

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan total 16.771 pulau yang terdiri dari pulau besar dan pulau kecil. Indonesia juga terdiri dari 32 provinsi dan 514 kabupaten atau kota (Badan Informasi Geospasial, 2021) Oleh sebab itu, kekayaan budaya dan bahasa juga menjadi daya tarik yang besar untuk mengundang wisatawan asing maupun lokal untuk menjelajahi Indonesia. Seperti yang telah disampaikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (PAREKRAF) Sandiaga Salahudin Uno, sektor pariwisata merupakan sumber pendapatan devisa negara yang terbesar kedua setelah sektor minyak dan gas. Salah satunya, Bali yang akrab disebut sebagai Pulau Dewata ini telah menjadi tujuan wisata Indonesia yang mendunia (Yanwardhana, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, Bali masih menjadi *top of mind* untuk sektor pariwisata di Indonesia. Terbukti pendapatan Bali dalam sektor pariwisata telah menyumbang 50% dari *revenue* total devisa negara Indonesia. Devisa negara Indonesia sendiri berjumlah US \$20 miliar dalam setahun. Selain Bali, Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang kaya akan sumber daya alam dan destinasi wisata serta memiliki penduduk terbanyak di Indonesia (Purwanto, 2020).

Setiap daerah tentu memiliki budaya dan keunikan tersendiri. Sehingga suatu aspek dalam pariwisata sendiri tidak hanya kekayaan alam, melainkan aspek-aspek lainnya yang dapat ditelusuri. Seperti budaya yang merupakan salah satu aspek terpenting dalam pariwisata. Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan bahwa “Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.” Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa daya tarik wisata budaya merupakan salah satu daya tarik yang dapat dijadikan sebagai atraksi. Salah satu daya tarik budaya adalah kuliner. Seringkali kuliner dijadikan tujuan dalam atraksi. Maka dari itu, kuliner dengan unsur budaya di dalamnya menjadi aspek yang memiliki daya tarik terhadap

wisatawan di suatu tempat. Kuliner dengan berbagai macam cara pengolahan yang ada di dalamnya tentu melibatkan banyaknya cita rasa, bahan, warna, dan budaya. Menurut Supardi (2013) mengutip dari perkataan Moh Hatta dalam kongres kebudayaan yang diadakan pada tahun 1948 di Magelang, beliau menyampaikan bahwa kebudayaan memiliki arti ciptaan hidup dari suatu bangsa

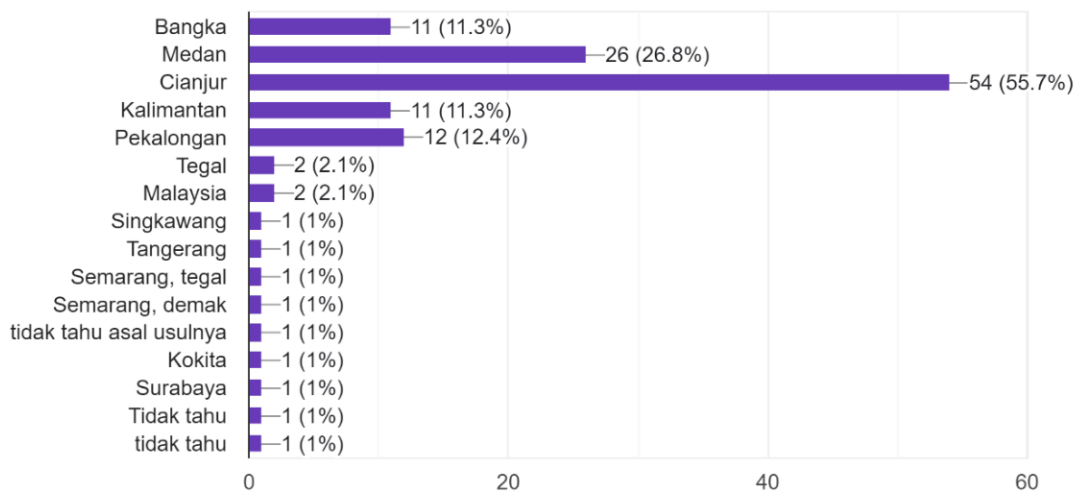
Kuliner yang ada di Indonesia sebagian besarnya merupakan hasil dari akulturasi. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, akulturasi memiliki arti dua budaya atau lebih yang bergabung, saling mempengaruhi, dan saling bertemu. Beberapa budaya di Indonesia sendiri telah mengalami akulturasi seiring dengan berjalannya waktu. Oleh karena bangsa Tiongkok yang bermigrasi ke wilayah Indonesia sejak abad ke 13, terjadilah akulturasi antara budaya asli Indonesia dengan budaya Tiongkok (Melodysky, 2019). Salah satu contoh akulturasi yang terjadi adalah di bidang kuliner. Nyatanya banyak makanan nusantara yang ditemui sehari-hari terbentuk karena adanya akulturasi, seperti nasi goreng, sekoteng, bakpia, bakso, onde-onde, dan masih banyak lagi (Aflakhah, 2017). Tidak hanya makanan, akulturasi kuliner ini juga ditemukan dalam bumbu masakan khas daerah Cianjur yang dikenal dengan nama tauco atau disebut dengan huáng jiàng yang dikenal di Tiongkok, negara asalnya.

