

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki beragam destinasi pariwisata, perpaduan akan keindahan alam Indonesia, keberagaman suku dan budaya, membuat Indonesia memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawanannya salah satunya adalah dunia perkulineran di Indonesia. Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia membuat masyarakat memanfaatkan kondisi tersebut dengan membuka restoran ataupun tempat makan dengan tujuan memperkenalkan kuliner Indonesia kepada turis lokal maupun mancanegara serta sebagai sumber penghasilan sehari-hari.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, untuk industri kuliner diatur dalam Pasal 14 E yang menjelaskan tentang “usaha jasa makanan dan minuman” adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, kafe, jasa boga, dan bar/kedai minum.” Pasal ini mendukung fakta bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam dunia makananan dan minumannya sehingga daya tarik ini didukung penuh oleh negara.

Berbicara mengenai makanan, dalam satu teori mengatakan bahwa makanan merupakan suatu elemen yang paling dibutuhkan di kehidupan manusia. Sejak zaman dahulu, manusia memiliki naluri yang sangat kuat untuk bertahan hidup dengan cara mengkonsumsi sesuatu. Makanan adalah salah satu syarat bagi umat manusia agar bisa menjaga keberlangsungan hidupnya. Mengingat ketidakmungkinan manusia untuk terlepas dari bermacam-macam elemen untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya, Makanan menjadi salah satu elemen yang termasuk kebutuhan tersebut. Dikarenakan adanya keharusan bagi manusia untuk mengonsumsi makanan, maka makanan dikategorikan sebagai barang primer yang

membuat manusia akan terus berjuang untuk memperolehnya agar terpenuhi kebutuhannya (Maslow, 2016)

Sehubungan dengan adanya kehadiran makanan dalam kehidupan manusia maka, terciptalah juga dunia kuliner. Saat ini, dunia kuliner juga telah menjadi gaya sebuah gaya hidup, sehingga dapat dikatakan dunia kuliner merupakan alat yang digunakan manusia untuk bertahan hidup dan mencari sumber penghasilan. Terciptanya dunia kuliner yang begitu luas tentu didukung oleh berbagai macam elemen yang terkandung dalam kuliner itu sendiri, salah satunya adalah bahan-bahan masakan atau rempah-rempah yang digunakan sebagai alat pendukung utama dalam masakan sehingga suatu masakan dapat menciptakan sensasi kelezatan bagi penikmatnya.

Indonesia dapat dikatakan sebagai negara yang memiliki keanekaragaman masakan yang khas di setiap daerah, hal ini disebabkan karena terdapatnya berbagai macam jenis rempah-rempah. Sebagai penghasil rempah – rempah terbesar membuat Indonesia menjadi pusat perdagangan sejak masa kolonial Belanda, banyaknya negara yang singgah di Indonesia menyebabkan banyaknya perpaduan budaya dan akulturasi pada kuliner Indonesia. “Rempah-Rempah Khas Indonesia yang Banyak Diekspor (Kemenparekraf. 2021)”.

Oleh karena adanya akulturasi dengan budaya pendatang dan kuliner setempat membuat adanya penyesuaian dan tercipta menu masakan baru, salah satunya adalah soto. Menurut Bromokusumo (2013), kata soto pertama kalinya berasal dari Semarang yang diadaptasi dari bahasa Tionghoa. Kata soto atau coto berasal dari suku kata *cao* yang berarti rumput, *shao* yang berarti memasak dan *du* yang berarti jeroan sapi atau babat. Soto atau coto merupakan makanan khas nusantara yang menggunakan kaldu yang ditambahkan dengan rempah-rempah sebagai bahan utamanya dan juga ditambahkan bahan lainnya seperti sayuran, daging dan bahan pendukung seperti bawang goreng, daun bawang atau bahan yang bersifat aromatik lainnya yang berasal dari tumbuhan. Soto pada awalnya berasal dari negeri Tiongkok merupakan hasil persilangan budaya yang telah ada di Indonesia (Lombard, 2005). Pada dasarnya soto atau coto memiliki begitu banyak versi di setiap daerah yang tersebar di Indonesia. Setiap versi soto atau coto berbeda-beda satu dengan yang lainnya dan berevolusi dengan sendirinya seiring dengan

berjalannya waktu. Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan soto di setiap daerahnya berbeda mengikuti rempah-rempah, sumber daya alam, preferensi rasa, akulturasi atau budaya dan tradisi yang khas di masing-masing daerah sehingga menambah daftar kekayaan dalam dunia kuliner Indonesia.

