

URUN DAYA MASYARAKAT DALAM REAKTUALISASI KIPO SEBAGAI JAJANAN KHAS KOTAGEDE YOGYAKARTA

Imam Basthomi*, Siti Nur Laili Rahmawati
Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta
* basthomi04@gmail.com

Abstract - *One of the richness of Indonesian culture is reflected in the diversity of traditional local foods that are consumed by the community. Along with the times, the existence of most local food is increasingly threatened. One of them is Kipo, a traditional snack from Yogyakarta. As the first step to preserve it, this article explores in-depth to get to know Kipo and find out the opportunities and challenges faced to survive as one of the typical snacks from Yogyakarta. Based on empirical research (Field Research) with data collection through interviews, observations, and literature studies, it was found that Kipo is one of the traditional snacks of Kotagede which has historical and cultural values. Its existence has the potential to be developed into an attraction for culinary tourism activities. To make this happen, it takes the cooperation of the government and local residents to rebrand the Kipo. And what should not be left behind is utilizing mass media and the internet to support the process of information dissemination and promotion*

Keyword: *Traditional Food, Kipo, and Kotagede.*

Abstrak - *Kekayaan budaya Indonesia salah satunya tercermin dari keberagaman makanan tradisional khas daerah yang dikonsumsi oleh masyarakat. Seiring perkembangan zaman, eksistensi kebanyakan makanan khas daerah semakin terancam. Salah satunya yaitu kue Kipo, jajanan tradisional khas Yogyakarta. Sebagai langkah awal dalam usaha melestarikannya, artikel ini mengeksplorasi secara mendalam untuk lebih mengenal kue Kipo serta mengetahui peluang dan tantangan yang dihadapi agar bisa bertahan sebagai salah satu jajanan khas dari Yogyakarta. Berdasarkan penelitian empiris (Field Research) dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka, didapati bahwa kue Kipo adalah salah satu jajanan tradisional khas Kotagede yang memiliki nilai sejarah dan budaya. Keberadaannya berpotensi untuk dikembangkan menjadi suatu daya tarik untuk aktivitas wisata kuliner bagi wisatawan. Demi mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan kerjasama dari pemerintah dan warga lokal untuk melakukan rebranding kue Kipo. Serta yang tidak boleh ketinggalan yaitu memanfaatkan media massa dan internet untuk sarana menunjang proses persebaran informasi dan promosi.*

Kata kunci: *Makanan Tradisional, Kipo, dan Kotagede.*



A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki wilayah luas dengan penuh keragaman budaya. Ragam budaya yang ada menjadi sebuah identitas sosial. Adanya ragam budaya tersebut juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengembangkan sektor pariwisata. Hal itu dilakukan untuk menunjang perkembangan dan pertumbuhan sosial-ekonomi, serta menjaga tradisi, salah satunya yaitu melalui sektor wisata kuliner, makanan tradisional. Makanan tradisional dapat diartikan sebagai makanan yang biasa dikonsumsi oleh beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang sesuai dengan selera manusia, tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat lokal, dan dibuat dari bahan-bahan makanan dan rempah-rempah yang tersedia lokal (Brahmana, 2015:113). Jadi, makanan tradisional adalah kreasi makanan lokal dari bahan setempat, dihidangkan sesuai selera masyarakat dan dipertahankan secara turun-temurun.

Setiap daerah di Indonesia memiliki makanan tradisional yang beraneka ragam. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu daerah yang terkenal akan budaya-budayanya. Budaya kuliner yang ada di Jogja menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Makanan tradisional khas DIY seperti gudeg, bakpia, yangko sering kali diburu oleh para wisatawan. Di wilayah DIY, Kotagede merupakan bekas ibu kota Kerajaan Mataram Islam. Di sana selain terdapat peninggalan-peninggalan sejarah berupa bangunan, juga terdapat warisan budaya. Dalam hal budaya kuliner di Kotagede dapat ditemukan berbagai jenis makanan-makanan tradisional. Namun semakin berkembangnya zaman, makanan-makanan tersebut mulai langka dan punah. Menurut Bapak Warisman, Sekretariat Takmir Masjid Gedhe Mataram Kotagede, beberapa makanan tradisional di Kotagede yang sudah hilang adalah Gupo, Model, Wela, Bikan, dan Emplek (Wawancara pada 11 Maret 2020).

Salah satu makanan tradisional khas Kotagede yang hampir punah adalah kue Kipo. Kue tersebut konon sudah ada sejak zaman Kerajaan Mataram Islam dan sampai sekarang menjadi kudapan atau makanan ringan untuk sultan dan keluarganya (Wahyu Supartono, Siti Mauna, 2010:128). Menurut Budayawan Kotagede, Bapak Erwito Wibowo, kue Kipo tidak diketahui secara pasti siapa pembuat pertamanya, namun kue tersebut telah menjadi salah satu pilihan menu makanan untuk menyambut tamu-tamu Keraton Jogja (Wawancara, 16 Maret 2020). Kue Kipo sampai saat ini masih belum banyak dikenal oleh orang-orang umum khususnya orang yang bukan berasal dari Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, Kue Kipo menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Dalam penelitian ini ada 2 masalah yang dikaji, yaitu: 1) Bagaimana asal-usul dan filosofi Kue Kipo? 2) Bagaimana peluang dan tantangan Kue Kipo di zaman modern? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara detail mengenai Kue Kipo secara lebih dalam mengenai asal-usul dan filosofinya. Selain itu penelitian ini juga berusaha mengungkapkan peluang-peluang serta tantangan Kue Kipo pada masa sekarang.

