

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jakarta sudah banyak dipenuhi dengan makanan khas dari berbagai daerah, semacam gorengan, kaki lima, Warung makanan khas tradisional, minuman dingin kekinian, kuliner kue tradisional, aneka keripik dan lain-lain. Indonesia memiliki peningkatan 2,54% dibagian Makanan dan Minuman pada tahun 2020-2021, Badan Pusat Statistik (BPS) telah mengeluarkan laporan produk domestik bruto (PDB) Indonesia di golongan makanan dan minuman atas dasar harga berlaku sebesar Rp 1,12 kuadriliun pada tahun 2021.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), DKI Jakarta memiliki 5.159 usaha di bidang makanan dan minuman berskala menengah dan meningkat di tahun 2020. Jumlah itu menyatakan bahwa DKI Jakarta mempunyai jumlah usaha terbesar di antara provinsi lainnya di Indonesia. Usaha di bidang makanan dan minuman di Indonesia berjumlah sekitar 11.223 pada 2020. Jumlah itu terdiri dari adanya 8.042 restoran maupun rumah makan, 269 usaha katering, dan 2.912 usaha penyedia makanan dan minuman lainnya. Sebesar 53,58 persen usaha penyedia makanan dan minuman berada di mal. Ada juga sebanyak 11,76 persen usaha makanan dan minuman berada di kawasan industri, 8,11 persen di pusat kuliner, dan 22,75 persen berada di lokasi lainnya.

Makanan tradisional dapat memiliki definisi yang bervariasi. Menurut Muhilal (1995), makanan tradisional adalah makanan yang telah diwariskan atau sudah membudaya di masyarakat Indonesia.

Selain itu, menurut Sastroamidjojo, S. (1995) makanan lokal dapat didefinisikan sebagai makanan yang sudah dianggap umum oleh masyarakat, dikonsumsi sejak beberapa generasi, tidak bertentangan dengan keyakinan agama masyarakat lokal, dan bahan-bahan yang digunakan terbuat dari bahan makanan dan rempah lokal.

Makanan lokal dan rasanya mencerminkan identitas budaya atau pun sejarah suatu tempat yang dapat menyebabkan perpecahan sosial budaya (Weichart 2014).

Kuliner internasional merupakan makanan yang berasal dari negara luar yang diolah menggunakan alat masak dan gaya yang sesuai dari asal negaranya, Kuliner internasional juga seringkali mengalami penyesuaian bahan, resep dan cita rasa untuk diterima secara luas dalam masyarakat umum (Asmali, Asmali 2020).

Salah satu kuliner yang berasal khas dari Ibukota Indonesia, Jakarta adalah Asinan betawi yang terbuat dari beragam jenis buah-buahan atau sayuran yang telah dicampur dengan saus kacang. Sayuran dan Buah-Buahan yang sering dipakai dalam pembuatan asinan betawi ini adalah timun, tahu, kol, tauge, dan selada. Gula merah, cabai rawit, air asam, dan garam adalah bahan utama bumbu kacang. Bahan ini menghasilkan kombinasi rasa yang asam, pedas, manis, dan unik (Indira Rezkisari 2017).

Asinan betawi ini mempunyai sejarah yang sangat panjang dan berakar dari zaman kolonial belanda di Jakarta. Awalnya, asinan betawi disebut “*Assinang*” ini adalah kata yang berasal dari bahasa Belanda, yaitu “*ajinen*” yang bermaksud asam. Asinan betawi telah dipengaruhi oleh makanan Arab dan Tionghua. (Firdaus, R. N., Mulyanti, S., & Alawiyah, N. 2021).

Menurut Lance Castle (1967), Budaya kuliner Indonesia dijejak dari masa penjajahan Belanda di Indonesia. Di saat itu, Belanda melakukan banyak ekspor rempah dari Indonesia ke tanah air Belanda. Dikarenakan rasa pedas yang kuat dari rempah Indonesia, juru masak Betawi berusaha untuk menciptakan hidangan yang tepat dengan lidah para Belanda, dan inilah dimana Asinan Betawi diciptakan.

Awalnya bahan Asinan Betawi merupakan nanas dan timun yang dibumbui dengan saus kacang. Seiring perkembangan kuliner, orang Betawi mulai mengembangkan Asinan Betawi dengan menggunakan perpaduan buah dan sayuran lainnya. Dikarenakan perkembangan rasa baru, Asinan Betawi menjadi salah satu kuliner khas budaya Jakarta.

Asinan Betawi biasanya dijual oleh pedagang kaki lima dan di pasar tradisional Jakarta. Berkembangnya Bisnis kuliner, meningkatnya Asinan Betawi menjadi ternama dan mulai dijual di restoran.

Restoran Asinan Betawi H. Mansyur yang dimulai oleh Almarhum Bapak H. Mansyur pada tahun 1960an, bermula dijual melalui gerobak sebagai pedagang jalanan. Menurut informasi yang diambil dari *google review*, restoran Asinan

Betawi H. Mansyur yang terletak di Rawamangun masih merupakan pilihan masyarakat lokal sebagai pilihan utama dalam mengkonsumsi asinan sayur tersebut, Sekarang restoran Asinan Betawi H. Mansyur, dilanjutkan oleh generasi penerus ke-tiga, Mbah Ayu.

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mempermudah mengetahui target audiens tentang pertanyaan mengenai "Asinan Betawi H. Mansyur Kamboja". Periode pengisian Kuesioner dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2023 hingga 27 Oktober 2023. Kriteria responden adalah masyarakat berusia antara 15-50 tahun yang berdomisili di Jakarta. Dapat dirangkum beberapa pertanyaan dasar dari kuisisioner sebagai berikut:

Berdasarkan hasil kuesioner dari total 86 responden, Mayoritas banyak yang mengetahui tentang Restoran Asinan Betawi H. Mansyur. Terlebih itu, ada tambahan pertanyaan untuk mengetahui preferensi responden terhadap kuliner local dan internasional, dimana beberapa responden mempunyai tanggapan bahwa kuliner internasional lebih unggul dibandingkan dengan kuliner lokal.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa kah yang menjadi sejarah dari Asinan Betawi H. Mansyur?
2. Apa yang membuat Asinan Betawi H. Mansyur berbeda dengan Asinan Betawi lain nya?
3. Apa dampak Asinan Betawi H. Mansyur terhadap kompetisi dengan kuliner internasional?
4. Apa strategi bisnis Asinan Betawi H. Mansyur?

1.3 Tujuan *Storytelling*

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan *storytelling* adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan awal asinan sampai tahun 2023.
2. Untuk mengetahui keunikan Asinan Betawi H. Mansyur dengan Asinan lainnya.

3. Untuk mengetahui tanggapan Mbah Ayu terhadap dampak kompetisi dengan kuliner internasional.
4. Untuk mengetahui rencana pemilik Asinan Betawi H. Mansyur mempertahankan dan bagaimana ini akan berlanjut untuk kedepan nya.

1.4 Manfaat *Storytelling*

Berdasarkan tujuan *storytelling* diatas, manfaat *storytelling* penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menginformasikan tentang perkembangan Asinan.
2. Menginformasikan tentang keunikan Asinan Betawi H. Mansyur.
3. Menginformasikan tentang tanggapan Mbah Ayu terhadap kompetisi dengan kuliner internasional.
4. Menginformasikan tentang strategi Mbah Ayu dalam perkembangan Asinan Betawi H. Mansyur.

