



Kuliner Cita Rasa Pedas

GIGITAN NIKMAT YANG SELALU MEMIKAT



Forum Komunikasi Kuliner Indonesia (Forkomkulindo)
Murdijati-Gardjito

KULINER PEDAS INDONESIA

CITA RASA NIKMAT YANG SELALU MEMIKAT

TIM EDITOR:

MURDIJATI-GARDJITO

RACHMA WIKANDARI

Kontributor:

Fadly Rahman, Andreas Maryoto, Florencia Irena Kurniawan, Rachma Wikandari, Rima Sjoekri, Murdijati-Gardjito, Yoyok Heri Wahyono, Sugiri, Michael Raditya, Ronni Arianto W., Yudi Pranoto, Chef Made Witara, dan Sri Raharjo

FORKOMKULINDO

2019



KULINER PEDAS INDONESIA – Cita Rasa Nikmat yang Selalu Memikat
Oleh: Forum Kuliner Indonesia (Forum Kulindo)

Hak Cipta © 2019 pada Penulis

Editor Ahli : Murdijati Gardjito & Rachma Wikandari

Editor : Th. Arie Prabawati

Setting : Binudi

Desain Cover : Andang S.

Korektor : Mery Sakoikoi

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

Diterbitkan oleh NIGHTOON COOKERIES

Jl. Beo 38-40, Telp. (0274) 561881 (Hunting), Fax. (0274) 588282 Yogyakarta 55281

Percetakan: ANDI OFFSET

Jl. Beo 38-40, Telp. (0274) 561881 (Hunting), Fax. (0274) 588282 Yogyakarta 55281

Kulindo, Forum

KULINER PEDAS INDONESIA – Cita Rasa Nikmat yang Selalu Memikat/
Forum Kulindo;

– Ed. I. – Yogyakarta: Nightoon Cookeries,

23 22 21 20 19

xii + 180 hlm.; 19 x 23 cm.

5 4 3 2 1

ISBN: 978 – 623 – 91466 – 1 – 0

e-ISBN: 978 – 623 – 91466 – 0 – 3

I. Judul

1. Food

DDC'23 : 641.3

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
SAMBUTAN FORKOMKULINDO.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
PENDAHULUAN	1
BAGIAN I ASPEK RIWAYAT PERJALANAN CITA RASA PEDAS.....	5
1. MELACAK JEJAK CITA RASA PEDAS DALAM KULINER INDONESIA.....	7
2. KISAH CITA RASA PEDAS DAN CABAI.....	17
BAGIAN II CITA RASA PEDAS DALAM KULINER INDONESIA	23
3. BAHAN-BAHAN SUMBER CITA RASA PEDAS	25
4. KAPSAISIN, MANFAAT DAN MUDHARATNYA BAGI KESEHATAN.....	33
5. POLA CITA RASA SAMBAL.....	42
6. PROFIL SAMBAL INDONESIA.....	55
BAGIAN III USAHA BISNIS KULINER CITA RASA PEDAS	73
7. PROSPEK DAN TANTANGAN BISNIS HIDANGAN BERSAMBAL PENGALAMAN WAROENG SPESIAL SAMBAL "SS" INDONESIA.....	75
8. MEMBANGUN RESTO LOKAL MENUJU GLOBAL.....	86
9. PROSPEK DAN TANTANGAN USAHA TEPUNG PENYALUT.....	95

BAGIAN IV PENGEMBANGAN KULINER BERCITA RASA PEDAS DAN MAKANAN PASANGANNYA	101
10. PENGEMBANGAN MAKANAN TRADISIONAL BERCITA RASA PEDAS SEBAGAI PRODUK WISATA KULINER.....	103
11. LALAP SEBAGAI PASANGAN MAKAN SAMBAL SEKALIGUS CERMINAN BIODIVERSITY INDONESIA	113
BAGIAN V PENGETAHUAN PENDUKUNG PROSES PENGOLAHAN HIDANGAN PASANGAN KULINER PEDAS.....	129
12. PERAN PENYALUTAN TEPUNG PADA MAKANAN GORENGAN.....	131
13. STRATEGI MENGGORENG UNTUK MENGHASILKAN PRODUK MAKANAN YANG BERMUTU DAN AMAN.....	142
PENUTUP	151
LAMPIRAN	153