Landasan Teori

1. Folklor

Budaya adalah salah satu identitas suatu bangsa. Di dalam suatu budaya pastinya memiliki nilai-nilai kearifan lokal. Secara konseptual, kearifan lokal memang merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dari suatu budaya. Salah satu rumpun ilmu yang membahas budaya dan kearifan lokal adalah folklor. Folklor menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu ilmu yang mempelajari adat istiadat tradisional yang tidak dibukukan (Penyusun, 2008). Folklor juga diartikan sebagai bagian dari kebudayaan yang kolektif, tersebar, dan diwariskan secara turun-temurun. Secara tradisional penyampaiannya bisa secara lisan yang terkadang diiringi dengan gerak isyarat atau dengan alat bantu pengingat (mnemonic device) (Danandjaja, 1997:2).

Folklor oleh banyak orang juga dikenal sebagai tradisi lisan. Namun sebenarnya itu hanyalah salah satu bagian dari folklor itu sendiri. Menurut Jan Harold Brunvand, ada tiga jenis folklor, yaitu: 1) Folklor lisan. 2) Folklor sebagian lisan dan 3) Folklor bukan lisan. Folklor lisan adalah folklor yang bentuknya murni lisan, seperti bahasa rakyat, puisi rakyat, dan nyanyian-nyanyian rakyat. Folklor sebagian lisan merupakan folklor yang bentuknya kombinasi unsur lisan dan bukan lisan, contohnya seperti kepercayaan rakyat dan permainan rakyat. Folklor bukan lisan adalah folklor yang bentuknya bukan sebuah lisan walaupun cara atau prosesnya melibatkan lisan, contohnya arsitektur rumah rakyat, makanan-minuman, dan obat-obat tradisional (Danandjaja, 1997:21-22).

Untuk mengetahui perbedaan folklor dengan kebudayaan yang biasa, maka harus memahami ciri-ciri dari folklor. Ciri-ciri folklor yang utama adalah sebagai berikut:

- a) Penyebaran dan pewarisannya umumnya dilakukan secara lisan
- b) Bersifat tradisional
- c) Memiliki varian-varian atau versi-versi yang berbeda-beda
- d) Bersifat anonim, polo, dan lugu
- e) Biasanya memiliki pola-pola tertentu
- f) Mempunyai nilai guna dalam kehidupan bersama
- g) Bersifat pra logis
- h) Menjadi milik bersama suatu kelompok masyarakat (Danandjaja, 1997:3-4).

2. Makanan Tradisional

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan memiliki tiga wujud, yakni: (1) gagasan, ide, nilai, atau norma, (2) pola perilaku manusia dalam masyarakat, dan (3) Benda-benda hasil karya manusia (Koentjaraningrat, 1990:186-188). Berdasarkan gagasan tersebut jika dikaitkan dengan makanan, dapat disimpulkan bahwa makanan adalah salah satu produk budaya. Makanan dan kebudayaan adalah dua hal yang tidak bisa dipisah. Makan merupakan aktivitas budaya manusia yang sudah ada sejak dahulu kala. Makanan merupakan sebuah tradisi baik dalam proses produksi, penyajian, dan konsumsi. Makanan juga dijadikan sebagai media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Makanan juga bisa dilihat sebagai

bentuk dari percampuran lebih dari satu budaya. Umumnya setiap daerah memiliki makanan khas atau tradisionalnya masing-masing. Makanan tersebut juga dapat dijadikan sebagai identitas budaya karena sudah diwariskan secara turun-temurun di daerahnya, diolah dengan bahan yang tersedia, dan sebagian memiliki fungsi khusus seperti religi, sosial, dan budaya (Harsana et al., 2018:41).

Makanan tradisional sebagai suatu identitas budaya merepresentasikan makna simbolik kebudayaan yang berkaitan dengan fungsi sosial, agama dan lain sebagainya. Masyarakat menjadikan makanan tradisional sebagai penguat hubungan sosial masyarakat, sebagai ekspresi kepercayaan atau keagamaan, mempertahankan nilai luhur dan warisan tradisi lokal, serta sebagian masyarakat juga menjadikan makanan tradisional sebagai media penunjang perekonomian. Salah satu makanan tradisional yang telah bertahan selama beberapa generasi yaitu “Kue Kipo”. Kue Kipo termasuk salah satu makanan tradisional khas yang mewarnai kreasi jajanan nusantara.

