

# KIAT BISNIS MAKANAN TRADISIONAL

## PENDAHULUAN

Sebagaimana diketahui bahwa makanan bagi kesehatan tidak hanya penting untuk pemenuhan gizi dan untuk mempertahankan kesehatan secara optimal, akan tetapi makanan memiliki fungsi sosial, budaya, politik, dan ekonomi.

Berbagai jenis makanan yang dihasilkan suatu bangsa dapat dipakai sebagai salah satu ukuran tingginya kebudayaan dari bangsa yang bersangkutan. Makanan tidak hanya sebagai sarana untuk memenuhi gizi, mempertahankan hubungan antar manusia, tetapi dapat pula dijual dan dipromosikan untuk keperluan pendapat daerah.

Era otonomi menuntut berbagai usaha pemerintah daerah untuk menggalakkan masukan daerah dari berbagai bidang usaha, antara lain dengan terus meningkatkan dan merupakan bidang pariwisata. Makanan tradisional sebagai makanan khas daerah merupakan makanan nenek moyang, yang sekaligus merupakan asset nasional. Hal ini jika ditangani secara sungguh-sungguh akan menjadi salah satu media promosi terutama apabila dikaitkan dengan pengenalan kekayaan budaya bangsa dalam mendukung program kepariwisataan.

Pengembangan program pariwisata seperti wisata alam dan wisata budaya selalu terkait dengan masalah makanan, karena makanan merupakan salah satu kebudayaan dasar manusia. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata tidak dapat terlepas dari masalah makanan dan bahkan makanan dapat digunakan sebagai salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Konserfasi internasional pariwisata yang pernah dilakukan di Yogyakarta menekan pentingnya wisata budaya yang dapat dijual dan dipromosikan sebagai daya tarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Menurut Sri Sekartaji Asmoro (1993) pengembangan wisata budaya termasuk makanan tradisional sangat mendukung program '*Aku Cinta Makanan Indonesia*' yang mulai dicanangkan sejak bulan Oktober 1993.

Pada era globalisasi saat ini makanan tradisional muncul berdampak dengan makanan modern produk negara lain, dan bahkan dirasa hampir tergusur. Hal tersebut dapat dilihat sebagian anak-anak muda Indonesia menganggap makanan seperti Kentucky Fried Chicken, Mc. Donald, Pizza Hut dan sebagainya adalah jenis makanan bergengsi.

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi lunturnya kegemaran sebagian masyarakat terhadap makanan tradisional antara lain adanya perubahan gaya hidup, perkembangan ekonomi, gencarnya promosi dan tersedianya makanan tradisional sendiri belum mampu menarik peminat karena dari segi penyediaan dan pengolahan atau teknologi makanan tradisional yang kurang praktis serta keamanannya masih diragukan.

Masyarakat Indonesia sejak dahulu memiliki kebudayaan yang mantap. Salah satu aspek kebudayaan bagian budaya yang penting adalah tidak sekedar membuka kembali dokumen. Hal ini sering tidak kita sadari, bahwa proses sosialisasi kita dimulai dari makanan, setelah bayi berhenti menyusu, yang diberikan adalah makanan yang biasa dimakan keluarganya. Memang saat ini anak-anak cenderung mendapatkan makanan dari berbagai formula yang dibuat oleh pabrik. Namun demikian, secara berangsur-angsur anak akan mengkonsumsi makanan yang biasa dikonsumsi oleh keluarga. Makan dalam keluarga untuk sebagian besar adalah makanan yang secara turun temurun dikonsumsi dengan berbagai modifikasi (Yaumil Agus Achir dan Kartomo Wirousahardja,1995).

## **BISNIS MAKANAN TRADISIONAL**

Futurolog meramal bahwa terdapat terdapat dua bidang di era global yang primadona yakni bisnis telekomunikasi serta bisnis makanan dan minuman. Bisnis bidang makanan merupakan bisnis yang menarik dapat merupakan peluang yang menjanjikan dan alasan orang makan di luar diantaranya: Status ekonomi sosial yang meningkat, alasan kesibukan terutama berkaitan dengan peranan atau kesibukan ibu di sector public, trend perilaku hubungan sosial, juga untuk menjamu relasi, praktis, higienis, dan alasan lain seperti “banyak wanita tidak bias memasak”.

