



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6462-6467

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Inovasi Menu Lokal Dan Pelestarian Warisan Kuliner Bekasi Dalam Perspektif Bisnis Kreatif

Rycha Kuwara Sari¹, Murti Wijayanti^{2*}, Novita Wahyu Setyawati³, Eri Bukhari⁴, Dhian Tyas Untari⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*email : murti.wijayanti@dsn.uhharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis inovasi menu lokal sebagai strategi pelestarian warisan kuliner Bekasi dalam perspektif bisnis kreatif. Bekasi memiliki potensi kuliner tradisional yang signifikan, namun visibilitas dan daya saingnya masih perlu ditingkatkan. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini mengidentifikasi berbagai bentuk inovasi, termasuk modifikasi resep, modernisasi kemasan, pemanfaatan pemasaran digital, dan pengembangan produk turunan. Temuan menunjukkan bahwa inovasi ini berhasil meningkatkan minat konsumen, termasuk generasi muda, serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi pelaku UMKM. Meskipun dihadapkan pada tantangan modal, konsistensi kualitas, dan persaingan pasar, inovasi proaktif memungkinkan kuliner Bekasi tetap relevan. Kesimpulan utama adalah bahwa pelestarian warisan kuliner memerlukan ekosistem bisnis kreatif yang kuat dan kolaborasi multipihak. Strategi masa depan harus fokus pada pendidikan, pemasaran naratif, pengembangan sentra kuliner, dan perlindungan indikasi geografis untuk memastikan keberlanjutan budaya dan ekonomi.

Kata kunci: Inovasi, Warisan kuliner, Bisnis kreatif, Pelestarian budaya, UMKM Kuliner

1. Latar Belakang

Warisan kuliner, sebagai cerminan identitas budaya suatu daerah, memegang peranan krusial dalam pembangunan sosial, ekonomi, dan pariwisata. Di Indonesia, negara kepulauan yang kaya akan keragaman budaya, setiap daerah memiliki kekhasan kulinernya sendiri yang telah diwariskan secara turun-temurun. Kuliner bukan hanya sekadar pemuas kebutuhan primer, melainkan juga sebuah narasi sejarah, kearifan lokal, dan ekspresi kreativitas masyarakatnya. Namun, di tengah gempuran globalisasi dan modernisasi, keberadaan warisan kuliner tradisional seringkali terancam punah atau kehilangan otentisitasnya. Fenomena ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup, preferensi konsumen yang semakin beragam, serta minimnya inovasi yang mampu mengadaptasi kuliner tradisional ke dalam konteks kontemporer (Kurniawan & Sari, 2020). Oleh karena itu, upaya pelestarian dan pengembangan warisan kuliner menjadi sangat relevan, terutama jika dikaitkan dengan potensi ekonomi yang terkandung di dalamnya.

Bekasi, sebagai salah satu kota metropolitan di Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan Jakarta, memiliki dinamika sosial dan ekonomi yang unik. Meskipun seringkali diidentikkan dengan sektor industri dan permukiman urban, Bekasi sejatinya menyimpan potensi kekayaan kuliner tradisional yang belum sepenuhnya tergali. Kuliner lokal Bekasi, seperti gabus pucung, dodol betawi, atau bir pletok, merupakan bagian integral dari identitas budaya masyarakatnya. Namun, berbeda dengan daerah lain yang telah berhasil mempopulerkan kuliner khasnya menjadi daya tarik wisata dan ekonomi, kuliner Bekasi masih menghadapi tantangan dalam hal pengakuan, promosi, dan inovasi. Kurangnya visibilitas dan daya saing kuliner lokal ini berpotensi menyebabkan pelestarian warisan kuliner tersebut menjadi terhambat, bahkan terancam terlupakan (Susilowati & Wibowo, 2018). Padahal, kuliner lokal memiliki daya pikat tersendiri yang dapat menarik minat wisatawan dan pecinta kuliner, sekaligus membuka peluang usaha bagi masyarakat setempat.

