



INVENSI BUDAYA KULINER MELALUI KOMODIFIKASI SEBAGAI PENUNJANG KEGIATAN PARIWISATA DI KAWASAN WISATA MATARAM

Oleh

I Wayan Suteja¹⁾ & Sri Wahyuningsih²⁾

^{1,2}Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: tejabulan@gmail.com & Sriwahyuningsih@gmail.com

Abstract

This study discusses the development and preservation of local culinary as a tourism product through the process of commodification. The formulation of the study about "commodification as a form of invention of culinary culture in supporting tourism activities in Mataram Tourism Area". The method of analyze of the data was a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of in-depth interviews and observations. Based on the results of the study, it can be explained that culinary tourism activities have developed in the Mataram Region as a support for urban tourism activities. In order to be sold as a tourism product, local culinary has been commodified in such a way that it becomes an attractive packaging for the consumer. The aspects commodified by culinary entrepreneurs are packaging and presentation procedures so that they become more attractive products. Although commodification was often associated with a negative impact on culture, but in the context of culinary culture it is able to encourage the continuity and regeneration of culinary culture.

Keywords: *Invention, Commodification, Culinary Tourism, Local Culinary*

PENDAHUALUAN

Sebagai salah satu kawasan wisata perkotaan, Mataram memiliki peluang yang besar dalam mengembangkan wisata kuliner. Mengangkat kuliner sebagai salah satu unsur dalam wisata budaya akan mampu menunjukkan keragaman budaya masyarakat Lombok dikarenakan kuliner memiliki wujud budaya yang sangat kompleks yang meliputi gagasan (inovasi resep), tindakan (proses) dan hasil benda (makanan dan minuman), dan didalamnya juga hadir beragam ekspresi estetis dari masyarakat pembuatnya. Sehingga dengan hadirnya kuliner lokal sebagai salah satu produk wisata akan menambah "*memorable moment*" wisatawan terhadap ciri khas dari atraksi wisata yang ada di Lombok.

Seperti halnya yang diungkapkan oleh Symons (dalam Pitanatri, 2016: 2) kuliner lokal merupakan salah satu unsur atau komponen yang bersifat mendasar dari atribut sebuah destinasi, menambah ragam atraksi wisata dari daerah yang dikunjungi dan menawarkan keseluruhan pengalaman yang akan didapatkan oleh wisatawan selama berkunjung. Oleh sebab itu,

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

hadirnya kuliner lokal sebagai pendukung pariwisata tentu akan dapat memperkaya pengalaman wisatawan selama perjalanan wisatanya di Lombok. Disisi lain, kemasan kuliner lokal sebagai salah satu bagian dari produk wisata juga mampu mendorong bangkitnya kembali beragam bentuk kuliner sehingga semakin banyak dikenal tidak hanya oleh wisatawan tetapi juga masyarakat lokal.

Untuk mampu menonjolkan kuliner sebagai ciri khas dalam kepariwisataan tentu harus diatur sedemikian rupa. Pada dasarnya masyarakat menciptakan beragam kuliner adalah untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya sebagai makhluk hidup. Tetapi untuk dapat dijadikan sebagai produk wisata tentu harus dilakukan beragam upaya untuk mengemasnya sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar pariwisata salah satunya adalah melalui komodifikasi. Walaupun komodifikasi sering diasosiasikan sebagai penyebab hilangnya autentisitas suatu kebudayaan, tetapi komodifikasi juga mampu menjadi ruang dalam pelestarian dan menjaga kebudayaan tetap eksis.



Seperti apa yang disampaikan Mantra (1991: 4) bahwa budaya sebagai modal dasar mempunyai pengertian dan fungsi normatif dan operasional. Konsep pariwisata budaya diharapkan antara budaya dan ekonomi pariwisata dapat saling mengisi dan menikmati keuntungan. Industri pariwisata tidak hanya diartikan dari sisi ekonomi saja, namun memiliki implikasi yang lebih luas dan mencakup keuntungan sosial budaya begitu juga sebaliknya. Sejalan dengan itu, Mantra (1991:4) menekankan bahwa dalam memuat program pengembangan kepariwisataan dan kebudayaan diharapkan mampu meningkatkan keseimbangan karakter. Terkait dengan ini, munculnya kemasan kuliner lokal yang mengusung kembali kekayaan tradisional dalam bentuk kemasan produk wisata dan dikomodifikasi sedemikian rupa akan mampu di dalam menyeimbangkan kelestarian antara budaya dengan ekonomi. Dengan demikian komodifikasi juga diharapkan mampu menggali kembali beragam budaya kuliner yang selama ini mungkin sempat redup atau bahkan menghilang untuk bangkit kembali dalam bentuk yang lebih inovatif dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat penganutnya. Berdasarkan hal tersebut maka dalam tulisan ini dibahas tentang komodifikasi sebagai bentuk invensi budaya kuliner dalam menunjang kegiatan pariwisata di kawasan wisata mataram Lombok.