B. METODE

Penelitian dilakukan di Kotagede Yogyakarta pada tahun 2019 dan 2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris (Field Research) untuk mendeskripsikan Kue Kipo sebagai jajanan khas Kotagede Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, dan studi pustaka. Peneliti melakukan wawancara terhadap produsen Kue Kipo dan warga Kotagede yang paham mengenai Kue Kipo. Peneliti juga mencari literatur-literatur yang memiliki relevansi terhadap topik penelitian baik berupa buku ataupun artikel ilmiah.

Analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan seluruh data-data wawancara dan studi pustaka. Setelah itu mereduksi data tersebut untuk diklasifikasikan dan dipilih data yang memberikan informasi tentang Kue Kipo. Setelah seluruh data sudah lengkap dan memadai, langkah terakhir adalah pengambilan kesimpulan. Kesimpulan ditulis dengan metode analisis-deskriptif. Metode tersebut berfungsi memberikan deskripsi atau gambaran secara detail mengenai objek penelitian melalui data atau sampel yang telah terkumpul (Sugiyono, 2007:52)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Asal-Usul Kipo

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah di Indonesia yang dikenal akan destinasi wisata budaya dan sejarahnya. Salah satu daerah yang menjadi tujuan wisatawan adalah kawasan Kotagede. Kotagede merupakan wilayah yang menjadi situs sejarah peninggalan Mataram Islam yang berdiri sejak tahun 1532 M. Kotagede terletak di sebelah selatan kota Yogyakarta. Secara administrasi, sebagian wilayah Kotagede yaitu kelurahan Prenggan dan Purbayan masuk ke dalam wilayah Kota Yogyakarta, dan sebagian lagi yaitu Jagalan dan Singosaren termasuk dalam wilayah Kabupaten Bantul. Sisi utara, timur, dan selatan wilayah berbatasan dengan Kabupaten Bantul, sedangkan sisi barat berbatasan dengan wilayah Umbulharjo, Yogyakarta (Litiloly, 2019:211-214).

Selain wisata sejarah, yang dicari dari Kotagede adalah wisata kulinernya. Makanan tradisional khas Kotagede yang masih eksis sampai sekarang diantaranya Kipo, Ukel, Kembang

Waru, Legamara, dan lain sebagainya (Pusporetno, 2014). Makanan-makanan tersebut dapat dijumpai di pasar maupun di tempat oleh-oleh di kawasan Kotagede. Dahulu makanan-makanan tradisional, terutama kue Kipo masih diremehkan atau dipandang sebelah mata oleh masyarakat sekitar, namun kue Kipo ini sangat akrab di kalangan bangsawan Keraton Mataram tempo dahulu (Shodiqun, wawancara, 11 Maret 2020).

Kipo merupakan makanan yang diproduksi secara turun temurun yang diwariskan keluarga, dimulai dari Mbah Mangun Irono pada tahun yang tidak diketahui dan dilanjutkan anaknya, Ibu Paijem Djito Suhardjo dari tahun 1946 sampai 1991, dan sekarang dilanjutkan Bu Istri Rahayu sejak tahun 1991. Menurut Bapak Shodiqun, pemilik kios Kipo Bu Djito, dahulu sebelum mbah Mangun Irono memproduksi kue Kipo, sudah ada orang yang menjualnya di dekat bekas pegadaian, mbah Mangun Irono hanya melestarikannya agar tidak punah (Wawancara, 11 Maret 2020). Nama Kipo mulai muncul ke permukaan sejak ibu Djito Suhardjo mengikuti pameran dan lomba makanan yang bahannya khusus dari tepung ketan, bertempat di Hotel Ambarukmo Palace tahun 1986 oleh Dinas Pariwisata dan Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Lalu pada tahun 1988 Ibu Djito mendapatkan kesempatan pameran di Jakarta oleh Dinas Pariwisata. Dalam perkembangannya, Kipo tidak banyak mengalami perubahan karena sejak awal dibuatnya masih mempertahankan bahan dan cara pembuatan yang sama (Shodiqun, wawancara, 11 Maret 2020).

Kipo yang saat ini dikembangkan oleh keluarga ibu Rahayu sudah sering dikenalkan kepada masyarakat yang ingin mengetahui bagaimana pembuatan jajanan khas ini. Dari banyaknya kerjasama ataupun pelatihan seperti yang dilakukan dengan Departemen Koperasi, Balai Latihan Kerja (BLK) dalam hal pelatihan untuk usaha kecil dan menengah banyak yang tidak melanjutkan usaha tersebut dikarenakan tidak adanya minat dan kemauan karena pembuatan Kipo yang terbilang sulit dan membutuhkan waktu yang cukup panjang (Shodiqun, wawancara, 11 Maret 2020). Hal ini menyebabkan produsen Kipo sangat minim. Di Kotagede sendiri diketahui hanya ada sekitar 3 produsen kue Kipo.