Inovasi dalam konteks kuliner tidak selalu berarti meninggalkan tradisi, melainkan bagaimana mentransformasikan dan menyajikan kuliner tradisional dengan sentuhan baru yang relevan dengan selera dan gaya hidup modern, tanpa menghilangkan esensi aslinya. Konsep ini sejalan dengan tren bisnis kreatif yang semakin berkembang pesat di berbagai sektor, termasuk industri makanan dan minuman. Bisnis kreatif dalam konteks kuliner melibatkan pemanfaatan ide-ide baru, teknologi, dan pendekatan pemasaran yang inovatif untuk menciptakan nilai tambah pada produk kuliner tradisional. Hal ini dapat mencakup modifikasi resep, presentasi,

kemasan, hingga strategi branding dan pemasaran yang menarik (Setiawan & Puspitasari, 2021). Melalui inovasi ini, kuliner lokal tidak hanya akan bertahan, tetapi juga dapat berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, serta menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda yang cenderung mencari pengalaman kuliner yang unik dan modern.

Pelestarian warisan kuliner bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau lembaga kebudayaan semata, melainkan juga melibatkan peran aktif dari pelaku usaha, komunitas, dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam perspektif bisnis kreatif, pelestarian dapat dilakukan melalui pengembangan produk kuliner yang berkelanjutan, promosi yang efektif, dan penciptaan ekosistem bisnis yang mendukung. Hal ini berarti bahwa warisan kuliner tidak hanya dilihat sebagai artefak budaya yang harus dijaga, tetapi juga sebagai aset ekonomi yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pendekatan ini memungkinkan warisan kuliner untuk tetap hidup dan relevan di tengah dinamika zaman, sekaligus memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengembangan pariwisata berbasis kuliner (Wibowo & Handayani, 2019). Dengan demikian, pelestarian warisan kuliner dapat diintegrasikan secara harmonis dengan upaya pengembangan ekonomi kreatif.

Tantangan utama dalam inovasi menu lokal dan pelestarian warisan kuliner terletak pada keseimbangan antara menjaga otentisitas dan adaptasi terhadap selera pasar. Seringkali, inovasi yang terlalu radikal justru menghilangkan karakter khas dari kuliner tradisional, sementara konservasi yang terlalu ketat dapat membuat kuliner tersebut kehilangan daya tariknya di mata konsumen modern. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang cermat dan strategi yang terencana untuk memastikan bahwa inovasi yang dilakukan tetap menghargai nilai-nilai tradisional, namun tetap mampu memenuhi ekspektasi konsumen kekinian. Studi kasus dari berbagai daerah menunjukkan bahwa kolaborasi antara chef profesional, akademisi, pelaku UMKM, dan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai keseimbangan ini (Pratiwi & Lestari, 2017). Melalui kolaborasi ini, dapat diciptakan ide-ide inovatif yang tidak hanya lezat dan menarik, tetapi juga mampu menceritakan kisah di balik kuliner tersebut, sehingga meningkatkan nilai tambah dan daya jualnya.

Bekasi, dengan posisinya yang strategis dan potensi pasar yang besar, memiliki peluang besar untuk mengembangkan warisan kulinerinya melalui pendekatan bisnis kreatif. Kehadiran berbagai komunitas kuliner, pelaku UMKM, serta dukungan dari pemerintah daerah dapat menjadi modal awal yang kuat untuk menggerakkan inovasi. Namun, diperlukan pemetaan yang komprehensif terhadap potensi kuliner lokal, identifikasi tantangan yang dihadapi, serta perumusan strategi inovasi yang tepat. Hal ini mencakup penelitian mengenai preferensi konsumen, analisis tren pasar, pengembangan kapasitas pelaku usaha, serta promosi yang terintegrasi (Ramadhan & Fitriani, 2020). Dengan demikian, potensi kuliner Bekasi dapat dioptimalkan tidak hanya sebagai aset budaya, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Pentingnya studi ini juga dilandasi oleh pergeseran paradigma dalam industri pariwisata, di mana pengalaman kuliner menjadi salah satu motivasi utama wisatawan. Wisata kuliner tidak hanya berkontribusi pada pendapatan daerah, tetapi juga mempromosikan citra dan identitas budaya suatu lokasi. Dalam konteks Bekasi, pengembangan kuliner lokal dapat menjadi magnet baru yang menarik wisatawan domestik maupun mancanegara yang mencari pengalaman kuliner otentik di luar hiruk pikuk Jakarta (Siregar & Purba, 2021). Dengan demikian, inovasi menu lokal dan pelestarian warisan kuliner tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi pelaku usaha, tetapi juga pada pengembangan sektor pariwisata yang lebih luas, menciptakan citra positif bagi kota Bekasi sebagai destinasi kuliner yang menarik. Selain itu, pemberdayaan masyarakat lokal melalui pengembangan bisnis kuliner kreatif juga menjadi aspek penting. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses inovasi dan pengembangan produk, akan tercipta rasa kepemilikan dan keberlanjutan.