PENGEMBANGAN MAKANAN TRADISIONAL BERCIITA RASA PEDAS SEBAGAI PRODUK WISATA KULINER

Oleh:
Chef Made Witara

Naskah disampaikan pada Seminar Kuliner Pedas "Mengungkap Keunikan Kuliner Bercita Rasa Pedas" tanggal 8 Mei 2018, Fakultas Teknologi Pertanian UGM dan Pusat Studi Pangan dan Gizi UGM dan telah diedit untuk disesuaikan dengan isi buku ini.

Pendahuluan

Pada perkembangan industri saat ini, bisnis kuliner merupakan salah satu industri yang tetap bertumbuh. Hal tersebut dapat dilihat dengan semakin banyaknya bisnis kuliner yang terus berkembang di berbagai daerah di seluruh belahan Indonesia. Kepala BEKRAF, Triawan Munaf, menjelaskan berdasarkan data terakhir, ekonomi kreatif memberikan sumbangan sebesar 7,38 persen terhadap total perekonomian nasional.

Pemerintah telah menetapkan 16 subsektor dalam ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif yang dimaksud antara lain kuliner, periklanan, *fashion*, kerajinan, film, musik, seni pertunjukan, radio dan televisi, serta yang lainnya. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif tersebut, ada 3 subsektor ekonomi kreatif yang memberikan sumbangan terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Ketiga subsektor ekonomi kreatif yang dimaksud



antara lain kuliner, *fashion*, dan kerajinan. Total kontribusi ekonomi kreatif untuk PDB Indonesia mencapai Rp 922 triliun, sedangkan dari sisi unit usaha industri kreatif yang terdiri dari 8,2 juta unit, 68% di antaranya didominasi oleh kuliner yang mencapai 41,4%. Dengan demikian, industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang dan dikembangkan, upaya intervensi pemerintah untuk subsektor kuliner pun terus dilakukan.

Saat ini fenomena yang muncul pada bisnis kuliner terletak pada semakin tingginya kecintaan masyarakat terhadap berbagai makanan asli Indonesia. Berbagai produk makanan daerah baik yang bersifat tradisional maupun yang sudah berakulturasi dengan makanan mancanegara terutama yang dianggap memiliki keunikan di berbagai aspek seperti penyajian, bentuk, ukuran serta rasa yang istimewa dan unik semakin diburu oleh masyarakat. Dari berbagai keistimewaan dan keunikan tersebut rasa pedas selalu membuat penasaran. Banyak tempat usaha-usaha kuliner yang mengedepankan rasa pedas selalu menjadi buah bibir, apalagi jika makanan tersebut merupakan makanan jenis baru yang belum ada pesaingnya.

Bertitik tolak dari uraian di atas, perlu dicari solusi agar potensi wisata kuliner di Indonesia dapat dioptimalkan khususnya makanan bercita rasa pedas, oleh karenanya tulisan ini mengambil tema “Pengembangan Makanan Tradisional Bercita Rasa Pedas Sebagai Produk Wisata Kuliner”, harapannya tulisan ini dapat menjawab dan memberikan gambaran jelas tentang pengembangan makanan tradisional bercita rasa pedas.

Pengertian Makanan Pedas

Makanan pedas merupakan makanan yang unik. Menusuk lidah dengan sensasi panasnya, namun rasanya tetap disukai oleh banyak orang. Bahkan ada pula yang berprinsip, tidak bisa makan tanpa makanan pedas. Satu teori yang mungkin menjelaskan hal ini adalah manusia menyukai sensasi. Manusia secara aneh menemukan kenikmatan dari hal-hal yang seharusnya menakutkan dan menyakitkan, seperti menaiki *roller coaster*, terbang layang, dan berlari maraton. Ini adalah pertarungan antara pikiran dan tubuh, dan dimenangkan oleh pikiran.