LANDASAN TEORI

Tulisan ini dibahas menggunakan teori *invention of tradition* yang dicetuskan oleh Hobsbawm dan Ranger (1983). Penemuan tradisi (*invented traditions*) adalah tradisi yang muncul atau diklaim berasal dari masa lampau. Jika mungkin, bahkan secara resmi berusaha untuk menunjukkan bahwa suatu penemuan kembali tradisi ini memiliki hubungan dengan tradisi masa lalu yang masih berlanjut sampai saat ini. Dengan demikian, *invention of tradition* adalah proses formulasi dan ritualisasi tradisi yang ditandai dengan adanya rujukan terhadap tradisi masa lalu. Semua tradisi penemuan menggunakan referensi masa lalu di dalam

menemukan kembali tradisi baru yang sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari adanya tradisi masa lalu. Hal ini juga berlaku dalam budaya kuliner yang terus berkembang dengan merujuk pada budaya kuliner masa lalu.

Sedangkan dalam konsep komodifikasi gejalanya dapat dirujuk dari pemikiran Marx dan Simmel (Turner, 1992: 115-132) yang menjelaskan bahwa akibat ekonomi uang yang berdasarkan semangat menciptakan keuntungan yang sebanyak-banyaknya mengakibatkan munculnya gejala komodifikasi diberbagai sektor kehidupan. Dengan demikian komodifikasi memiliki cakupan yang sangat luas tidak hanya melihat proses produksi komoditas secara ruang lingkup ekonomi yang sempit, tetapi juga menyangkut tentang bagaimana cara pendistribusiannya menjadi barang yang dapat dikonsumsi.

Selain itu beberapa konsep tentang komodifikasi, seperti yang dijelaskan oleh Barker (2004:408) bahwa komodifikasi merupakan proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana objek, kualitas dan tanda dijadikan sebagai komoditas yang merupakan segala sesuatu yang memiliki tujuan utama untuk dijual. Lebih lanjut Piliang (2004:21) menjelaskan bahwa komodifikasi adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditas menjadi barang komoditas. Serta menurut Maunati (2004:245) menjelaskan bahwa komodifikasi kebudayaan adalah proses mengemas dan menjual objek-objek kebudayaan seperti pertunjukan-pertunjukan kesenian dan berbagai macam gaya hidup masyarakat.

Konsep wisata kuliner menurut pandangan Echols dan Shadily (dalam Putri, 2013) wisata kuliner adalah perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau melompok orang pada suatu negara atau daerah, dimana mereka (wisatawan) menikmati masakan khas negara atau daerah yang dikunjungi. Selanjutnya, Ignatov dan Smith (2006, dalam Redl, 2013: 11) mendefinisikan wisata kuliner sebagai suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dan selama perjalanan. Hal ini bertujuan untuk konsumsi makanan daerah (termasuk minuman),



atau pengamatan dan studi produksi makanan dan wisata kuliner menyangkut kepentingan dalam mencapai tujuan untuk mengetahui kebudayaan suatu tempat melalui makanannya. Selain itu, Mason & O'Mahony (2007 dalam Redl, 2013: 12) juga memberikan pandangan bahwa seseorang memungkinkan untuk melihat wisata kuliner dari sudut pandang yang lebih luas. Dalam hal ini makanan akan mampu mengekspresikan keragaman dan perbedaan tujuan dari wisata kuliner sebagai tindakan yang disengaja untuk menikmati keragaman suatu wilayah melalui makanan dan minumannya. Selain itu, pentingnya produksi dan konsumsi pangan agar keragaman tempat produk kuliner dapat dirasakan.