Kabupaten Cianjur adalah salah satu wilayah yang berada di Jawa Barat, selain memiliki letak yang strategis, Kabupaten Cianjur memiliki wisata kuliner yang menarik, seperti sate maranggi, laksa Cianjur, pesmol, manisan Cianjur, bubur Cianjur, dan juga gecko khas Cianjur yang terbuat dari tauco (Fatimah, 2018). Selain gecko, tauco sendiri kerap ditemukan di beberapa masakan khas daerah lainnya, seperti tauco udang khas Medan, gulai tauco Padang, ikan saus tauco, dan tumis kangkung tauco. Berbicara mengenai tauco, tauco merupakan bumbu hasil fermentasi yang berbahan baku kedelai kuning (Lestari & Aprillia, 2021). Tauco dapat ditemukan di beberapa kawasan di Indonesia seperti Bangka, Medan, Kalimantan, dan Cianjur. Tentunya beberapa daerah tersebut memiliki keunikan tersendiri yang mana perbedaan tersebut dapat terbagi menjadi rasa, tekstur, penampilan, karakteristik, dan warna.

Dalam gambar 1.1.1 merupakan hasil survei yang dilakukan terhadap 100 orang, terdapat 97% diantaranya yang mengetahui tauco dan menuliskan tauco dari daerah manakah yang mereka ketahui eksistensinya. Dari hasil survei tersebut, menyatakan bahwa Tauco Cianjur dan Tauco Medan yang paling banyak diketahui oleh para responden.

Taucu dari daerah manakah yang anda ketahui eksistensinya? (dapat memilih lebih dari 1)

97 responses



Gambar 1.1.1 Hasil Survei Eksistensi Taucu di Indonesia

Menurut artikel yang ditulis oleh Dahrani Putri pada tahun 2010, taucu Medan memiliki bentuk kacang kedelai yang utuh, aroma yang khas, dan rasanya yang gurih karena difermentasi dengan bumbu-bumbu. Sedangkan taucu Cianjur memiliki bentuk kacang kedelai tak seutuh taucu Medan, aroma lebih menyengat, rasa yang asin, dan memiliki tekstur lebih cair.

Namun, hal ini tidak sejalan dengan uji coba yang dilakukan oleh penulis pada tauco Medan dan tauco Cianjur, Tauco Medan memiliki rasa yang sangat asin dan aromanya menyerupai kecap asin Jepang; kacang yang sangat keras, utuh, dan bertekstur lebih cair; dan memiliki warna lebih terang. Sedangkan tauco Cianjur memiliki rasa dan aroma gula merah, kacang yang lembut, lebih kental, dan memiliki warna lebih gelap. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji coba rasa, tekstur, penampilan, karakteristik, dan warna yang telah dilakukan pada Tauco Cap Hati Angsa dari Medan dan Tauco Cap Meong dari Cianjur.