Filosofi Kipo dan Proses Pembuatannya

Kue Kipo berwarna hijau daun, terbuat dari tepung beras ketan, sebagai bahan utama, dan terdapat campuran kelapa dan gula merah sebagai isinya. Kipo termasuk makanan tradisional yang berjenis jajan pasar. Jajan pasar adalah jenis makanan ringan yang biasanya dijajakan di pasar dan berfungsi untuk mengurangi rasa lapar, pelengkap hidangan utama, dan sebagai suguhan untuk tamu serta untuk melengkapi keperluan ritual agama atau adat setempat (Adrianto, 2014:13). Makanan sebagai sebuah budaya memang tidak bisa lepas dari aktivitas, ide, perilaku masyarakat dan nilai-nilai filosofis. Kue Kipo sangat sulit sekali ditelusuri makna dan nilai-nilai filosofinya. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya informasi dari pembuat pertama Kue Kipo ini. Dari pihak keluarga ibu Istri Rahayu (generasi ketiga) yang melestarikan pembuatan Kue Kipo ini juga menyatakan kurangnya informasi tentang nilai-nilai filosofis, makna, dan sejarahnya secara jelas.

Makna dan nilai-nilai filosofis yang dapat dipaparkan dari hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Nama Kue Kipo

Penamaan Kipo berasal dari interaksi seorang penjual kue Kipo dan pembeli. Masyarakat Kotagede sangat kental dengan logat Jogja-Solo dalam percakapan sehari-hari. Ketika bertanya (sambil menunjuk ke arah makanan) tentang makanan yang belum diketahuinya menggunakan kata tanya *iki opo?* (*ini apa?*) dan sudah menjadi kebiasaan mereka menjawab tidak secara komplit, seperti halnya dari kata *iki opo?* Hanya dijawab *kipo?* Akhirnya kue tersebut dinamakan Kipo.

2. Bentuk dan Warna Kue Kipo

Kue Kipo dibuat dengan bentuk pipih kecil dengan alasan agar orang-orang saat makan bisa menikmatinya satu persatu (tidak secara langsung) dan agar lebih bisa menghargai proses pembuatan Kue Kipo yang sulit dan membutuhkan waktu yang lama. Sedangkan makna warna hijau pada Kue Kipo adalah menunjukkan bahwa Kipo terbuat dari bahan-bahan alami (tanpa pengawet dan bahan kimia).

3. Daun Pisang Kluthuk / Kepok

Ketika memasak dan membungkus Kue Kipo digunakan daun pisang Kluthuk / Kepok karena untuk penguat aroma dan menjaga segi tradisionalnya. Dipilih daun pisang tersebut karena tidak lengket dan berubah warna dan dapat mengeluarkan minyak.

Proses pembuatan kue Kipo masih dilakukan secara manual dengan alat dan bahan tradisional. Bahan baku yang digunakan merupakan bahan-bahan alami yang sering dijumpai di masyarakat. Misalnya, pewarnaan dengan daun pandan/ fuji dan rasa manis dari gula merah. Tidak ada penambahan zat aditif kimia, seperti pewarna makanan, pemanis, dan pengawet buatan. Sementara pada proses pembuatan, mulai dari pengadonan hingga mencetak kue Kipo berbentuk lonjong pipih dilakukan menggunakan tangan. Kemudian pada proses pemanggangan juga masih menggunakan cobek berbahan tanah liat dengan alas daun pisang. Proses tersebut bertujuan agar kue Kipo matang merata dan memiliki aroma khas dari tanah liat dan daun pisang yang dibakar.

Satu kilogram tepung beras ketan bisa menghasilkan 75-80 bungkus Kipo. Setiap bungkus berisi 4-5 buah. Untuk pembuatan per-Kgnya memakan waktu kurang lebih dua setengah jam. Semakin banyak Kue Kipo yang akan dibuat maka semakin lama juga pembuatannya. Dalam konsumsi kue ini hanya bertahan 1x24 jam saja. Bisa melebihi dari batas waktu tersebut jika memang ditambahkan bahan pengawet. Namun karena ingin tetap menjaga kualitas dari makanan khas tersebut maka produsen tidak pernah menggunakan bahan pengawet. Proses yang cukup panjang dengan alat sederhana dan bahan yang alami tentu sangat identik dengan makanan tradisional, dalam hal ini kue Kipo tentu menjadi salah satunya. Sehingga keberadaannya patut untuk dilestarikan.

Peluang dan Tantangan Kipo

Berbagai pihak sepakat bahwa makanan tradisional mulai tergerus akibat dampak dari perubahan zaman. Kemajuan teknologi menciptakan globalisasi, yang menyebabkan mudarnya batas-batas antar negara menyebabkan kemunculan sebuah desa global (global village) di mana

informasi, nilai, budaya, atau apapun itu, secara bebas “keluar-masuk” dari sebuah negara. Makanan sebagai bagian dari budaya, termasuk menjadi komoditi yang tidak terelakkan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan semakin menjamurnya kedai-kedai yang menawarkan beragam jenis makanan dari luar Indonesia dalam beberapa dekade belakangan. Salah satu yang paling populer di antara jenis makanan luar negeri lainnya yaitu makanan barat (*western food*). Di tengah masyarakat yang beragam, *western food* begitu digemari oleh kalangan muda. Mayoritas berpendapat bahwa mengonsumsi makanan barat menjadikan diri mereka bagian dari modernisasi itu sendiri. Artinya, terdapat sebuah pemikiran, jika seorang tidak menyukai makanan barat, maka dia tidak termasuk kelompok yang maju; tidak keren atau bahkan tertinggal. Di era awal globalisasi, pengaruh barat memang begitu kental. Bangsa barat yang terdiri dari mayoritas negara maju dianggap lebih unggul dalam segala bidang. Sehingga, apapun yang berasal dari barat, termasuk makanan, dinilai lebih baik dan harus ditiru.