Sebagai salah satu penelitian sosial budaya, penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi, dengan teknik penentuan informasi secara *snowball sampling*. Data yang diperoleh berupa data primer yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif dengan beberapa langkah yang meliputi reduksi atau pemilihan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Mataram

Kawasan Wisata Mataram menjadi salah satu kawasan strategis pengembangan wisata perkotaan dan kawasan strategis pariwisata daerah (KSDP) yang diatur dalam peraturan daerah (Perda) Provinsi Nusa Tenggara Barat nomor 7 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (Ripparda). Posisi kawasan ini tepat berada di pusat Kota Mataram yang sekaligus merupakan pusat pemerintahan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sebagai kawasan wisata kota, Mataram menyajikan beragam potensi menarik terutama dari segi atraksi wisata budaya, wisata belanja dan juga wisata kuliner.

Kota Mataram memiliki ragam kuliner lokal yang bahkan sangat terkenal di Indonesia seperti Ayam Taliwang dan Sate Rembige.

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

Sebagai pusat kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Confrence and Exhibition*) di NTB, Kawasan Mataram memang memiliki peluang yang sangat besar sebagai pusat wisata kuliner di Lombok. Sama halnya dengan kota-kota lain, keberadaan pusat kuliner dapat menjadi daya tarik khusus bagi wisatawan dan menjadi penunjang wisata jasa terutama dalam memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung ke Mataram dan sekaligus sebagai oleh-oleh khas dari Lombok.

Terdapat beberapa wilayah yang begitu kental dengan kuliner khas diantaranya Karang Taliwang dengan kuliner khas yaitu ayam taliwang. Kemudian tidak jauh dari tempat ini juga terdapat pusat kuliner yang sangat khas dengan olahan kuliner lokal khas sasaknya berupa olahan sate rembige di wilayah Karang Rembige, Selaparang. Di kawasan ini, pecinta kuliner akan dapat menjumpai deretan rumah makan yang menyediakan sate rembige yang terkenal dengan rasanya yang pedas manis.

Selain kedua lokasi di atas, terdapat beberapa tempat lain yang menyediakan kegiatan wisata kuliner di antaranya Kawasan Wisata Narmada dan Suranadi yang sangat terkenal dengan sajian sate bulayak. Pengunjung dan wisatawan dapat menikmati kegiatan wisata budaya sekaligus menikmati sajian kuliner khas daerah ini. Kawasan terakhir Cakra Negara dan Udayana dengan sajian kuliner kontemporer baik makanan, jajan dan berbagai jenis minuman yang bersal dari berbagai daerah di Indonesia.

Selain jenis kuliner yang disebutkan di atas, terdapat beragam jenis kuliner lain yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Walaupun bukan hanya kuliner khas Lombok, tetapi keragaman kuliner ini memberikan variasi pilihan bagi wisatawan yang mungkin datang dari berbagai wilayah. Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan eksistensi wisata kuliner dalam menunjang kegiatan wisata perkotaan di Mataram yang diperlukan adalah upaya mengemasnya menjadi produk yang menarik bagi wisatawan. Menawarkan produk kuliner lokal yang dikemas dengan apik dan sesuai dengan kriteria pasar pariwisata, tentu mampu



mendukung terselenggaranya peningkatan eksistensi wisata kuliner di Kota Mataram.

Perkembangan Kuliner Lokal Sebagai Komoditas Pariwisata di Kota Mataram

Perkembangan industri pariwisata yang begitu pesat telah mendorong masyarakat untuk memanfaatkan kekayaan sumber daya pariwisata sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan. Sebagai langkah strategis masyarakat di Kawasan Mataram adalah dengan melakukan berbagai inovasi terhadap potensi kuliner yang sudah ada dengan cara melakukan komodifikasi ragam kuliner lokal menjadi produk kuliner yang dapat dinikmati pengunjung khususnya wisatawan.