Gambar 1.1.2 Produk Tauco Cap Meong dan Tauco Cap Hati Angsa



Gambar 1.1.3 Perbandingan Tauco Cianjur (kiri) dan Tauco Medan (kanan)



Gambar 1.1.4 Perbandingan Tauco Cianjur (kiri) dan Tauco Medan (kanan)

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan industri tauconya. Hingga saat ini, tauco menjadi ikon bumbu masakan di Kabupaten Cianjur yang bisa bertahan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya tugu tauco yang diresmikan pada tahun 2017.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pemilik pengusaha tauco legendaris di Kabupaten Cianjur yaitu Stefany Tasma yang merupakan pemilik Tauco Cap Meong menyatakan bahwa, dengan berdirinya tugu tauco ini akan membantu eksistensi tauco itu sendiri. Selain itu pula, data penjualan Tauco Cap Meong di Cianjur dalam 4 tahun terakhir mengalami fluktuasi yakni pada tahun 2018 sejumlah Rp1.099.737.147 dan mengalami kenaikan sejumlah Rp174.176.428,00 pada tahun 2019 dengan total Rp1.273.913.575 Kemudian pada tahun 2020 Tauco Cap Meong mengalami penurunan pendapatan sebesar Rp203.564.887 dikarenakan adanya pandemi dan di tidak adakannya kegiatan produksi di toko cabang Gunung Lanjung selama 1 bulan dengan begitu total penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp1.073.337.213 Lalu penjualan Tauco Cap Meong mulai menguat kembali pada tahun 2021 dengan kenaikan sejumlah Rp88.778.319 dengan total penjualan Rp1.162.115.532. Untuk mengetahui grafik penjualan Tauco Cap Meong, disajikan pada grafik berikut.

Tabel 1.1.1 Tabel Penjualan Tauco Cap Meong 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
GNL	Rp171.006.147	Rp246.427.050	Rp93.731.500	Rp139.697.300
HOS	Rp928.731.000	Rp1.024.498.000	Rp962.899.500	Rp977.281.500
Tokopedia	-	Rp2.988.525	Rp16.706.213	Rp16.387.568
Shopee	-	-	-	Rp26.909.987
Grabmart	-	-	-	Rp1.839.177
Total	Rp1,099,737,147	Rp1,273,913,575	Rp1,073,337,213	Rp1,162,115,532

Perkembangan Tauco Cap Meong Cianjur pun saat ini mengalami berbagai macam hambatan. Salah satu hambatan yang terjadi adalah adanya pandemi Covid-19 yang dapat mengakibatkan produksi dan distribusi dari Tauco Cap Meong tidak optimal. Meskipun Tauco Cap Meong mendapati berbagai hambatan, namun sampai saat ini Tauco Cap Meong masih berdiri dan beroperasi bahkan melakukan ekspansi dengan membuka cabang baru. Keberhasilan Tauco Cap Meong ini tidak terlepas dari kekhasan produksi dan inovasi serta mampu beradaptasi dengan teknologi saat ini. Seperti dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan para konsumen (Instagram, Shopee, dan Tokopedia).

Meskipun Tauco Cap Meong sudah berdiri sejak 1880 dan sudah diketahui sebagian besar generasi Z, namun sejarah serta keunikan dari cara produksi Tauco Cap Meong ini masih belum diketahui oleh masyarakat. Sehingga penelitian ini digunakan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Tauco Cap Meong sehingga dapat bertahan hingga 143 tahun lamanya. Dalam rangka mempertahankan Tauco Cap Meon. Berdasarkan hal tersebut maka *storytelling* ini akan mengangkat mengenai pesona “Taucu Cap Meong”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam *storytelling* adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembuatan Tauco Cap Meong?
2. Bagaimana cara mempertahankan usaha Tauco Cap Meong?

