolaan terhadap standarisasi resep kuliner setiap daerah dan resep-resep otentik.

Selain kendala-kendala tersebut ditemukan juga kekurangan atau kelemahan kuliner lokal dari penelitian sebelum-sebelumnya seperti harga makanan tradisional Bali yang mahal, kedai makanan Bali yang sering tutup, kurangnya informasi dan pilihan serta penyajian yang kurang menarik, perlu peran *chef* profesional agar mampu mengangkat nilai dari kuliner tersebut, diperlukan penguatan anggota, kelembagaan dan kreativitas program masyarakat untuk mengoptimalkan pecinta kuliner dalam pengembangan wisata kuliner. Penguatan anggota, kelembagaan dan kreativitas program masyarakat untuk mengoptimalkan pecinta kuliner dalam pengembangan wisata kuliner, memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat mengenai makanan tradisional khas Bali yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

Berdasarkan kendala-kendala tersebut perlu adanya kepedulian para *stakeholders* seperti *Academic*, *Business*, *Government*, *Community*, and Media dalam menjaga otentisitas, *story* *telling* dan memajukan kuliner Bali agar dapat menarik wisatawan. Adanya komunitas seperti BCC diharapkan mampu mengajak kepedulian masyarakat terhadap kuliner Bali. Kepedulian dalam arti ikut berpartisipasi dalam menjaga dan memajukan kuliner di setiap daerahnya, sehingga resep kuliner leluhur yang turun temurun dapat dilestarikan.

**Kontribusi BCC Dalam Menjaga dan Memajukan Kuliner Bali**

Beberapa program yang telah dilakukan BCC mengacu pada visi dan misi yang telah disusun, berikut program yang telah dilakukan BCC selama didirikan:

1. Upaya mengenalkan dan mempertahan warisan kuliner telah dilakukan oleh BCC melalui pembuatan buku kuliner tradisional khas Bali yang berjudul “Paweragan Bali” yang menuliskan baik dari cerita, resep dan proses pengolahannya.
2. Memberikan pelatihan dan edukasi mengenai UMKM pada masyarakat setempat, memberikan pelatihan pengembangan produk dan acuan pelatih terhadap lembaga permasyarakatan pecandu narkoba di daerah Kuta.
3. Bekerja sama dengan Badan Koordinasi Keluarga Berencana (BKKBN) dalam pengolahan menu pencegahan *stunting* pada balita di 9 kabupaten.
4. Mengkolaborasikan makanan dan minuman (*Mixo* *Chef*) yang dilaksanakan setiap satu atau dua tahun sekali.
5. Dengan adanya 8 orang anggota BCC yang sudah memiliki sertifikat pengajar ataupun instruktur di berbagai kampus atau universitas di Bali.
6. Penempatan beberapa anggota BCC pada beberapa Hotel di Bali sesuai dengan bidangnya.
7. Melaksanakan pelatihan yang diberi dana oleh pemerintah, seperti pelatihan pengembangan 78 desa wisata nasional, sementara ini di Bali baru di kabupaten Singaraja, Bangli, Karang Asem, Denpasar.
8. Pendampingan lembaga pelatihan kerja (LPK) AMISEWAKA *Amikorp* *Community* *Foundation* di bidang tata boga dengan konsep implementasi *green* *tourism* dan pemanfaatan pangan lokal

Beberapa upaya telah dilakukan oleh BCC untuk menjaga dan memajukan khasanah atau warisan kuliner Bali. Program-program yang telah dilakukan telah sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat. Partisipasi BCC diharapkan mampu meningkatkan dan menjaga konsistensi kualitas makanan tradisional Bali, peran anggota BCC yang bekerja di hotel diharapkan bisa mempromosikan stal khusus makanan tradisional Bali di hotel. Bekerjasama dengan pemilik, pegawai atau pihak-pihak terkait untuk meningkatkan dan menawarkan aneka produk makanan tradisional Bali. Namun masih ada beberapa yang perlu ditingkatkan seperti kerjasama dengan *stakeholders* lain terkait dengan pelatihan *packaging*, penyediaan transportasi dan peralatan pada saat *demo* *cooking*, dan media promosi *digital* berupa *situs* *website* dan media sosial.

**KESIMPULAN**

Adanya komunitas seperti BCC diharapkan mampu mengajak kepedulian masyarakat terhadap kuliner Bali. Kepedulian dalam arti ikut berpartisipasi dalam menjaga dan memajukan kuliner di setiap daerahnya, sehingga resep kuliner leluhur yang turun temurun dapat dilestarikan. Partisipasi diperlukan baik secara ajakan maupun secara spontan dari *stakeholders* seperti *Academic, Business, Government, Community, and Media* dalam meningkatkan dan menjaga konsistensi kualitas makanan tradisional Bali.

**DAFTAR RUJUKAN**

Ardika, I. W., Suter, I. K., Wardi, N., Wiguna, I. G. N. T., & Yusa, N. M. (2018). *Kuliner Bali Dalam Naskah Lontar Masyarakat Bali*. Swasta Nulus, 2-3.

Clark, S., & Scott, N. (2006). Managing Knowledge in Tourism Planning. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, *7*(1–2), 117–136, doi: 10.1300/J162v07n01\_07.

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, *15*(3), 371–386, doi: 10.1016/0160-7383(88)90028-X.