Gambar 10.1 Oseng-oseng mercon dari Yogyakarta
Sumber: Dokumen pribadi

Bangsa Indonesia yang terdiri dari berbagai suku bangsa, berbagai budaya adat istiadat yang berbeda-beda menghasilkan ragam budaya kuliner yang tidak terhitung jumlahnya. Masing-masing daerah memiliki perbedaan baik dari cara pengolahan, bumbu, bahan dasar, cara penyajian serta cita rasa makanan tersebut. Namun demikian, masing-masing daerah memiliki makanan yang bercita rasa pedas dan sudah cukup populer seperti rendang, asam pade dari Sumatra Barat; ayam betutu, lawar dari Bali; plecing kangkung, ayam taliwang dari NTB; ayam woku, ayam rica-rica Sulawesi Utara; rujak cingur Surabaya; asinan Bogor Jawa Barat; oseng-oseng *mercon* Yogyakarta; dan masih banyak lagi dari daerah-daerah lainnya, belum lagi berbagai makanan hasil perpaduan makanan asli Nusantara dengan berbagai makanan asing yang selama ini dikenal melalui waralaba seperti ayam goreng, *pasta*, *pizza*, mie, *steak*, *fried rice*, dan lain-lain.



Masyarakat Indonesia Menyukai Makanan Bercita Rasa Pedas

Kegemaran masyarakat Indonesia akan makanan pedas sudah menjadi tradisi yang turun-temurun. Makanan pedas di Indonesia berasal dari kegemaran masyarakat menyantap segala jenis makanan dengan menggunakan sambal. Ada puluhan bahkan ratusan jenis sambal di Indonesia. Sambal dan cabai merupakan bagian yang tak terpisahkan dari olahan masakan di Indonesia. Kedudukannya bukan lagi sebagai pelengkap makanan, tapi menjadi makanan utama. Faktor lain yang membuat masyarakat Indonesia gemar menyantap sambal atau makanan pedas, yaitu kebiasaan. Sebagian besar dari masyarakat sudah terbiasa dari kecil melihat para orang dewasa, orang tua, menikmati makanan-makanan pedas dengan sambal yang mengundang selera. Hal ini yang kemudian terekam oleh generasi berikutnya dan menjadi tradisi turun-temurun. Kegemaran orang Indonesia menyantap cabai atau masakan pedas tidak lepas dari seni kuliner Indonesia yang sifatnya hidangan dingin. Cita rasa pedas ini tidak hanya menggugah selera makan tapi juga membuat temperatur suhu tubuh menjadi panas. Sehingga tubuh menjadi segar, hangat, dan berkeringat.

Pengembangan Makanan Bercita Rasa Pedas Sebagai Wisata Kuliner

Bumbu dan rempah-rempah mempunyai peranan penting dalam pengolahan makanan. Bahan ini berfungsi untuk memberikan warna, rasa dan aroma yang sedap pada masakan. Dengan bahan yang sama, namun formulasi bumbu yang berbeda maka akan dihasilkan cita rasa masakan berbeda pula. Dalam dunia kuliner, bumbu dan rempah-rempah digolongkan menjadi beberapa macam. Kategori pertama adalah golongan bumbu basah, di dalamnya termasuk kunyit, kencur, temu kunci, jahe, serai, bawang-bawangan, cabai, daun bawang, dan lain-lain. Golongan kedua adalah bumbu kering, di antaranya kayu manis, lada, pala, jinten, kapulaga, ketumbar, cengkeh, dan lain-lain. Golongan ketiga adalah bumbu buatan, seperti garam, cuka, MSG, terasi, aneka kecap, aneka saus, dan *essens*.