Komodifikasi di dalam dunia pariwisata saat ini tidak hanya menyentuh makna kebudayaan dalam simbol-simbol, ikon-ikon, kesenian, budaya dan agama. Komodifikasi tidak hanya dilakukan oleh pelaku ekonomi, pemodal di bidang pariwisata, tetapi juga dilakukan oleh masyarakat (Adhika: 2012, dalam Lestari 2014:70). Saat ini komodifikasi dalam pariwisata bahkan telah menyentuh hampir seluruh unsur kebudayaan yang ada di dalam kehidupan masyarakat sehingga sering kali terjadi perbedaan penafsiran antara kebudayaan yang autentik (asli) dengan hasil komodifikasi. Sesuai dengan perkembangan tren pariwisata sebagai *life style* telah mendorong praktek komodifikasi terhadap unsur-unsur budaya lokal dan dalam konteks ini adalah budaya kuliner. Perkembangan yang terjadi kearah jaman industri kapitalis memiliki dampak terhadap tata cara dan sikap masyarakat modern. Jaman industri menekankan pada pola kehidupan masyarakat kearah modernisasi. Pada konsep ekonomi kapitalis yang membawa perilaku masyarakat pada prinsip hidup konsumerisme yang menimbulkan budaya konsumen dalam masyarakat modern (Marx, 1983:40).

Kuliner dalam konteks komodifikasi adalah sebagai sebuah budaya universal yang tidak hanya dapat dijumpai dalam satu kelompok masyarakat saja. Sebagai alat pemenuhan kebutuhan fisiologis manusia (pangan), baik makanan atau minuman tentu dimiliki oleh setiap kelompok masyarakat. Hanya saja jenis dan

bentuk kuliner yang berkembang akan menyesuaikan dengan kondisi lingkungan dan karakter budaya yang berkembang dalam masyarakat bersangkutan. Faktor lingkungan berpengaruh terhadap bahan baku kuliner yang tentunya berpengaruh terhadap hasil kuliner yang diciptakan. Jenis kuliner akan cenderung berkembang berdasarkan bahan yang tersedia di lingkungan setempat. Sedangkan dari segi karakteristik budaya dapat mempengaruhi kreativitas terhadap pemanfaatan bahan-bahan yang disediakan oleh alam sekitar serta aktivitas-aktivitas budaya yang memiliki hubungan erat dengan kuliner seperti kegiatan hajatan.

Sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia, maka kuliner tidak hanya diproduksi sebagai komoditas pariwisata tetapi juga karena menjadi kebutuhan setiap manusia. Tetapi dalam konteks komodifikasi ini, pariwisata memberikan ruang dan menjadi peluang untuk pengembangan kuliner lokal sebagai produk-produk dan kemasan wisata. Berdasarkan atas sifat tersebut maka bentuk komodifikasi yang dapat dipaparkan serta dianalisis terdiri dari beberapa bagian yang meliputi komodifikasi dari aspek produksi, komodifikasi dari aspek distribusi dan komodifikasi dari aspek konsumsi. Untuk dapat menjadi komoditi, produk-produk kuliner lokal ini dikemas dengan melakukan beberapa inovasi meliputi inovasi terhadap kemasan dan penyajian.

Salah satu aspek yang mengalami inovasi dalam rangka untuk komodifikasi dalam bidang kuliner adalah kemasan dan tata penyajian. Komodifikasi kemasan dan tata penyajian ini disesuaikan dengan perkembangan budaya masyarakat saat ini. Melalui pengembangan terhadap bentuk kemasan dan tata penyajian yang menarik maka produk-produk kuliner ini diharapkan akan dapat memasuki pasar modern serta sesuai dengan perkembangan tren konsumsi masyarakat saat ini.

Secara umum kemasan dan penyajian yang digunakan oleh para pengusaha kuliner di Kawasan Mataram sudah bervariasi mulai dari dengan tampilan yang sederhana sampai dengan yang sangat memperhatikan aspek artistik. Selain



itu kemasan yang ditawarkan dapat berupa menu tunggal dan juga paket menu yang dirancang sedemikian rupa dengan harga-harga yang menarik bagi konsumen. Menu-menu tunggal banyak digunakan oleh warung dan rumah makan kecil, sedangkan untuk restoran dan rumah makan yang lebih besar cenderung memiliki kemasan yang lebih beragam dan memiliki beragam paket menu. Selain itu alat penyajian yang digunakan juga beragam, ada yang menggunakan peralatan-peralatan makan yang bertema tradisional, ada yang menggunakan alat makan dengan bentuk modern dan juga campuran antara tradisional dengan modern. Perkembangan kemasan dan penyajian tersebut tentu telah mengalami perkembangan dari bentuk yang asli. Perubahan yang dilakukan dari segi kemasan dan tampilan dengan tujuan komersil. Adapun bentuk pengembangan dari segi kemasan dan tampilan dapat dilihat pada table 3.1.