1.3 Tujuan *Storytelling*

Adapun tujuan dalam *storytelling* adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses pembuatan Tauco Cap Meong
2. Mengetahui cara mempertahankan usaha Tauco Cap Meong

1.4 Target Audiens

Target audiens pada *storytelling* adalah:

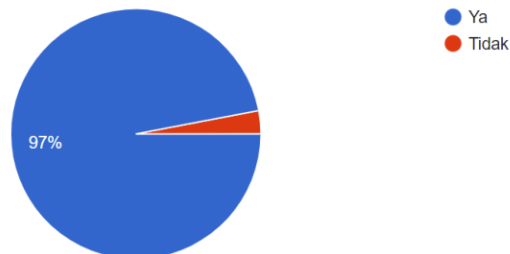
1. Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012. Ciri-ciri generasi Z adalah memiliki perhatian yang lebih besar terhadap lingkungan sekitarnya dan memiliki keinginan yang besar untuk memperbaiki lingkungan di sekitarnya (Merriman, 2015).

Untuk melihat tanggapan generasi Z terkait dengan Tauco Cap Meong, maka disebarkan survei sebanyak 100 responden dan 94 di antaranya mewakili generasi Z yang akhirnya diperoleh hasil:

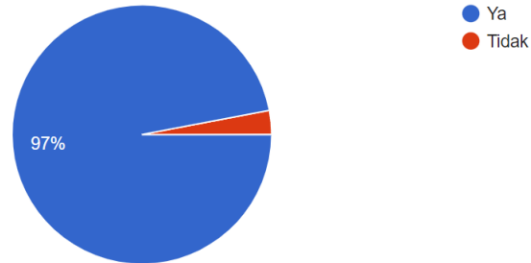
- Kategori 1: Apakah Anda mengetahui tauco?

Dari 100 responden, sebanyak 97% responden menjawab “ya” dan 3% responden menjawab “tidak”.



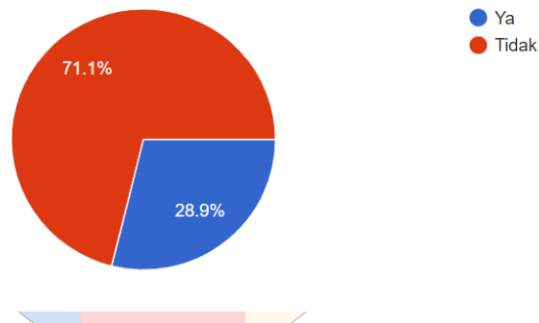
Gambar 1.4.1 Hasil Kuisiner Kategori 1

- Kategori 2: Menurut Anda, apakah tauco perlu dilestarikan?
Dari 100 responden, sebanyak 97% responden menjawab “ya” dan 3% responden menjawab “tidak”



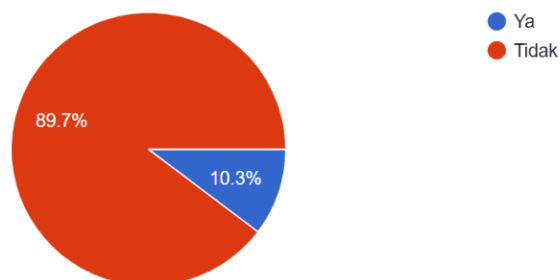
Gambar 1.4.2 Hasil Kuisisioner Kategori 2

- Kategori 3: Apakah Anda pernah mengonsumsi makanan olahan Tauco Cap Meong?
Dari 100 responden, sebanyak 71.1% responden menjawab “tidak” dan 28.9% responden menjawab “ya”



Gambar 1.4.3 Hasil Kuisisioner Kategori 3

- Kategori 4: Apakah Anda mengetahui cara pembuatan Tauco Cap Meong?
Dari 100 responden, sebanyak 89.7% responden menjawab “tidak” dan 10.3% responden menjawab “ya”



Gambar 1.4.4 Hasil Kuisisioner Kategori 4