Dharmawan, N. K. S., Kasih, D. P. D., Dewi, A. A. A. A., Kurniawan, I. G. A., Pranajaya, M. D., Resen, G. M. S. K., & Sutrisni, N. K. E. (2019). Protecting Balinese Culinary Innovation through Patent Law. *International Journal of Innovation*, *9*(10), 116–126. https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/34391

Efendi, M. N., & Lestari, D. (2021). *Leveling Up Balinese Culinary: From Authentic Paon to Chef’s Table*. IPB International Press. ISBN: 978-623-97061-8-0.

Handler, R., & Linnekin, J. (1984). Tradition, Genuine or Spurious. *Source: The Journal of American Folklore*, *97*(385), 273–290.

Hendrayana, M. (2011). *Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Bali di Hotel Area Sanur-Denpasar*. Universitas Udayana. 16-17.

Hendriyani, I. G. A. D., Budiarsa, M. A., Antara, M. A., & Sudiarta, N. (2020). The Loyalty Model of Foreign Tourists Consuming Traditional Balinese Food. *Global Business and Finance Review*, *25*(3), 34–48, doi: 10.17549/gbfr.2020.25.3.34.

Hidayat, D., Hafiar, H., Anisti, A., & Suhartini, T. (2019). Tofu Product Branding for Culinary Tourism of Sumedang, Indonesia. *Komunikator*, *11*(2), P-ISSN: 1979-6765, E-ISSN: 2549-9246, doi: 10.18196/jkm.112022.

Jokom, R., Thio, S., & Kartika, E. W. (2022). Why Tourists Consumed Local Food in Bali During the Pandemic? Dalam *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT) “Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions” (INTACT 2022)* (hlm. 227–244). Atlantis Press SARL, doi: 10.2991/978-2-494069-73-2\_17.

Lanfant, M. (1989). International Tourism Resists the Crisis. In Leisure and Lifestyle, A.Olszewska and K. Roberts, eds., pp. 178-193. London: Sage.

Lumanaw, N. (2018). Pengembangan Makanan Tradisional Bali pada Pasar Malam di Pasar Sindu, Sanur, Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, *9*(1), 83–92, doi: 10.22334/jihm.v9i1.147.

MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, *79*(3), 589–603. http://www.jstor.org/stable/2776259.

Mahfud, T., Mulyani, Y., Indartono, S., & Setyawati, R. (2018). Community-Based Tourism Development: Foodies Community Strategy to Culinary Tourism Development in Balikpapan-Indonesia. *Ottoman Journal of Tourism & Management Research*, *3*(2), 274–289, doi: 10.26465/ojtmr.2018339510.

Margi, I. K., Ariani, R. P., Widiastini, N. M. A., & Suriani, N. M. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, *2*(2), doi: 10.23887/jish-undiksha.v2i2.2182

Marsiti, C. I. R., Suriani, N. M., & Sukerti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Berbasis Teknologi Informasi Sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali. *Jurnal IKA*, *17*(2), 128, doi: 10.23887/ika.v17i2.19844

Nariani, N. K. (2019). Pengembangan Kuliner Lokal Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ubud, Bali. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, *1*(2), 85–98, doi: 10.46837/journey.v1i2.31

Putri, I. A. T. E., Sulistyawati, A. S., Suark, F. M., & Ariani, N. M. (2013). Pengembangan Makanan Khas Bali Sebagai Wisata Kuliner (Culinary Tourism) Di Desa Sebatu Kecamatan Tegalalang Gianyar. *Udayana Mengabdi*, *12*(1), 10–12.

Salamone, F. A. (1997). Authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, *24*(2), 305–321, doi: 10.1016/S0160-7383(97)80003-5.

Silver, I. (1993). Marketing authenticity in third world countries. *Annals of Tourism Research*, *20*(2), 302–318, doi: 10.1016/0160-7383(93)90057-A.

Soeroso, A., & Turgarini, D. (2020). Culinary Versus Gastronomy. *E-Journal of Tourism*, *7*(2), 193–204, doi: 10.24922/eot.v7i2.60537.

Sukerti, N. W., Marsiti, Cok. I., & Suriani, N. M. (2016). Reinventarisasi Makanan Tradisional Buleleng sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, *5*(1), doi: 10.23887/jish-undiksha.v5i1.8282.

Taylor, J. P. (2001). Authenticity and Sincerity in Tourism. *Annals of Tourism Research*, *28*(1), 17–26, , doi: 10.1016/S0160-7383(00)00004-9.

Tosun, C. (1999). Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process. *Anatolia*, *10*(2), 113–134, doi: 10.1080/13032917.1999.9686975.

Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, *26*(2), 349–370, doi: 10.1016/S0160-7383(98)00103-0.

Wood, R. E. (2018). *Tourism in South-East Asia* (M. Hitchcock, V. T. King, & M. J. G. Parnwell, Ed.). Routledge, doi: 10.4324/9780429431395.

Yusa, N. M., & Suter, I. K. (2014). Kajian Pangan Tradisional Bali Dalam Rangka Pengembangannya Menjadi Produk Unggulan Di Kabupaten Gianyar. Dalam D. T. Kartono, S. P. K. Surata, & I. K. Arnawa (Ed.), *Prosiding Semnas* (hlm. 230–236). Universitas Mahasaraswati Press.