Tabel 1. Perkembangan Kuliner Lokal Sebelum dan Setelah di Kemas

NO	Sebelum dikemas	Setelah dikemas
1	Kuliner dibuat dan disajikan menggunakan peralatan dapur biasa	Penyajian kuliner menggunakan berbagai peralatan untuk menampilkan sisi estetis dan meningkatkan daya tarik kuliner
2	Tidak dikemas khusus, masyarakat hanya mengemas untuk mempermudah menyimpan dan saat tertentu seperti oleh-oleh untuk kerabat	Dikemas sedemikian rupa untuk menarik pembeli, mempermudah saat dijual dan meningkatkan nilai produk kuliner
3	Tidak memperhatikan seni dan bentuk tampilan tetapi lebih menekankan	Tampilan penyajian sangat bervariasi mulai dari <i>plating</i> , warna, hiasan dan juga daya tarik

	rasa (<i>taste</i>) kuliner	kemasan kuliner sangat penting
4	Kegiatan konsumsi tidak memperhatikan aspek tempat dan lokasi dan cenderung dilakukan di dalam rumah bersama dengan keluarga dan kerabat.	Tampilan tempat dan pemilihan lokasi menjadi salah satu point penting sebagai penarik pembeli untuk datang serta menikmati suasana di sekitar sambil meyantap kuliner yang disajikan. Sehingga beberapa usaha kuliner menggunakan beragam tema untuk tampilan tempatnya.
	Kuliner diproduksi dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dan keluarganya	Kuliner tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan hidup individu masyarakat dan keluarga, tetapi kuliner memiliki nilai ekonomi dan perlu diperkenalkan kepada calon konsumen
	Murni sebagai alat pemenuh kebutuhan pokok atau fisiologis	Diperkenalkan sebagai tempat-tempat komersil yang bahkan tidak hanya menampilkan sajian kuliner tetapi juga <i>etertainment</i>
	Kuliner diperkenalkan melalui kegiatan-kegiatan dan hajatan keluarga dan dibuat hanya pada acara-acara tertentu	Kuliner diproduksi setiap hari sesuai kebutuhan pembeli dan diperkenalkan dengan berbagai media seperti dikenalnya set menu, <i>baliho</i> dan



		juga pemasaran lainnya.
--	--	-------------------------

Berdasarkan perbandingan di atas dapat dijelaskan bahwa untuk dapat dijadikan sebagai komoditi, maka dilakukan berbagai upaya dalam mengubah kemasan dan tampilan dari kuliner lokal yang ada di dalam masyarakat. Perubahan ini ditujukan untuk meningkatkan daya tarik sekaligus meningkatkan nilai jual dari kuliner. Hal ini juga bertujuan supaya tampilan kuliner tidak monoton, tetapi justru mampu berkembang mengikuti selera pasar. Hal ini tentu sangat sesuai dengan pendapat Piliang (2004:21) dan Maunati (2004:245) tentang konsep komodifikasi bahwa komodifikasi sebagai sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditas menjadi barang komoditas. Sedangkan komodifikasi dalam konteks kebudayaan adalah proses mengemas dan menjual objek-objek kebudayaan yang dalam konteks ini adalah kuliner lokal dalam pariwisata.

Invensi Budaya Kuliner dalam Komodifikasi Kuliner Lokal

Aspek historis dan kedaerahan dalam tren kuliner masyarakat modern juga menjadi salah satu daya tarik. Seperti halnya kuliner yang menjadi warisan dan resep keluarga secara turun temurun sehingga di dalamnya memiliki nilai berbeda yang berhubungan dengan historis suatu keluarga. Warisan leluhur berupa resep dan bumbu-bumbu rahasi pada kuliner kuliner dapat diregenerasi secara terus menerus melalui usaha kuliner. Kegiatan ini juga tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelestarian budaya tetapi juga mampu memberikan kesejahteraan ekonomi bagi keluarga yang menekuninya. Ini membuktikan bahwa adanya komodifikasi selain untuk kepentingan dan keuntungan finansial juga memberikan dampak yang sangat positif dari segi pelestarian budaya khususnya kuliner.