Indonesia negara yang kaya rasa akan berbagai bumbu dan rempah-rempah menghasilkan karya budaya kuliner yang sangat beragam dengan cita rasa yang



unik dan lezat. Perpaduan berbagai bumbu dapur membuat masakan Nusantara menjadi semakin sedap dan menggugah selera. Salah satu rahasia kelezatan santapan Nusantara adalah keseimbangan penggunaan aneka bumbu dan rempah-rempah, menjadi tugas seorang *chef* dalam menghasilkan karya-karya kuliner yang dapat mengangkat kuliner tradisional khususnya makanan bercita rasa pedas. Sudah seharusnya seorang *chef* dapat memberikan nilai tambah terhadap makanan yang diolah, nilai tambah yang dimaksud antara lain *attractive, appetize, variative, digestible, healthy*.

Pengembangan produk mempertimbangkan perilaku konsumen. Handoko (1987: 9) menyatakan bahwa perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tersebut. Makanan bercita rasa pedas dapat dikembangkan sebagai wisata kuliner dengan 2 cara, yaitu adaptasi pengolahan dan peningkatan kualitas.

a. Adaptasi pengolahan makanan

Perkembangan teknik pengolahan dan penyajian makanan menimbulkan adanya aliran-aliran dalam gastronomi. Aliran-aliran yang dimaksud *classical cooking, nouvelle cuisine, fusion food, courtesy food*, sampai yang dinamakan *molecular gastronomy*. Dalam *classical cooking* para *chef* dengan fanatik menerapkan teknologi pengolahan tradisional dengan sebaik-baiknya, namun dengan pertimbangan efisiensi bahan bakar dan waktu teknik pengolahan klasik dapat dikombinasikan dengan teknik yang lebih modern di tahap persiapan. Penambahan beberapa bahan baik dengan tujuan variasi, meningkatkan gizi, membuat keseimbangan bahan hewani-nabati maupun sebagai bahan pengganti dapat dilakukan sehingga varian makanan bercita rasa pedas, semakin beragam dan memberikan pilihan yang lebih kepada konsumen tanpa menghilangkan ke khasan dari kuliner Indonesia.

Untuk kalangan pengusaha muda dengan segmen pasar anak muda dan mahasiswa makanan bercita rasa pedas dapat diolah dengan aliran *fusion* mengikuti tren kekinian. Makanan tradisional dipadukan dengan berbagai



makanan internasional yang sudah populer sebelumnya, seperti olahan mie, pasta, *fried chicken*, *pizza* dan berbagai makanan asing lainnya. Cara penyajian yang *live show cooking* merupakan bentuk dari *courtesy food*, makanan yang sudah dipesan diolah, diracik, dipanaskan di depan konsumen.

b. Peningkatan kualitas makanan

Kualitas makanan adalah mutu dari makanan itu sendiri. Kualitas makanan sangat dipengaruhi oleh penampilan, rasa, aroma, tekstur, suhu pada saat dihidangkan, warna makanan, dan karakter makanan. Kualitas makanan sangat memengaruhi kepuasan daripada tamu yang menikmati makanan yang disajikan. Pauli (1979: 11) menyatakan mutu atau kualitas makanan dipengaruhi oleh:

Presentation, penyajian makanan bercita rasa pedas dapat dikembangkan dengan menyajikan secara *family service rijstaffle*, yaitu semua bahan dipisah dalam satu tempat sendiri-sendiri dengan jumlah yang sudah disesuaikan dengan kelompok konsumen yang akan menikmatinya, baik menggunakan alat saji yang modern maupun justru alat yang sangat tradisional seperti gerabah. Penampilan makanan yang menarik akan membangkitkan selera makan sehingga akan timbul keinginan untuk menikmatinya.

Taste and flavor perlu ada sentuhan, tambahan bubuk lain sehingga masing-masing warung, resto, rumah makan memiliki kekhasan rasa yang berbeda-beda seperti aroma pala, aroma daun jeruk, aroma kayu manis dan sebagainya tentu tidak menggeser aroma utama, yaitu cita rasa pedas yang menggoda dengan tingkat kepedasan yang sudah distandarkan dari level terendah hingga level yang menantang.

