

GASTRONOMI BABANCI: MAKANAN WARISAN HALAL DARI BUDAYA BETAWI

Aripin¹, Harry Wiyanto², Iriana Wihardja Sumintapura³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Manajemen LABORA

(4rIfin007@gmail.com¹, harrywiyanto4665@gmail.com², irianaws@gmail.com³)

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi makanan khas Betawi yang disebut "Babanci" yang saat ini cenderung kurang dikenal, terutama oleh generasi muda. Warisan budaya kuliner Betawi ini diteliti menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif melalui wawancara mendalam dengan informan yang dianggap ahli untuk mengungkap asal usul dan perkembangan "Babanci". Hasil penelitian menunjukkan bahwa masakan Babanci merupakan warisan budaya Betawi, namun hingga saat ini jarang ditemukan di restoran atau warung nasi di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Alasan mengapa Sayur Babanci kurang berkembang adalah karena dari semua bahan yang digunakan dalam Babanci, terdapat empat bahan baku yang cenderung kurang dikenal di masyarakat, yaitu mangga, botor, kedaung, dan tai angin. Bahan-bahan baku ini sulit ditemukan di pasaran. Bahkan jika bahan baku tersebut ada, prosesnya harus melalui teknik memasak yang baik dan tradisional agar tidak memengaruhi cita rasa hidangan itu sendiri. Temuan penelitian menunjukkan bahwa untuk mendapatkan pasar sasaran, dibutuhkan branding yang kuat yang didukung oleh cita rasa yang unik, kesabaran, dan kemasan yang menarik.

Kata kunci: *babanci, budaya warisan, halal.*

Abstract

*This study aims to explore a traditional Betawi dish known as "Babanci," which currently tends to be little known, particularly among the younger generation. This element of Betawi culinary heritage was investigated using a qualitative phenomenological approach—specifically through in-depth interviews with experts—to uncover the origins and evolution of "Babanci." The results indicate that while Babanci is a genuine part of Betawi cultural heritage, it is rarely found in restaurants or eateries across Jakarta and its surrounding areas today. A key reason for its limited prevalence is that four of the ingredients used—mango, *botor* (winged bean), *kedaung* (parkia roxburghii), and *tai angin* (usnea lichen)—are relatively unfamiliar to the general public and difficult to source in the market. Furthermore, even when these ingredients are available, the dish requires precise, traditional cooking techniques to ensure the flavor profile remains authentic. The findings suggest that successfully reaching a target market requires strong branding supported by a unique flavor, patience, and attractive packaging.*

Keywords: *Babanci, cultural heritage, halal.*

1. PENDAHULUAN

Tren pariwisata halal merupakan fenomena baru dalam industri pariwisata. Permintaan masyarakat akan destinasi wisata semakin meningkat di Indonesia (Bustamam & Suryani, 2022). Jakarta, ibu kota Indonesia, memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata halal karena kekayaan budaya dan kulinernya (Cadith dkk., 2022). Jakarta memiliki beragam kuliner tradisional yang mampu bersaing dengan kuliner tradisional dari daerah lain di Indonesia (Fatmawati & Santoso, 2020). Pengembangan pariwisata kuliner halal juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi lokal (Serviani, Sintia Rahayu, 2024). Semakin banyak restoran atau bisnis kuliner halal yang muncul, semakin banyak lapangan kerja yang tercipta. Hal ini dapat mendukung perekonomian Jakarta dan mengembangkan sektor pariwisata yang berkelanjutan (Yusril Hidayat dkk., 2019).

Seiring dengan meningkatnya permintaan akan makanan halal, industri makanan halal di Jakarta juga semakin maju (Rachim & Santoso, 2021). Beberapa restoran besar, hotel, dan bahkan pusat perbelanjaan kini menyediakan menu halal yang telah disertifikasi oleh Majelis Ulama Indonesia (Pratomo & Subakti, 2017). Pertumbuhan produk halal juga membuka peluang bagi pengusaha kuliner lokal untuk mengembangkan produk yang lebih beragam dan inovatif (Rosyidah, 2024). Pariwisata kuliner halal juga bertujuan untuk memperkenalkan kearifan dan budaya lokal melalui makanan tradisional (Rahman Ali dkk., 2024). Makanan akan selalu hadir dalam setiap aktivitas masyarakat, oleh karena itu mengklasifikasikan makanan menurut fungsi sosialnya penting dalam pengembangan budaya kuliner (Susilowati, 2021).

Salah satu hidangan Betawi yang cenderung terlupakan oleh masyarakat adalah "Sayur Babanci". Masakan ini merupakan warisan budaya Betawi yang harus dilestarikan (Kusdiana dkk., 2017). Tradisi kuliner masyarakat Betawi yang kaya dan beragam merupakan hasil langsung dari percampuran berbagai peradaban yang berbeda dengan menggabungkan unsur-unsur budaya Jawa, Sundanese, Tionghoa, Arab, dan Portugis (Muliani & Saputra, 2021). Hidangan babanci merupakan contoh kombinasi cita rasa, metode memasak, dan pengaruh budaya yang menjadi ciri khas kuliner Betawi (Dewantara, 2021).