Kawasan Mataram yang tergolong sebagai kawasan perkotaan dengan masyarakat yang prularistis tentu juga berpengaruh terhadap keragaman budaya dalam masyarakat. Hal ini tentu mendorong terjadinya asimilasi atau percampuran antar budaya masyarakat dari berbagai daerah dan muncul beragam budaya

dengan bentuk baru dan tidak terkecuali munculnya ragam kuliner baru. Oleh karena itu, *invention of tradition* sangat penting dalam membangkitkan kembali budaya kuliner yang sudah mulai kurang eksis dalam masyarakat.

Sebagian dari pengusaha telah mengembangkan jenis kuliner yang telah ada secara turun temurun dan masih eksis sampai sekarang. Hanya saja, saat ini ada beberapa kegiatan yang berhubungan dengan kuliner telah mengalami penurunan intensitas terutama dalam hajatan seperti *begibung*. Walaupun di kampung-kampung masih cukup sering dilakukan tetapi untuk di Mataram sudah mengalami penurunan intensitas dan digantikan oleh bentuk yang lain seperti prasmanan (*buffet*). Oleh karena itu, komodifikasi yang dilakukan juga menjadi salah satu upaya agar budaya kuliner ini tetap berkembang.

Selain sebagai upaya untuk pelestarian dan regenerasi, adanya komodifikasi kuliner lokal dapat menyesuaikan dengan tren dan perkembangan masyarakat saat ini. Melalui komodifikasi ini mampu memberikan beberapa implikasi terhadap invensi dan pelestarian kuliner lokal. Hal ini dilihat dalam bentuk:

1. Kuliner yang biasanya hanya diperuntukkan bagi kebutuhan hidup telah berkembang sebagai komoditi yang memberikan keuntungan bagi masyarakat pelakunya. Melalui hal ini, masyarakat semakin terdorong untuk mengembangkan bisnis kuliner dan membantu pelestarian kuliner.
2. Kuliner yang dijual oleh masyarakat tetap menunjukkan daerah asal dan tetap membawa unsur khas Lombok.
3. Walaupun mengalami komodifikasi dan muncul dalam bentuk dan tren yang semakin banyak tetapi unsur tradisional dan ciri khas lokal tetap menjadi hal yang dipertimbangkan terutama dalam menarik minat pembeli.
4. Melalui wisata kuliner yang memuat unsur-unsur lokal selain mampu memperkenalkan budaya lokal juga



menambah pengalaman wisatawan selama datang berkunjung ke Lombok.

5. Komodifikasi membantu keberlanjutan kuliner lokal yang bagi masyarakat sudah mulai ditinggalkan tetapi justru memiliki nilai dan keunikan dalam usaha pariwisata.

Dengan demikian, adanya kegiatan pariwisata di Kawasan Mataram yang mendorong kreativitas masyarakat dari segi bisnis memberikan manfaat secara tidak langsung kepada keberlanjutan budaya yang dijadikan sebagai objek bisnis wisata. Walaupun komodifikasi dan pemanfaatan budaya sebagai objek pengembangan wisata cenderung diorientasikan pada hal negative, tetapi jika dikaji lebih mendalam ternyata hal ini memberikan banyak manfaat dalam pelestarian budaya.

Walaupun tidak ada unsur-unsur budaya kuliner yang hilang, tetapi dengan tren sebagai daya tarik wisata tentu akan memberi dorongan untuk kebangkitan kembali berbagai kuliner tradisional yang mungkin sempat dilupakan masyarakat. Apalagi dalam tren masyarakat modern dalam perjalanan wisatanya mereka cenderung mencari apa yang menjadi khas dan autentik dari daerah yang dikunjungi tidak terkecuali kulinernya. Selain itu, praktik-praktik bisnis masyarakat juga semakin cerdas, dengan menambahkan berbagai atribut maka produk-produk lokal sudah mampu berkembang ke arah glokalisasi. Dan tentunya dalam mencapai pelestarian budaya apapun bentuknya maka peran pariwisata sangat dibutuhkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kuliner merupakan salah satu kebutuhan penting dalam kehidupan masyarakat. Kuliner juga muncul dan berkembang sebagai hasil kreativitas masyarakat sepanjang peradaban manusia. Setiap kelompok masyarakat juga pasti memiliki karakteristik budaya kuliner yang berkembang menyesuaikan lingkungan dan masyarakatnya. Seiring perjalanan waktu, kuliner ternyata tidak hanya dijadikan sebagai alat pemenuh kebutuhan dasar, tetapi berkembang