Sudah saatnya kita bangsa Indonesia dalam memenuhi kebutuhan pangan harus tidak tergantung pada Negara lain. Indonesia yang terdiri dari beberapa Propinsi memiliki potensi makanan yang beraneka macam. Keanekaragaman bahan pangan pangan yang ada merupakan modal untuk dapat dikembangkan sehingga dapat menjadi asset pendapat suatu daerah. Adapun alternative bentuk bisnis makanan tradisional adalah dapat berupa: restoran, catering dan juga industri makanan serta sejenisnya.

## **BISNIS RESTORAN**

Restoran adalah bentuk bisnis menjual makanan dengan letak dan menu yang menarik. Bisnis restoran perlu disiapkan secara cermat. Pengunjung tidak terbatas tamu dimistik saja, tetapi wisatawan asing juga membutuhkan makana disamping transportasi dan akomodasi. Oleh karena itu bisnis restoran turut berperan dalam mengembangkan wisata, sehingga juga dapat disebut wisata boga, karena hamper 20% seluruh pengeluaran wisatawan digunakan untuk makanan (Bisnis Indonesia 29-7-95). Berdasarkan hasil penelitian (1999) keinginan yang diharapkan oleh para pengunjung pada suatu restoran adalah:

- a. kelezatan masakan
- b. servis dan keramahan
- c. kebersihan
- d. kenyamanan ruangan
- e. tata letak makanan yang disajikan
- f. kecepatan pelayanan
- g. kelengkapan menu
- h. harga
- i. fasilitas lain seperti: toilet tempat cuci tangan dan parker

Lokasi tempat berdirinya restoran tidak banyak menjadi masalah, karena dimanapun kalau sudah senang terhadap restoran tersebut akan dicari, karena konsumen mempunyai loyalitas yang tinggi. Sebagai contoh kita menjual paket khusus masakan daerah Gunung Kidul dengan menu:

Pembuka : Terancam rumput laut

Makanan Pokok : Nasi uleng, empal daging, sayur lombok hijau, terik daun papaya

Kudapan : Wingko singkong dan enting-enting jahe

Minuman : Semelak pace dan Wedang secang

Paket makanan dihidangkan secara lesehan dengan alunan musik Campursari, dilayani oleh pramunia dalam pakaian adat, dapat pula ditunjukkan cara membuat secara hidangannya. Derah Blora dengan: Sate Blora, Soto Blora yang penyajiannya menggunakan alas daun jati.

## **BISNIS KATERING**

Penjualan makanan pada bisnis catering biasanya berupa pesanan dari konsumen atau pelanggan. Dengan demikian usaha catering dalam memproduksi harus memiliki kemampuan untuk menaksir antara bahan baku yang disiapkan dengan jumlah yang dihasilkan sehingga tidak terjadi kelebihan dan kekurangan yang sangat berarti. Beberapa model yang perlu diperhatikan adalah: penjual pada pelanggan individu, penjualan pada pelanggan kelompok kecil, penjualan untuk kelompok besar seperti: pesta perkawinan, seminar dsb. Hal yang perlu diperhatikan adalah bila jumlah pesanan tidak dampaknya pada perusahaan catering yang dianggap mencari untung terlalu banyak sehingga pesanan yang disediakan terlalu sedikit.

Guna pengembangan makanan daerah sesuai dengan potensi yang ada, menu yang ditawarkan hendaknya juga mendukung pengembangan daerah. Masyarakat setempat harus bangga memiliki bahan makanan maupun jenis produk makanan yang spesifik dan dapat diunggulkan. Dengan demikian secara tidak langsung turut mempromosikan asset daerah yang memiliki karakteristik khusus.

### **Industri makanan**

Industri makanan merupakan bagian dari sector industri secara umum yang memadukan ekonomi dan unsure teknologi yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, terutama peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja serta pendapatan daerah.

Berbagai jenis industri makanan dan minuman dari industri rumah tangga hingga industri yang besar telah ada di Indonesia. Sebagai contoh : industri minyak goreng, aneka makanan ringan seperti; aneka kripik, kacang goreng, belut goreng, kue kering dan sebagainya yang pada umumnya masih bersifat home industri baik skala kecil, menengah maupun skala besar.

Makanan produk industri besar maupun kecil harus diarahkan pengembangannya berdasarkan ketersediaan bahan dasar setempat serta makanan khas daerah. Misalnya: Sleman salak pondoh, Kulon progo dengan geblek, bantul dengan geplak, wonosari dengan pathilo, Yogya Gudeg dan bakpia, beberapa daerah pantai dengan berbagai produk ikan dan hasil olahannya.