Demikian pula yang terjadi pada kue Kipo. Nasibnya seperti kebanyakan makanan tradisional lainnya. Kue Kipo tidak bisa menghindari dari arus modernisasi yang kian hari seolah makin deras. Upaya untuk bisa menjaga eksistensi kue Kipo bahkan nampaknya lebih berat jika dibandingkan sejumlah makanan tradisional lainnya. Misalnya apabila melihat bakpia dan gudeg, yang sama-sama berasal dari Yogyakarta. Sejumlah makanan tersebut dapat dikatakan mampu bersaing dengan gempuran makanan-makanan dari luar negeri. Eksistensinya terjaga, dan bahkan semakin terkenal sebagai makanan khas daerah sekaligus ikon Yogyakarta. Para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta akan merasa ada yang kurang, jika belum menikmati sepiring nasi gudeg atau membeli bakpia untuk oleh-oleh.

Meski begitu, bukan berarti tidak ada harapan bagi kue Kipo untuk tetap lestari atau bahkan menjadi bersinar layaknya bakpia dan gudeg. Kue Kipo dibuat dari bahan utama berupa tepung beras ketan, yang mana jenis tepung tersebut mudah dijumpai di tengah masyarakat. Setidaknya dari melihat ketersediaan bahan baku, kue Kipo masih sangat memungkinkan untuk terus diproduksi. Mengingat, sejumlah makanan tradisional didapati langka di pasaran karena bahan baku pembuatannya yang sulit diperoleh.

Namun, perihal yang sebenarnya menjadi penentu adalah keberadaan minat atau permintaan dari pasar. Apabila daya beli masyarakat tinggi terhadap kue Kipo, maka produksinya juga akan tinggi. Tapi jika sebaliknya, maka produsen akan memilih untuk memasarkan kue jenis lain yang lebih laku. Seperti jika berkaca pada bakpia, yang semula pasti hanya ada beberapa merek dagang. Karena semakin banyak pembeli, begitu banyak merek dagang baru yang kemudian bermunculan. Menandakan semakin banyak pula produsen bakpia. Dalam perkembangannya, wisatawan tidak hanya datang untuk sekadar membeli. Sejumlah produsen membuka rumah produksi mereka, memberikan kesempatan bagi calon pembeli untuk lebih jauh mengetahui proses pembuatan bakpia. Yang mana hal tersebut menjadi sebuah daya tarik bagi wisatawan.

Kehadiran makanan tidak bisa dilepaskan dalam aktivitas turisme. Pengalaman mengonsumsi makanan khas dapat menambah kesan menyenangkan bagi wisatawan saat

mengunjungi suatu daerah. Bahkan, tidak jarang aktivitas tersebut menjadi motif utama dari seorang wisatawan ketika mengunjungi suatu destinasi (Quan & Wang, 2004). Tikkanen (2007) menyebut bahwa makanan dalam industri turisme sebagai bagian dari budaya lokal yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk menarik wisatawan. Belakangan juga sering didengar istilah “Wisata Kuliner”, Horng dan Tsai (2010) mengartikannya pengalaman berwisata melalui berbagai aktivitas yang berkaitan dengan makanan khas suatu destinasi. Dalam hal ini berarti makanan menjadi media penyaluran pengetahuan budaya bagi para wisatawan.

Melihat aktivitas turisme yang dilakukan oleh wisatawan selama berkunjung ke Kota Yogyakarta, wisata kuliner seolah menjadi aktivitas yang tidak pernah dilewatkan. Bahkan Yogyakarta menjadi salah satu dari destinasi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Mendapati fenomena yang demikian, seharusnya dapat menjadi peluang bagi kue Kipo untuk lebih dikenal masyarakat luas. Bagaimana kemudian wisata yang berkunjung ke Yogyakarta tidak hanya memilih bakpia atau gudeg, tapi juga kue Kipo. Mungkin akan kurang sepadan jika memaksakan kue Kipo untuk bersaing dengan bakpia atau gudeg. Akan tetapi, jika melihat nilai filosofis dan sejarah yang dimiliki, kue Kipo tidak bisa dipandang remeh. Sebagaimana kue Kipo diketahui sebagai salah satu kue yang erat kaitannya dengan Keraton Mataram tempo dahulu (Shodiqun, wawancara, 11 Maret 2020). Sehingga nilai filosofis dan sejarah yang dimiliki oleh kue Kipo tersebut semestinya bisa memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