Pelaku UMKM lokal dapat diberikan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kualitas produk, manajemen usaha, serta strategi pemasaran. Hal ini akan memperkuat ekosistem bisnis kuliner di Bekasi dan menciptakan multiplier effect bagi perekonomian lokal. Inisiatif semacam ini sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan yang menekankan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal (Nurhayati & Hadi, 2022). Dengan demikian, inovasi kuliner tidak hanya berhenti pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup pembangunan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan ekonomi komunitas. Namun, implementasi inovasi menu lokal dan pelestarian warisan kuliner dalam perspektif bisnis kreatif tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat berupa keterbatasan modal, kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi, minimnya pemahaman tentang pasar dan pemasaran, serta tantangan dalam menjaga kualitas dan standarisasi produk. Selain itu, resistensi terhadap perubahan dari sebagian masyarakat yang konservatif juga dapat menjadi hambatan. Oleh karena itu, diperlukan strategi mitigasi dan dukungan yang komprehensif dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, untuk mengatasi kendala-kendala ini (Hasibuan &

Sitorus, 2023). Kerjasama lintas sektor menjadi kunci untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan bisnis kuliner kreatif yang inovatif dan berkelanjutan.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana inovasi menu lokal dapat menjadi strategi efektif dalam pelestarian warisan kuliner Bekasi, dilihat dari kacamata bisnis kreatif. Penelitian ini akan mengkaji potensi kuliner lokal Bekasi, mengidentifikasi bentuk-bentuk inovasi yang telah atau dapat diterapkan, serta menganalisis dampak inovasi tersebut terhadap pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan model bisnis kreatif untuk warisan kuliner, khususnya di Bekasi, dan secara lebih luas di Indonesia. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan bagi perumusan kebijakan dan program yang lebih terarah dalam mendukung pengembangan kuliner lokal sebagai aset budaya dan ekonomi.

Pentingnya penelitian ini juga diperkuat oleh urgensi pelestarian warisan budaya di tengah arus globalisasi. Warisan kuliner, sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas sebuah bangsa, menghadapi tantangan serius dari homogenisasi budaya. Melalui inovasi yang cerdas dan berakar pada kearifan lokal, warisan kuliner dapat tetap relevan dan diminati oleh generasi kini dan mendatang. Bekasi, dengan kekayaan kuliner yang belum terekplorasi secara maksimal, menawarkan studi kasus yang menarik untuk memahami dinamika antara tradisi dan modernitas dalam konteks bisnis kreatif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan solusi bagi pengembangan kuliner Bekasi, tetapi juga memberikan kontribusi pada diskursus yang lebih luas mengenai pelestarian warisan budaya melalui jalur ekonomi kreatif (Aditya & Kusumawati, 2024).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah daerah, pelaku UMKM, komunitas kuliner, dan pihak-pihak terkait lainnya dalam merumuskan kebijakan dan program yang mendukung inovasi menu lokal dan pelestarian warisan kuliner Bekasi. Rekomendasi tersebut dapat mencakup pengembangan inkubator bisnis kuliner, fasilitasi akses permodalan, pelatihan kewirausahaan, serta kampanye promosi yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi tinggi dalam mendukung visi pembangunan berkelanjutan yang mengintegrasikan pelestarian budaya dengan pengembangan ekonomi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendalami fenomena inovasi menu lokal dan pelestarian warisan kuliner Bekasi dalam perspektif bisnis kreatif. Desain penelitian deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara komprehensif karakteristik dan dinamika yang terjadi, tanpa berfokus pada hubungan sebab-akibat (Creswell, 2018). Pendekatan kualitatif akan memberikan pemahaman mendalam mengenai persepsi, pengalaman, dan strategi yang diterapkan oleh berbagai aktor terkait.

Sumber data primer akan diperoleh melalui wawancara mendalam dengan beberapa pihak kunci, yaitu: (1) pelaku UMKM kuliner tradisional Bekasi yang telah melakukan inovasi, (2) ahli kuliner atau chef lokal, (3) perwakilan dinas kebudayaan atau pariwisata Kota Bekasi, dan (4) perwakilan komunitas pecinta kuliner atau budaya di Bekasi. Teknik pengambilan sampel akan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan yang dianggap paling memahami dan relevan dengan topik penelitian (Patton, 2015).