Salah satu soto di Indonesia yang begitu populer adalah Soto Kuning. Soto Kuning merupakan salah satu jenis soto begitu melegenda khususnya di daerah Bogor, Jawa Barat. Pada dasarnya, perkembangan soto tidak terlepas dari kehadiran orang Tionghua pada tahun 1619 (Blackburn, 2011). Pendapat lain juga menyebutkan bahwa pada tahun 1740 merupakan peristiwa penting dalam struktur sejarah soto. Pada saat itu, begitu banyak pendatang dari Tiongkok yang datang ke Batavia untuk melakukan pemberontakan terhadap pemerintahan Belanda dan inilah titik mula terjadinya pertemuan antara budaya Tiongkok dan Indonesia dan seiring berkembangnya zaman dan waktu, banyak orang yang bermigrasi dari ibu kota ke daerahnya masing-masing dan dalam hal ini, terciptalah soto kuning yang dibawa oleh proses perpindahan penduduk dan faktor bahan makanan yang mudah di temui di daerah Bogor itu sendiri.

Salah satu Soto Kuning yang banyak diminati oleh warga sekitar Bogor itu sendiri adalah Soto Kuning Pak Bongkok. Kuah yang gurih dan pilihan isian dari soto kuning tersebut menjadikan Soto Kuning Pak Bongkok menjadi salah satu pilihan makanan favorit bagi masyarakat sekitar dan diminati bagi hampir semua kalangan. Setelah hampir 40 tahun merintis usahanya, hasil jerih payah dari pengelola Soto Kuning Pak Bongkok berbuah manis. Banyaknya pelanggan yang menyerbu Soto Kuning Pak Bongkok menandakan bahwa rasa yang khas dari Soto Kuning Pak Bongkok begitu diminati. Mulai dari daging kepala sapi hingga jeroan sapi menjadi menjadikan Soto Kuning Pak Bongkok adalah salah satu restoran Soto Kuning yang lengkap (Sonia Basoni, 2018)

Nama Soto Kuning Pak Bongkok masih diminati oleh banyak orang sampai sekarang dikarenakan cita rasa yang konsisten dan posisi tempat yang dapat dibidang strategis akan tetapi, dapat diketahui bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui perkembangan sejarah Soto Kuning Pak Bongkok dan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui proses bisnis Soto Kuning Pak Bongkok ditambah lagi saat ini, banyak anak muda yang mulai menganggap dunia

kuliner sebagai suatu gaya hidup baru karena telah menciptakan peluang untuk mendapatkan penghasilan dan menciptakan profesi-profesi baru seperti *Food Blogger* dan lain-lainnya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka, penelitian ini akan menganalisis dan menceritakan mengenai perkembangan Soto Kuning Pak Bongkok di Bogor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka, rumusan masalah *Capstone Project* ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan dan sejarah Soto Kuning Pak Bongkok?
2. Bagaimana proses bisnis Soto Kuning Pak Bongkok?

1.3 Tujuan Capstone Project

Adapun tujuan dalam *Capstone Project* ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perkembangan dan sejarah dibalik Soto Kuning Pak Bongkok.
2. Untuk mengetahui proses bisnis Soto Kuning Pak Bongkok.

1.4 Target Audiens

Berdasarkan hasil observasi dan analisa melalui angket skala kecil yang telah dilakukan maka, target audiens yang dituju yaitu:

- *Demographic*

Jenis Kelamin : Perempuan dan Laki-laki

Umur : 17 - 45 Tahun

Penghasilan : > Rp 2.500.000 (*Middle - Upper*)

Pendidikan : Semua lulusan dan jurusan

Pekerjaan : Semua Pekerjaan

- *Geographic*

Lokasi tempat tinggal di area Jabodetabek

Wisatawan yang sedang berada di Bogor dan sekitarnya

- *Behavior*
 Penggemar wisata kuliner pinggir jalan
 Penggemar kuliner dengan harga murah atau terjangkau
 Wisatawan yang menyukai untuk mencoba kuliner baru
- *Pyschographic*
Life Style atau memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan dunia kuliner (*Food Vlogger*)
 Kebutuhan makanan untuk bertahan hidup
- Wisatawan yang memiliki rasa ingin tahu tentang kuliner bersejarah