Urun Daya Masyarakat dalam Reaktualisasi Kipo sebagai Jajanan Khas Kotagede

Upaya untuk melakukan branding kue Kipo sebagai salah satu makanan tradisional khas Yogyakarta dapat dimulai dari pemerintah Kotagede, yaitu dengan menjadikannya ikon daerah (destination branding). Sebagaimana diungkapkan oleh Kotler (1998), salah satu kegunaan dari destination branding yaitu dapat menarik target pasar, seperti pengunjung, penduduk, pegawai, bisnis, maupun industri. Dalam hal ini, langkah pertama menjadi tanggung jawab pemerintah daerah. Pengenalan terhadap ikon daerah bisa dilakukan melalui penyelenggaraan festival makanan daerah atau sederhana menyajikan kue Kipo bagi tamu-tamu dalam kunjungan dinas dari daerah lain ataupun saat kegiatan acara lain yang diselenggarakan oleh pemerintah. Dalam penyelenggaraan di lapangan seperti yang disebutkan tadi, tentu tidak bisa meninggalkan peran dari masyarakat, melalui komunitas-komunitas kuliner, pemuda, atau sejenisnya.

Faktanya, upaya pengembangan kue Kipo sebagai komoditas makanan khas Kotagede telah dilakukan, misalnya melalui kerjasama ataupun pelatihan yang dilakukan dengan Departemen Koperasi, Balai Latihan Kerja (BLK). Kegiatan tersebut dimaksudkan untuk menumbuhkan wirausahawan bidang UMKM kuliner kue Kipo. Namun disayangkan, banyak kelompok usaha yang tidak melanjutkan inkubasi usaha tersebut dikarenakan kurangnya minat dan kemauan. Pembuatan Kipo dinilai terlalu sulit dan membutuhkan waktu yang cukup panjang (Shodiqun, wawancara, 11 Maret 2020). Hal ini menyebabkan produsen Kipo tidak banyak. Di Kotagede sendiri diketahui hanya ada sekitar 3 produsen kue Kipo. Berangkat dari fenomena tersebut,

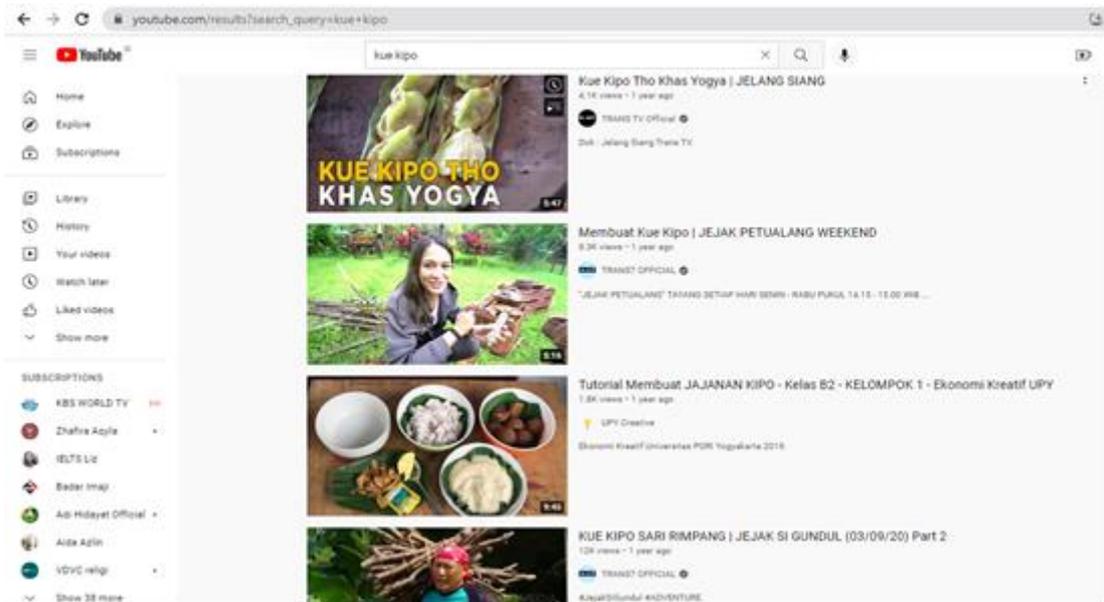
kurangnya minat membuat kue Kipo juga bisa diakibatkan dari belum masifnya pembeli. Pembuatan makanan tradisional pada umumnya memang membutuhkan waktu lebih lama dan tidak selalu mudah. Tapi ketika permintaan dari konsumen tinggi, para pengusaha akan tetap bertahan dan bahkan bertambah.

Selain kerjasama pemerintah dan penduduk lokal, upaya yang tidak kalah penting berikutnya adalah dengan melibatkan media, baik media massa maupun internet, termasuk sosial media. Apabila melihat pada awal masa globalisasi, media massa dan internet menjadi alat yang berperan penting dalam memberikan eksposur terhadap budaya-budaya luar. Masyarakat tidak harus berpegangan ke Barat untuk mengetahui nilai-nilai budaya Barat. Semua hanya bermula dari informasi-informasi yang disebarluaskan melalui media massa dan internet. Menyadari hal tersebut, kini sudah seharusnya giliran bagi masyarakat lokal untuk menunjukkan eksistensi dan mengenalkan nilai dan budaya lokal, termasuk makanan tradisional, kepada masyarakat luar dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada.