Selain wawancara, observasi partisipatif juga akan dilakukan di beberapa sentra kuliner atau acara festival makanan di Bekasi untuk mengamati langsung praktik inovasi, presentasi menu, dan interaksi konsumen. Dokumentasi berupa publikasi, artikel berita, atau materi promosi terkait kuliner Bekasi akan digunakan sebagai data sekunder untuk memperkaya analisis. Analisis data akan dilakukan dengan metode analisis tematik, di mana data akan diidentifikasi, diklasifikasikan, dan diinterpretasikan untuk menemukan pola dan tema yang muncul (Braun & Clarke, 2006). Validitas data akan diuji melalui triangulasi sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan keabsahan temuan.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Potensi Warisan Kuliner Bekasi sebagai Aset Bisnis Kreatif

Dari hasil wawancara dengan informan kunci, terungkap bahwa Bekasi memiliki kekayaan warisan kuliner yang beragam dan unik, meskipun belum sepenuhnya terekspos ke khalayak luas. Kuliner seperti Gabus Pucung, Dodol Betawi, Bir Pletok, Kue Akar Kelapa, dan Sengkulun sering disebut sebagai ikon kuliner lokal. Informan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bekasi (W1) menyatakan, "Bekasi punya potensi besar dari sisi kuliner. Banyak makanan khas yang sebenarnya sudah ada dari dulu, tapi memang belum sepopuler kuliner daerah lain." Potensi ini tidak hanya terletak pada cita rasa yang otentik, tetapi juga pada nilai sejarah dan budaya yang melekat pada setiap hidangan. Misalnya, Gabus Pucung tidak hanya sekadar lauk, tetapi juga merepresentasikan kearifan

lokal masyarakat pinggiran sungai yang memanfaatkan sumber daya alam sekitarnya. Hal ini sejalan dengan pandangan Wibowo dan Handayani (2019) yang menekankan bahwa warisan kuliner memiliki nilai ekonomi yang dapat dikembangkan jika diakui sebagai aset budaya dan dikelola dengan baik.

Pelaku UMKM kuliner di Bekasi (W2, W3) juga mengakui adanya permintaan pasar, meskipun masih terbatas, terhadap kuliner tradisional. Mereka melihat adanya celah pasar, terutama dari masyarakat yang ingin bernostalgia dengan rasa masakan leluhur atau wisatawan yang mencari pengalaman kuliner otentik. Namun, pengakuan ini diiringi dengan tantangan visibilitas dan promosi. "Orang Jakarta tahu gabus pucung, tapi nggak semua tahu itu asalnya dari Bekasi," ungkap salah satu pelaku UMKM (W2). Ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki potensi, kuliner Bekasi masih kurang dalam hal branding dan promosi dibandingkan dengan kuliner daerah lain yang telah lebih dulu naik daun. Situasi ini mengindikasikan urgensi inovasi dan strategi bisnis kreatif untuk mengangkat citra dan daya saing kuliner lokal Bekasi.

3.2 Bentuk Inovasi Menu Lokal dalam Bisnis Kreatif

Inovasi dalam konteks warisan kuliner Bekasi bervariasi, mulai dari modifikasi resep, penyajian, hingga penggunaan teknologi dan strategi pemasaran. Informan pelaku UMKM (W2, W3) menjelaskan beberapa pendekatan inovatif yang telah mereka lakukan:

1. Pertama, modifikasi resep dan bahan baku. Beberapa pelaku UMKM mencoba mengurangi kadar gula pada dodol betawi agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen modern yang lebih sadar kesehatan, tanpa menghilangkan esensi rasa manisnya. "Kami coba kurangi gulanya sedikit, biar gak terlalu giung, tapi rasa otentiknya tetap ada," ujar W3. Ada pula inovasi pada Bir Pletok yang kini tersedia dalam kemasan siap minum yang lebih praktis, bahkan ada yang menambahkan varian rasa modern seperti jahe merah atau rempah lainnya untuk memperluas segmen pasar. Inovasi semacam ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan Lestari (2017) yang menunjukkan bahwa modifikasi resep minor dapat meningkatkan daya tarik kuliner tradisional tanpa mengorbankan keasliannya.
2. Kedua, inovasi dalam penyajian dan kemasan. Kuliner tradisional yang umumnya disajikan secara sederhana kini mulai dikemas lebih modern dan menarik. Gabus Pucung, misalnya, tidak hanya dijual di warung makan tradisional, tetapi juga di restoran dengan presentasi yang lebih estetik dan instagrammable. Kue-kue tradisional seperti Sengkulun atau Akar Kelapa yang dulunya dijual curah, kini banyak dikemas dalam kotak cantik atau kemasan individu yang higienis, menjadikannya pilihan oleh-oleh yang lebih menarik. "Kemasan itu penting banget sekarang. Orang pertama kali lihat kan kemasannya, baru nanti rasanya," terang W2. Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual dan branding menjadi krusial dalam menarik minat konsumen di pasar yang kompetitif, sebagaimana ditekankan oleh Setiawan dan Puspitasari (2021) dalam konteks bisnis kreatif.
3. Ketiga, pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran kreatif. Hampir semua pelaku UMKM yang diwawancarai menyatakan pentingnya platform digital seperti media sosial (Instagram, TikTok) dan e-commerce dalam mempromosikan produk mereka. Mereka menggunakan visual yang menarik, video singkat proses pembuatan, hingga cerita di balik kuliner tersebut untuk membangun engagement dengan calon pembeli. "Dulu jualan cuma di pasar, sekarang bisa sampai ke luar kota lewat online," kata W3, menyoroti jangkauan pasar yang lebih luas berkat digitalisasi. Strategi pemasaran ini tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada edukasi dan storytelling tentang warisan kuliner, yang selaras dengan temuan Ramadhan dan Fitriani (2020) mengenai efektivitas pemasaran digital untuk kuliner lokal.
4. Keempat, pengembangan produk turunan (derivatif). Beberapa pelaku usaha mulai mengembangkan produk lain dari bahan dasar kuliner tradisional. Contohnya, olahan dodol yang dibuat menjadi isian roti, atau Bir Pletok yang dikembangkan menjadi mocktail non-alkohol dengan nama modern di kafe-kafe. Pendekatan ini menunjukkan upaya diversifikasi produk untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan menciptakan nilai tambah, mirip dengan model ekonomi kreatif yang memungkinkan adaptasi produk budaya ke dalam bentuk yang lebih komersial (Aditya & Kusumawati, 2024).

3.3 Tantangan Inovasi dan Pelestarian

Meskipun potensi dan upaya inovasi terlihat menjanjikan, terdapat beberapa tantangan signifikan yang dihadapi. Keterbatasan modal dan akses pasar menjadi kendala utama bagi sebagian besar UMKM. W2 mengungkapkan, "Untuk inovasi kemasan atau promosi digital itu butuh modal yang lumayan, belum lagi bersaing sama produk-produk besar." Hal ini diperkuat oleh Hasibuan dan Sitorus (2023) yang mengidentifikasi keterbatasan modal sebagai salah satu hambatan utama inovasi di UMKM.

Tantangan kedua adalah konsistensi kualitas dan standarisasi. Kuliner tradisional seringkali bergantung pada resep turun-temurun yang mungkin tidak memiliki takaran pasti. Ketika diinovasikan atau diproduksi dalam skala yang lebih besar, menjaga konsistensi rasa dan kualitas menjadi krusial. "Sulitnya itu kalau bikin banyak, rasanya harus sama terus. Apalagi kalau resepnya cuma kira-kira," ujar W3. Ini memerlukan edukasi dan pelatihan bagi pelaku usaha agar dapat menerapkan standar produksi yang lebih baik.

Tantangan ketiga yaitu persaingan dengan kuliner modern dan global. Masyarakat, khususnya generasi muda, cenderung lebih tertarik pada kuliner yang sedang tren atau makanan cepat saji internasional. Menarik minat mereka terhadap kuliner tradisional yang diinovasi memerlukan strategi pemasaran yang lebih gencar dan kreatif. Informan dari komunitas pecinta kuliner (W4) mengamini hal ini, "Anak muda sekarang lebih suka kopi kekinian daripada bir pletok. Perlu ada cara biar mereka kenal dan suka." Ini menunjukkan perlunya kampanye edukasi dan rebranding yang menarik bagi target audiens muda.