Texture makanan yang baik adalah tekstur semua bahan yang tergabung harus empuk terutama untuk makanan berbahan dasar daging dan unggas tetapi bahan lain tidak hancur, tetap utuh dalam bentuk-bentuk semula, oleh karenanya diperlukan ketepatan teknik pengolahan.

Temperature, yaitu menyajikan makanan harus sesuai dengan suhu dari jenis makanan tersebut misalnya makanan panas dihidangkan panas atau makanan



dingin dihidangkan dingin. Dilakukan proses pemanasan terlebih dahulu pada setiap porsi makanan panas sebelum disajikan, demikian juga dengan suhu nasi dan makanan pendamping lainnya. Temperatur makanan yang tepat sesuai dengan jenis makanannya akan dapat menambah kenikmatan.

Color of food, yaitu warna makanan. Warna makanan akan dianggap menarik jika segar dan alami. Warna makanan yang segar dan alami akan lebih menimbulkan selera makan dibandingkan dengan makanan gosong atau berwarna pucat. Efek kombinasi penggunaan berbagai bumbu perlu mendapat perhatian, warna yang terlalu pekat dan gelap dapat menurunkan selera. Tingkat kematangan teknik pengolahan yang tepat menjadi kuncinya. Penambahan garnis dan bahan lain yang memiliki warna kuat dapat menambah daya tarik tersendiri seperti penambahan cabe rawit merah, paprika kuning, atau bahan segar lainnya yang memiliki karakter warna yang cerah pada bagian atas makanan sehingga makanan yang akan disajikan menjadi semakin menarik. Bahan-bahan yang biasa dikombinasikan untuk menghasilkan warna yang menarik adalah irisan wortel, tomat, daun bawang, seledri, dan sebagainya.

Character of food adalah aspek penting untuk membedakan jenis makanan yang satu dengan yang lain. Karakter makanan dapat tercermin dari rasa, aroma makanan tersebut, hiasan, saus, maupun tekstur makanan tersebut. Kombinasi bumbu utama dan bumbu-bumbu tambahan lainnya dapat memberikan sensasi tersendiri. Agar dapat bersaing dengan makanan asing lainnya, produk makanan tradisional bercita rasa pedas ini harus selalu memperhatikan kualitas secara keseluruhan baik dari segi penampilan, rasa dan aroma, tekstur, suhu pada saat penghidangan, warna makanan, dan karakter makanan, serta dari segi kebersihan dan kesehatan. Jika produk yang ditawarkan dari segi kualitas tidak memenuhi standar kualitas makanan secara umum tentu akan kalah bersaing dengan produk makanan lainnya.

- c. Kombinasi pengembangan antara adaptasi pengembangan pengolahan dan pengembangan peningkatan kualitas dapat dilakukan untuk mengangkat citra dan *brand image* makanan tradisional bercita rasa pedas, keunikan, *taste*, keserasian penyajian, dan kelengkapan gizi dapat menunjukkan karakter makanan yang kuat.



Kotler (1997:300) menyatakan bahwa pengembangan produk atau produk baru dapat memberikan dua macam sumbangan keuntungan. Pertama, apabila pengembangan produk atau produk baru itu berhasil diterima oleh konsumen maka laba perusahaan akan meningkat. Kedua, apabila proses pengembangan produk baru berhasil, maka perusahaan akan membentuk suatu organisasi yang lebih efektif ketika akan melaksanakan proses pengembangan produk selanjutnya. Sebagai makanan bercita rasa pedas sangat mungkin dikembangkan sebagai wisata kuliner di manapun di negeri ini, yaitu dengan dengan 3 cara yang sudah dijelaskan di atas. Perlu itikad baik dan komitmen yang kuat dari semua pihak yang berkompeten termasuk masyarakat itu sendiri. Publikasi dan promosi lebih ditingkatkan, diskusi-diskusi dan kajian para pakar, para pengusaha, para ahli gizi perlu dipublikasikan ke masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan pameran, lomba-lomba makanan khusus bercita rasa pedas menjadikan lebih dikenal masyarakat luas sebagai makanan khas Indonesia yang unik dan berkarakter.