Masyarakat dapat mengenal kue Kipo melalui media massa dan internet. Selain karakteristiknya yang dapat menjangkau publik secara luas, media juga mudah diakses, utamanya internet dan media sosial. Di era digital seperti saat ini, keseharian masyarakat sangat bersinggungan dengan internet dan media sosial. Dengan memfasilitasi persebaran informasi melalui media, setidaknya masyarakat luar daerah tidak perlu datang ke Yogyakarta untuk mengetahui keberadaan kue Kipo. Atau bahkan bermula dari media massa dan internet, justru kemudian menambah ketertarikan masyarakat luar daerah untuk berkunjung ke Yogyakarta.

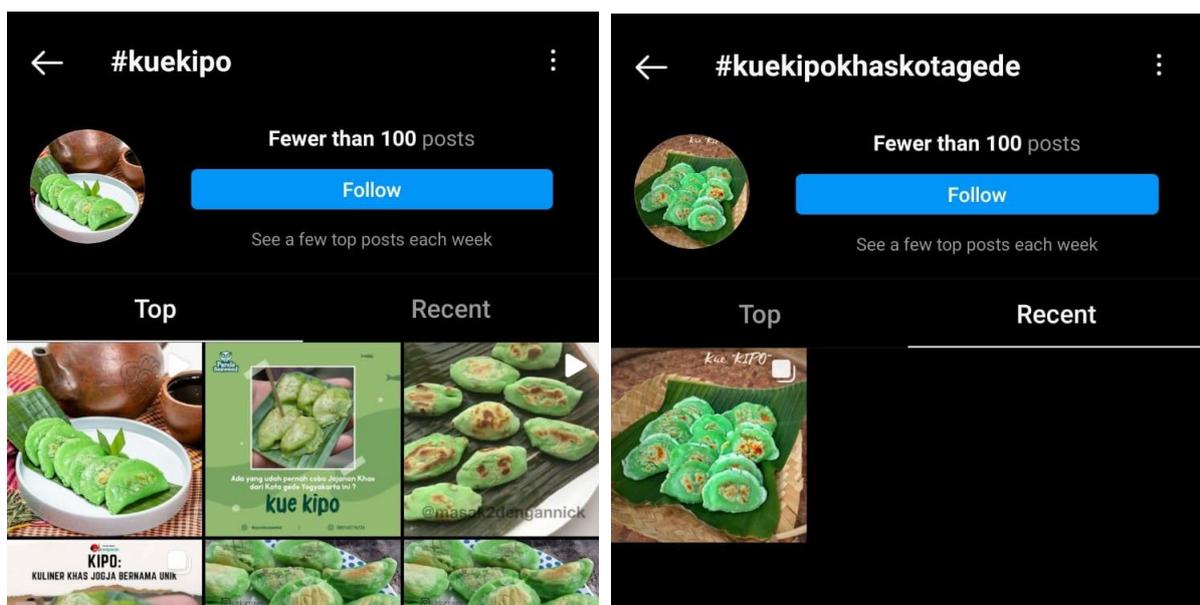
Didapati bahwa sudah ada upaya persebaran informasi terkait kue Kipo melalui media massa ataupun internet dengan jenis konten yang bervariasi, baik tulisan, gambar, ataupun video. Pada media massa, terdapat sejumlah program acara televisi nasional yang pernah mengulas kue Kipo, diantaranya seperti *Jelang Siang*, *Jejak Petualang Weekend*, dan *Jejak Si Gundul*. Keberadaan program semacam itu, yang disajikan dengan visual dan narasi yang menarik, tentu diharapkan masyarakat dapat tertarik dan lebih mengenal keberagaman makanan khas Indonesia, termasuk kue Kipo.

Sementara, melalui observasi sederhana di media sosial, konten-konten seputar kue Kipo juga cukup mudah ditemui. Salah satunya media sosial Youtube, salah satu portal berbagai video yang paling populer di masyarakat, ditemukan banyak unggahan konten video berisi tata cara dan proses pembuatan kue Kipo (Gambar 1). Adanya konten video yang demikian tentu memudahkan bagi masyarakat umum untuk membuat sendiri kue Kipo, yang mana hal tersebut juga dapat diartikan sebagai sebuah upaya pelestarian. Mengingat sangat mungkin bagi suatu jenis makanan tradisional yang kian hari makin langka karena ketiadaan generasi penerus yang bisa membuatnya sebab proses pembuatan yang asing dan tidak mudah.



Gambar 1 Screen Shot Pencarian Kue Kipo di Youtube (Dokumentasi: Siti Nur Laili R.)