dan dikomodifikasi sebagai produk yang dapat menghasilkan keuntungan. Hal ini juga semakin berkembang dalam kegiatan pariwisata terutama di Kawasan Mataram. Sebagai kawasan yang menjadi pusat kegiatan MICE, Mataram tidak hanya berpeluang menawarkan jasa menginap, tetapi juga menawarkan atraksi tambahan dalam bentuk wisata kuliner terutama di beberapa pusat wisata yang terkenal dengan aktivitas kulinernya seperti Kawasan Rembige, Karang Taliwang, Cakra Negara, dan Udayana. Didalam konteks wisata kuliner inilah masyarakat pelaku usaha telah melakukan berbagai inovasi untuk menjadikan kuliner sebagai produk dagangan atau komodifikasi. Sehingga terjadi beberapa perkembangan dari bentuk asli budaya kuliner dengan hasil komodifikasi seperti perubahan alat dan tata penyajian, pemasaran dan juga berbagai metode untuk pengembangan supaya kuliner lebih nikmat bagi pembeli. Walaupun demikian, upaya komodifikasi ini juga memberikan manfaat positif dari aspek pelestarian budaya lokal khususnya budaya kuliner. Walaupun berkembang dalam bentuk kemasan-kemasan baru tetapi tidak mengubah ciri khas dan nilai historis dari sebuah kuliner.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disampaikan beberapa saran terhadap pemecahan masalah yang terjadi di lapangan yaitu:

1. Hendaknya dilakukan inventarisasi dan klasifikasi terhadap kuliner lokal yang ada dalam masyarakat Kota Mataram supaya saat terjadi perkembangan dan inovasi maka bentuk asli dari sebuah kuliner masih memiliki catatan untuk dapat dijadikan referensi.
2. Masyarakat khususnya pelaku usaha kuliner perlu mengkemas event atau kegiatan yang berhubungan dengan kuliner seperti *begibung* sebagai atraksi wisata, sehingga event ini tetap dikenal masyarakat luas dan juga mampu menghasilkan manfaat ekonomi untuk tujuan keberlanjutan.



3. Dalam set menu yang ditawarkan pada sebuah tempat kuliner hendaknya diberikan keterangan daerah asal dari kuliner yang ditampilkan, selain untuk tujuan edukasi, hal ini juga akan berfungsi mempromosikan daerah asal kuliner tersebut.

[11] Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

[12] Suwantoro. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.

[13] Turner, Bryan S. 1992. *Max Weber: From History to Modernity*. London: Routledge.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barker, Chris. 2003. *Cultural Studies, Teori dan Praktik* (terjemahan). Yogyakarta: Bentang Budaya.
- [2] Harvey, Ena. 2012. *Management Coordinator- Caribbean & Agrotourism Specialist*. 13th Annual Caribbean Conference On Sustainable Tourism Development.
- [3] Kusmayadi. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [4] Mantra, I.B. 1992. *Bali, Masalah Sosial Budaya dan Modernisasi*. Denpasar: Upada Sastra.
- [5] Maunati, Yekti. 2004. *Komoditas Dayak Komodifikasi dan Politik Kebudayaan*. Yogyakarta: LkiS.
- [6] Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- [7] Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diartha. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi: Yogyakarta.
- [8] Pitanatri, Putu Diah Sastri. 2016. *Inovasi Dalam Kompetisi: Usaha Kuliner Lokal Menciptakan Keunggulan Kompetitif di Ubud*. Jumpa. Vol.2, Juli 2016.
- [9] Putri, I.A. Eka Trisna, A. Sri Sulistyawati, F.Suarka dan N.M. Ariani. 2012. *Pengembangan Makanan Khas Bali Sebagai Wisata Kuliner (Culinary Tourism) Di Desa Sebatu Kecamatan Tegalalang Gianyar*. Udayana Mengabdikan Vol 12 No.1: Oktober 2012.
- [10] Redl, Sabrina. 2013. *Culinary Tourism for Young Adult Travellers and its connection to Destination Management*. Thesis: Viena University.