Makanan pedas kini menjadi primadona kuliner di Indonesia. Tak heran beragam inovasi sajian pedas pun terus bermunculan. Para pengusaha kuliner dapat melihat peluang ini dengan cermat, para *chef* terus berimprovisasi memunculkan inovasi-inovasi baru. Kekayaan bahan pangan yang tersedia, luasnya pasar yang ada serta era digital ini menjadikan perkembangan kuliner pedas semakin cepat. Para generasi milenial adalah orang yang paling banyak penasaran dengan kuliner pedas. Bahkan tak segan mereka mengadu ketahanan pedas dan memuatnya di media sosial masing-masing. Setan, mafia, mampus, ngehe, mercon, geprek, halilintar, petir, gila, nyonyor menjadi ikon kuliner pedas yang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat kita.





Gambar 10.2 Ayam geprek (kiri) dan sego gila (kanan)
Sumber: Dokumen pribadi



Penutup

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan masukan untuk para pelaku usaha kuliner adalah:

- Untuk pengembangan makanan tradisional bercita rasa pedas disarankan agar pelaku usaha kuliner selalu yakin dan optimis bahwa makanan tradisional bercita rasa pedas memiliki prospek yang amat cerah untuk dikembangkan.

Referensi

- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2004. *Peningkatan Status Gastronomi Makanan Khas Indonesia dalam festival Boga*. Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Produk dan Usaha Pariwisata.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jilid II Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Pearson Education Asia Ptc. Ltd dan PT. Prenhallindo.
- Pauli, Eugen. 1979. *Classical Cooking The Modern Way*. New York. Van Nostrand Reinhold.
- Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BFE UGM.



PENUTUP

Dari kajian aspek sejarah, yaitu yang terdapat di dalam naskah-naskah kuno seperti *Kakawin Bhomantaka*, *Ramayana*, *Subhadrawiwaha*, dan *Sumanasantaka* serta kitab-kitab kuno seperti *Sri Tanjung*, *Udyogaparwa*, dan *Kunjarakarna*, cita rasa pedas memang sudah dimiliki oleh masyarakat Indonesia, khususnya Jawa dan Sumatera. Cita rasa pedas ini berasal dari jahe (gajah, emprit, dan merah), lada (hitam, putih, merah, dan hijau), andaliman dan buah *cabe* (Jawa). Pada abad ke-16 setelah cabai masuk ke Indonesia dibawa bangsa Portugis dan Spanyol cabai dengan cepat berkembang yang diawali dari Sulawesi Utara dan Sumatera Barat. Rasa pedas dari cabai dirasakan lebih enak dan kurang menyakitkan di perut sebagai akibat makan makanan pedas.

Di Sumatera khususnya di Minangkabau terdapat profesi wanita sebagai *manggiliang lado* memperkuat hubungan erat antara cita rasa pedas dalam kuliner Indonesia. Ditemukannya penelitian bahwa di seluruh Indonesia ditemukan 257 sambal yang tersebar di Indonesia, telah menunjukkan betapa meluasnya penggunaan sambal sebagai pemberi cita rasa pedas bagi kuliner Indonesia. Meskipun terdapat kontroversi tentang manfaat dan *mudharat* Kapsaisin sebagai penyusun cita rasa pedas pada cabai merah, hijau, dan rawit, bangsa Indonesia tidak menunjukkan gejala-gejala yang menurun dalam mengonsumsi sambal khususnya generasi milenial. Hal ini sangat memperkuat fakta pendukung bahwa bangsa Indonesia tidak dapat dipisahkan dari kuliner bercita rasa pedas dalam kehidupannya.

Mengingat industri kuliner cita rasa pedas juga merupakan pasangan usaha makanan gorengan renyah serta lalapan aneka macam bahan nabati, maka makin kuat peranan industri kuliner pedas sebagai penggerak ekonomi masyarakat.