Selain YouTube, media sosial lain yang populer di masyarakat, terutama kalangan remaja adalah Instagram. Diseminasi informasi melalui akun media sosial satu ini nampaknya belum terlalu masif. Ketika dilakukan pencarian berdasarkan tagar, menggunakan kata kunci #kuekipo ataupun #kuekipokhaskotagede, menunjukkan unggahan kurang dari 100 gambar. Temuan tersebut cukup disayangkan, mengingat berdasarkan sejumlah penelitian, promosi dengan memanfaatkan media sosial memberikan dampak yang positif. Lebih spesifik, Instagram memiliki peran yang signifikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi para calon wisatawan sebelum menentukan pilihan destinasinya (Pradiatiningtyas, 2016)



Gambar 2 Screen Shot Pencarian Kue Kipo di Instagram (Dokumentasi: Siti Nur Laili R.)

Bahkan, yang kemudian sangat disayangkan, salah satu produsen kue Kipo yang paling terkenal di Kotagede belum secara maksimal memanfaatkan media sosial, terutama Instagram. Di

saat produk-produk makanan yang lain diketahui gencar melakukan promosi lewat media sosial, tidak dengan Kue Kipo Bu Djito. Saat dilakukan pencarian, dijumpai dua akun Instagram dengan nama pengguna @kipo_budjito dan @kipobudjito. Di antara kedua akun tersebut, belakangan yang aktif adalah @kipo_budjito. Namun saat ditinjau lebih lanjut, pengelolaan akun tersebut juga tidak maksimal. Padahal berdasarkan penelitian pemanfaatan media digital dapat meningkatkan (Ayuni et al., 2019). Meskipun tidak bisa dipungkiri bahwa untuk dapat mengoptimalkan kerja dari Instagram atau sosial media pada umumnya, memerlukan strategi tersendiri. Sehingga diharapkan kedepannya potensi yang ada bisa digarap lebih serius dan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata kuliner kue Kipo.

D. PENUTUP

Kue Kipo merupakan makanan tradisional khas Kotagede yang berpotensi menjadi salah satu daya tarik wisata kuliner. Hal tersebut disebabkan keberadaannya yang tidak lepas dari nilai sejarah dan budaya, terutama jika dikaitkan dengan kerajaan Islam Mataram Kuno. Akan tetapi nyatanya belum banyak masyarakat yang mengetahui hal tersebut, bahkan warga lokal. Produsen lokal jajanan tersebut juga belum banyak dijumpai. Sejumlah upaya tentu perlu dilakukan untuk menjaga kelestarian kue Kipo. Menjadikan kue Kipo sebagai salah satu ikon Kotagede menjadi salah satu opsi. Untuk itu tidak hanya dibutuhkan kerja serius dari pemerintah, melainkan juga dari masyarakat. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui semacam inkubasi wirausaha kuliner. Berikutnya, perlu untuk memperkenalkan, mengedukasi masyarakat luas mengenai kue Kipo itu sendiri. Bagi masyarakat lokal, dapat melalui pelaksanaan kegiatan sejenis festival kuliner. Sementara bagi masyarakat di luar Yogyakarta, dapat dilakukan dengan memanfaatkan media massa dan internet, termasuk sosial media. Melalui media massa dan internet serta strategi yang tepat, promosi kue Kipo dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan masif

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, A. (2014). Jajan Pasar: Makanan Tradisional Masyarakat Jawa. *Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 9(1).
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto, A. (2019). The Influence of Digital Media Use on Sales Level of Culinary Package Product Among Female Entrepreneur. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(2), 129–141. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Brahmana, P. A. R. K. M. R. (2015). Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. *Kinerja*, 19(2).
- Danandjaja, J. (1997). *Folklor Indonesia*. Pustaka Utama.
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 1(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Hong, J.-S., & Tsai, C.-T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74–85. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>

- Koentjaraningrat. (1990). Pengantar Ilmu Antropologi. PT Rineka Cipta.
- Kotler, P. (1998). A generic concept of marketing. *Marketing Management*, 7(3), 48–54.
- Litolily, M. K. (2019). Studi Morfologi Kawasan Kotagede di Kota Yogyakarta. *Komposisi*, 12(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.24002/jars.v12i3.2203>
- Penyusun, T. (2008). Kamus Bahasa Indonesia. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Pradiatiningtyas, D. (2016). Peran Instagram Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Yogyakarta. *Khasanah Ilmu*, 7(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v7i2.705>
- Pusporetno, M. (2014). Kotagede sebagai Kawasan Wisata Budaya dan Sejarah, Wisata Spiritual, Wisata Kuliner dan Belanja. *Dinamika Pendidikan*, 7(1).
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's Hierarchy and Food Tourism In Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721–734. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00070700710780698>
- Wahyu Suparsono, Siti Mauna, A. D. G. (2010). Potency of Kipo, A Traditional Food from Kotagede Yogyakarta. *Agrointek*, 4(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agrointek.v4i2.1365>
- Wawancara dengan Bapak Shodiqun Selaku Produsen Kue Kipo pada 11 Maret 2022
- Wawancara dengan Bapak Warisman Selaku Takmir Masjid Kotagede pada 11 Maret 2022
- Wawancara dengan Bapak Erwito Wibowo Selaku Budayawan pada 16 Maret 2022