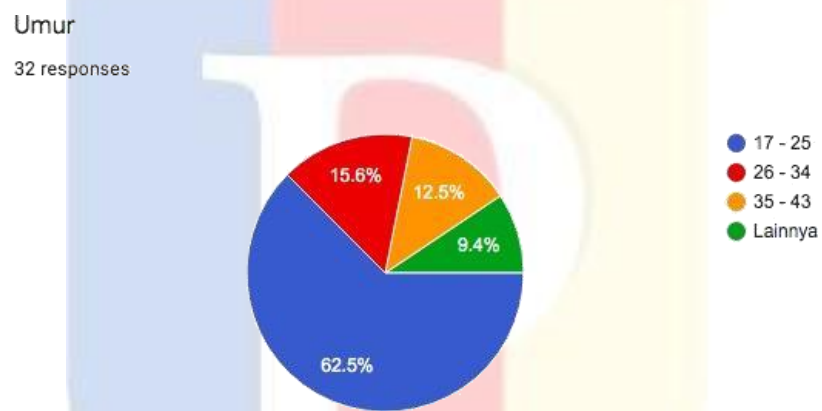


Diagram 1. 1

Hasil kuesioner umur para responden

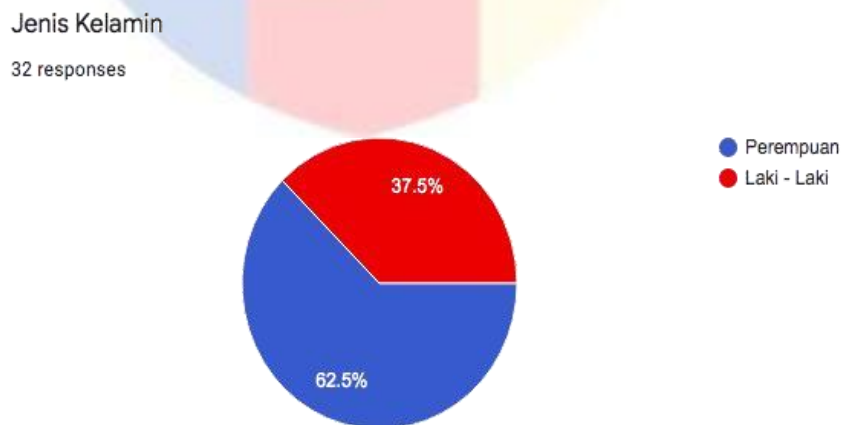


Diagram 1. 2

Hasil kuesioner jenis kelamin para responde

Pekerjaan
32 responses

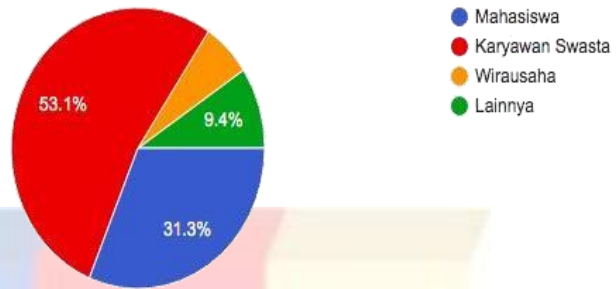


Diagram 1.3
Hasil kuesioner pekerjaan para responden

Penghasilan
32 responses



Diagram 1.4
Hasil kuesioner penghasilan para responden

Copy

Penggunaan *SWOT ANALYSIS* dalam proses pembuatan *Capstone Project* Soto Kuning Pak Bongkok

Tabel 1.1
SWOT ANALYSIS

<i>Strenghts</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Berjualan sudah lebih dari 40 tahun, sekarang sudah masuk ke generasi ketiga	Tidak memiliki tempat duduk yang memadai untuk makan, hanya tersedia beberapa tempat duduk	Letak tempat makan yang strategis berada di pinggir Jalan Surya Kencana	Kompetitor mulai menggunakan media sosial untuk melakukan promosi
Memiliki pelanggan tetap selama bergenerasi	Penampilan visual yang kurang menarik	Lokasi yang mudah diakses dengan kendaraan pribadi ataupun dengan kendaraan umum	Menggeluarkan variasi menu selain Soto Kuning
Konsep berdagang dimana kepuasan pelanggan menjadi nomor satu dan membuat pelanggan menjadi senang	Tidak adanya penggunaan media sosial ataupun <i>platform online jasa pesan antar (gofood, grabfood, etc)</i>	Berkurangnya kompetitor dikarenakan jam buka kedai dari pagi, sedangkan yang lain buka di sore hari	Penggunaan jasa pesan antar online seperti <i>gofood, grabfood, etc</i>
Memiliki cita rasa yang tidak berubah selama berdekade	Pelanggan harus makan dengan cepat, karena sudah ada yang mengantri dibelakang	Terus mencoba untuk membuat cabang dalam waktu dekat, ditawarkan untuk kerjasama oleh para <i>investor</i>	Memiliki kapasitas tempat duduk yang lebih banyak