Berikutnya tantangan keempat adalah kurangnya regenerasi pengrajin/koki tradisional. Banyak resep dan teknik memasak kuliner tradisional dikuasai oleh generasi tua. Apabila tidak ada upaya transfer pengetahuan kepada generasi muda, dikhawatirkan warisan ini akan punah. "Yang jago bikin dodol betawi sekarang kebanyakan sudah tua-tua. Anak muda jarang yang mau belajar," keluh W2. Pelestarian tidak hanya soal produk, tetapi juga tentang keberlanjutan sumber daya manusia yang menguasainya.

3.4 Dampak dan Strategi Pelestarian dalam Perspektif Bisnis Kreatif

Inovasi menu lokal, jika dilakukan dengan tepat, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pelestarian warisan kuliner dan pengembangan ekonomi lokal di Bekasi. Dampak Positif terhadap Pelestarian Budaya: Inovasi berhasil "menghidupkan" kembali kuliner yang nyaris terlupakan. Dengan kemasan modern dan promosi digital, kuliner tradisional menjadi lebih dikenal dan diminati, terutama oleh generasi muda yang sebelumnya tidak familiar. "Sekarang banyak anak muda yang penasaran sama bir pletok gara-gara lihat di TikTok," cerita W4. Ini menunjukkan bahwa inovasi bukan hanya tentang ekonomi, tetapi juga tentang memperkuat identitas budaya dan transmisi pengetahuan antar generasi (Kurniawan & Sari, 2020). Pelestarian warisan tidak lagi pasif, melainkan aktif melalui aktivitas ekonomi kreatif

Dampak Ekonomi dengan peningkatan minat terhadap kuliner yang diinovasi secara langsung berkorelasi dengan peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM. W2 melaporkan adanya peningkatan penjualan signifikan setelah memperbaiki kemasan dan aktif berpromosi di media sosial. Hal ini juga membuka peluang kerja baru, baik di sektor produksi, pemasaran, maupun logistik. Informan dari Dinas Pariwisata (W1) juga melihat potensi kuliner sebagai daya tarik wisata baru yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan daerah, sejalan dengan pandangan Siregar dan Purba (2021) tentang peran wisata kuliner dalam ekonomi daerah. Untuk keberlanjutan pelestarian dan inovasi, beberapa strategi dapat diterapkan:

1. Penguatan Ekosistem Bisnis Kreatif Kuliner. Perlu adanya kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah daerah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas. Pemerintah dapat memfasilitasi pelatihan, pendampingan, akses permodalan, dan promosi melalui festival kuliner atau pameran. Akademisi dapat berperan dalam penelitian dan pengembangan resep serta teknologi pangan. "Kalau ada pelatihan atau modal gampang, pasti lebih banyak yang mau inovasi," harap W3. Strategi ini sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal (Nurhayati & Hadi, 2022).
2. Pendidikan dan Transfer Pengetahuan. Mengadakan lokakarya atau kursus memasak kuliner tradisional bagi generasi muda dapat menjadi cara efektif untuk melestarikan resep dan teknik. Program "magang" dengan pengrajin kuliner senior juga dapat dipertimbangkan. W4 menyarankan, "Sekolah-sekolah kuliner harusnya juga masukin menu lokal Bekasi ke kurikulum mereka."
3. Strategi Pemasaran Berbasis Narasi (Storytelling). Pemasaran tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada cerita di balik kuliner tersebut. Menggali sejarah, filosofi, atau kearifan lokal yang terkandung dalam setiap hidangan dapat meningkatkan nilai emosional dan daya tarik bagi konsumen yang mencari pengalaman lebih dari sekadar makanan. Hal ini juga dapat meningkatkan kesadaran budaya.
4. Pengembangan Sentra Kuliner Khas Bekasi. Menciptakan kawasan khusus kuliner khas Bekasi yang terintegrasi dengan destinasi wisata dapat menjadi magnet. Di sentra ini, konsumen bisa menemukan berbagai varian kuliner Bekasi, baik yang tradisional maupun yang sudah diinovasi, sehingga menciptakan pengalaman kuliner yang komprehensif.

5. Regulasi dan Perlindungan Indikasi Geografis. Pemerintah dapat mempertimbangkan pendaftaran Indikasi Geografis untuk kuliner khas Bekasi tertentu. Ini akan melindungi keaslian dan reputasi kuliner tersebut dari pemalsuan atau klaim dari daerah lain, sekaligus meningkatkan nilai jualnya.

Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa inovasi menu lokal merupakan kunci untuk pelestarian warisan kuliner Bekasi dalam era modern. Inovasi ini harus dilakukan dengan pendekatan bisnis kreatif yang terencana, mengakomodasi perubahan preferensi konsumen, tetapi tetap mempertahankan otentisitas dan nilai budaya. Tantangan yang ada memerlukan intervensi multipihak dan strategi komprehensif untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan kuliner Bekasi sebagai aset budaya dan ekonomi.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menggarisbawahi bahwa inovasi menu lokal merupakan strategi krusial dalam pelestarian warisan kuliner Bekasi dari perspektif bisnis kreatif. Bekasi memiliki potensi kuliner tradisional yang kaya, namun masih memerlukan pengakuan dan promosi yang lebih luas. Melalui pendekatan bisnis kreatif, kuliner lokal tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan berdaya saing. Bentuk inovasi yang ditemukan bervariasi, meliputi modifikasi resep, kemasan modern, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, dan pengembangan produk turunan. Inovasi ini berhasil meningkatkan visibilitas, menarik minat konsumen, terutama generasi muda, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Meskipun demikian, terdapat tantangan signifikan seperti keterbatasan modal, menjaga konsistensi kualitas, persaingan dengan kuliner modern, serta minimnya regenerasi pengrajin tradisional. Untuk mengatasi ini, diperlukan ekosistem bisnis kreatif kuliner yang kuat, didukung oleh kolaborasi multipihak antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas. Strategi pelestarian harus mencakup pendidikan dan transfer pengetahuan, pemasaran berbasis narasi, pengembangan sentra kuliner, dan potensi perlindungan indikasi geografis. Dengan demikian, inovasi tidak hanya menjadi alat komersial, tetapi juga jembatan untuk melestarikan identitas budaya dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan di Bekasi.

Referensi

1. P. A. Aditya dan E. Kusumawati, "Peran Ekonomi Kreatif dalam Pelestarian Warisan Budaya: Studi Kasus di Sentra Batik Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, vol. 5, no. 1, hlm. 123-135, 2024.
2. V. Braun dan V. Clarke, "Using thematic analysis in psychology," *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, hlm. 77-101, 2006.
3. J. W. Creswell, *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 5th ed. Sage publications, 2018.
4. A. M. Hasibuan dan E. Sitorus, "Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Inovasi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Tradisional," *Jurnal Manajemen Bisnis Kreatif*, vol. 4, no. 2, hlm. 112-125, 2023.
5. B. A. Kurniawan dan I. M. Sari, "Tantangan dan Peluang Inovasi Kuliner Tradisional di Era Modernisasi," *Jurnal Pariwisata Indonesia*, vol. 15, no. 2, hlm. 87-99, 2020.
6. S. Nurhayati dan S. Hadi, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Berbasis Kearifan Lokal," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 1, hlm. 45-56, 2022.
7. M. Q. Patton, *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications, 2015.
8. D. Pratiwi dan S. Lestari, "Kolaborasi Chef dan Pelaku UMKM dalam Pengembangan Inovasi Kuliner Tradisional," *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, vol. 12, no. 1, hlm. 23-34, 2017.
9. A. Ramadhan dan D. Fitriani, "Strategi Pemasaran Kuliner Lokal Berbasis Potensi Pariwisata di Era Digital," *Jurnal Pariwisata Terapan*, vol. 4, no. 2, hlm. 101-112, 2020.
10. B. Setiawan dan R. Puspitasari, "Bisnis Kreatif dalam Industri Makanan dan Minuman: Studi Kasus Inovasi Produk Kuliner Tradisional," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 11, no. 1, hlm. 56-67, 2021.
11. A. M. Siregar dan R. A. Purba, "Peran Wisata Kuliner dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dan Citra Pariwisata," *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, vol. 6, no. 1, hlm. 78-90, 2021.
12. Susilowati dan S. Wibowo, "Identifikasi dan Peluang Pengembangan Kuliner Khas Daerah sebagai Daya Tarik Wisata," *Jurnal Pariwisata Kontemporer*, vol. 2, no. 2, hlm. 123-134, 2018.
13. T. A. Wibowo dan M. Handayani, "Peran Ekonomi Kreatif dalam Pelestarian dan Pengembangan Warisan Kuliner," *Jurnal Pariwisata dan Kebudayaan*, vol. 4, no. 1, hlm. 34-45, 2019.