

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Chef Ragil Imam Wibowo merupakan seorang chef profesional yang sudah berkecimpung di bidang kuliner Indonesia sejak lama. Perjalanan karir beliau di bidang kuliner dimulai saat beliau bekerja sebagai seorang chef di Millennium Hotel dan Grand Hyatt Jakarta. Seiring berjalannya waktu, kekreatifan Chef Ragil serta pemahaman beliau akan tren kuliner terkini membantunya dalam membuat bisnisnya sendiri seperti Dixie, Ginger Li, Segarra, serta Warung Pasta dan juga Nusa Indonesian Gastronomy. Berbagai penghargaan telah beliau dapatkan mulai dari skala nasional sampai internasional. Meskipun beliau adalah seorang figur chef yang cukup dikenal, beliau tidak pernah bosan untuk memperkenalkan kuliner serta budaya Indonesia lewat kreasinya, baik ke audiens lokal maupun luar negeri.

Menurut lansiran dari *website* Nusa Indonesian Gastronomy, Chef Ragil sendiri sudah tertarik untuk melestarikan warisan kuliner Indonesia, khususnya menggunakan bahan-bahan lokal serta resep otentik. Dengan teknik memasak tradisional dengan presentasi makanan modern, Chef Ragil ingin mengembangkan masakan Indonesia agar masyarakat dapat mendapat perspektif yang berbeda tentang kuliner Indonesia. Dalam pembuatan konsep NUSA Indonesian Gastronomy, tujuan utama Chef Ragil adalah fokus pada bahan-bahan asli Indonesia, mendukung petani lokal dan menunjukkan rasa rempah-rempah yang kaya saat dikombinasikan ke dalam hidangan. Tujuannya adalah untuk membuat pecinta makanan tidak hanya menikmati cita rasa gastronomi Indonesia yang kompleks, tetapi juga untuk menghargai akar budaya Indonesia.

Menurut Panut Mulyono selaku Rektor UGM, gastronomi Indonesia dapat menjadi salah satu kontributor yang signifikan dalam mendukung perekonomian dan ketahanan pangan apabila dikembangkan lebih lanjut di industri kuliner dan pariwisata (Tiofani, 2021). Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani, berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif,

sektor kuliner adalah salah satu sub sektor yang menjadi penyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) terbesar dari ekonomi kreatif (Rahmawati, 2021). Selain dari menjadi pendukung perekonomian dan ketahanan pangan di Indonesia, ilmu gastronomi juga bisa menjadi salah satu faktor pendorong kemajuan di bidang kuliner Indonesia, di mana hal ini dapat menambah pengetahuan para pelaku bisnis di bidang kuliner untuk menciptakan inovasi produk makanan yang mengikuti perkembangan zaman namun tetap terikat erat dengan kebudayaan Indonesia. Seiring dengan evolusi proses penyajian dan penyantapan hidangan, gastronomi telah menjadi sumber identitas yang signifikan di beberapa restoran *fine dining* di Jakarta bagi masyarakat di era modern (A.M. & R., 2002).

Gastronomi sendiri didefinisikan sebagai seni dan ilmu akan makanan yang baik serta melingkupi pembelajaran, perkembangan dan asal usul dari sebuah tradisi atau kultur makanan dari segi sosial, ekonomi dan geografis (Gillespie C. &., 2001). Kata gastronomi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu ‘*gastros*’ yang memiliki arti lambung dan ‘*nomos*’ yang memiliki arti ilmu (A.M. & R., 2002). Sementara kuliner sendiri memiliki arti kegiatan yang berfokus pada masak-memasak dan penyajian (Siregar & Suwarti, 2020); berbeda dengan gastronomi yang erat hubungannya dengan kadar nutrisi, latar belakang, dan nilai seni dari suatu hidangan (Gillespie C. &., 2001).

Salah satu contoh restoran gastronomi yang terdampak oleh pandemi dan harus tutup pintu untuk sementara waktu adalah Nusa Indonesian Gastronomy. Nusa merupakan restoran *fine dining* yang mengimplementasikan konsep gastronomi pada kuliner Indonesia yang terletak di Kemang, Jakarta Selatan. Dengan *tagline* mereka yang berbunyi “*An edible story of Indonesia*”, mereka bertujuan untuk memperkenalkan budaya kuliner Indonesia dalam bentuk *fine dining* tanpa menghilangkan unsur tradisional dari hidangan aslinya.

Oleh karena itu, muncul rasa ketertarikan yang cukup kuat dari kami untuk mengulas lebih dalam mengenai strategi Nusa Indonesian Gastronomy dalam menghadapi situasi pandemi ini. Alasan kami memilih Nusa sebagai

target objek *storytelling* kami adalah untuk memperkenalkan Nusa Indonesian Gastronomy sebagai restoran yang mengusung konsep *fine dining* dengan hidangan Indonesia sebagai hidangan utama mereka melalui penerapan ilmu gastronomi yang disuguhkan oleh Nusa melalui proses yang panjang dan penuh determinasi. Ditambah dengan fakta bahwa Nusa Indonesian Gastronomy merupakan restoran yang mengusung konsep *fine dining* dimana konsep ini susah beradaptasi di situasi pandemi seperti sekarang ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa itu Nusa Indonesian Gastronomy?
2. Bagaimana strategi Nusa untuk bertahan di tengah situasi pandemi?

1.3 Tujuan Storytelling

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituturkan di atas, maka tujuan dari *storytelling* yaitu:

1. Memperkenalkan bisnis restoran Chef Ragil di bidang gastronomi yang terletak di daerah Kemang, Jakarta Selatan yaitu Nusa Indonesian Gastronomy, Warung Pasta, serta Locarasa.
2. Mencari tahu strategi Chef Ragil dan tim agar Nusa dapat beradaptasi dengan situasi pandemi untuk mempertahankan bisnis.

1.4 Target Audiens

Berdasarkan topik dan tujuan dari *storytelling* kami, maka target audiens yang kami fokuskan adalah orang-orang dewasa kisaran usia 25-40 tahun yang mempunyai atau memiliki keinginan untuk membangun usaha di bidang kuliner di masa pandemi, dengan harapan setelah memperkenalkan Nusa Indonesian Gastronomy serta konsep yang mengutamakan kuliner Indonesia sebagai objek utama yang dikembangkan dapat menginspirasi mereka untuk membangun bisnis dengan konsep serupa untuk menyebarluaskan potensi dan keberagaman kuliner Indonesia.