Identitas dan nilai-nilai budaya suku Betawi tercermin dalam hidangan sayur babanci yang telah diwariskan dari generasi ke generasi (Rohim dkk., 2023). Sayur Babanci dibuat dan dimakan pada acara-acara penting, perayaan keagamaan, dan pertemuan keluarga, namun saat ini sayur babanci ini kurang dikenal oleh masyarakat Jakarta, terutama generasi muda.

Potensi kepunahan makanan tradisional semakin terasa dengan munculnya berbagai makanan modern yang berasal dari budaya asing. Padahal, secara umum, makanan tradisional di kepulauan ini memiliki beberapa fungsi, antara lain untuk mempererat ikatan sosial, menciptakan harmoni antar warga, memperkuat persaudaraan, termasuk untuk menumbuhkan nilai-nilai spiritual (Yusdiana dkk., 2023).

Salah satu fenomena yang muncul sejauh ini adalah adanya kekhawatiran dari berbagai kalangan masyarakat Betawi bahwa keberlanjutannya dalam jangka panjang sebagai warisan budaya kuliner di tengah globalisasi dan perubahan gaya hidup serta pilihan kuliner menjadi sulit untuk dipromosikan karena generasi muda lebih tertarik pada makanan modern dan internasional (Untari dkk., 2019). Untuk pengembangannya, upaya promosi dan sosialisasi dari para pemangku kepentingan sangat dibutuhkan (Dewantara dkk., 2023). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan studi tentang

bagaimana menjadikan Sayur Babanci, yang merupakan warisan leluhur etnis Betawi, lebih dikenal tidak hanya di kalangan etnis Betawi, tetapi juga mampu berkembang secara internasional.

Betawi berasal dari kata Batavia, berubah menjadi Batavi, lalu menjadi Betawi. Pelafalan Betawi sendiri disesuaikan dengan lidah penduduk setempat yang kesulitan mengucapkan kata Batavi. Mereka memiliki kekerabatan etnis dengan Jawa, Melayu, dan Sunda. Umumnya, orang Betawi tinggal di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Betawi sendiri pertama kali muncul pada abad ke-18 sebagai komunitas dari sejumlah etnis yang tinggal di Batavia (sekarang Jakarta). Suku Betawi lahir karena pencampuran genetik atau akulturasi budaya antara orang-orang yang tinggal di Batavia dan etnis lain. Setelah akulturasi budaya, adat istiadat, tradisi, dan bahasa, muncul komunitas besar di Batavia yang disebut Betawi (Castles, 1967) .

Gastronomi adalah uraian tentang pengaruh geografi, iklim, dan budaya lokal terhadap aroma, tekstur, dan cita rasa yang terkandung dalam makanan dan minuman yang lazim di suatu wilayah tertentu (Rao et al., 2003) . Dalam hal ini, fokusnya adalah pada gastronomi kuliner Betawi di mana masyarakat Betawi telah mewujudkan identitas gastronomi yang memiliki kepentingan dalam menentukan keragaman budaya dan retorika kuliner, seperti beberapa makanan khas Betawi di bawah ini:

1. Uduk Betawi adalah hidangan nasi uduk dengan lauk pauk seperti omelet, tempe kering, saus ikan teri, dan ayam goreng.
2. Soto Betawi , dibuat dari kombinasi saus santan dengan daging sapi, tomat, dan kentang.
3. Cucur merupakan hidangan wajib dalam acara tradisional Betawi yang disajikan sebagai menu makanan penutup.
4. Pletok adalah minuman yang, meskipun namanya 'bir', namun sama sekali tidak mengandung alkohol, terbuat dari beberapa rempah-rempah, yaitu jahe, daun pandan yang harum, dan serai, minuman ini berfungsi untuk menghangatkan tubuh.
5. Gado-gado Betawi adalah hidangan sayuran rebus segar berupa kangkung, mentimun, dan pare yang dicampur dengan telur dan ketupat atau lontong.
6. Es Selendang Mayang adalah minuman yang terdiri dari adonan tepung hunkwe yang dibentuk dan dipotong-potong kemudian dicampur dengan saus santan, sirup pandan, dan es serut.
7. Betawi Ketoprak adalah hidangan khas Betawi yang terdiri dari campuran tahu, bihun, lontong, sayuran, dan tauge yang disiram dengan saus kacang.
8. Kulit telur adalah makanan yang terbuat dari beras ketan dan telur ayam atau bebek yang dicampur dengan rempah-rempah.
9. Sate Blora adalah sate daging sapi yang disajikan dengan saus kacang, seringkali disajikan dengan lontong dan irisan bawang merah.
10. Jengkol adalah jengkol olahan yang diberi bumbu semur.
11. Nasi Ulam adalah hidangan yang menggabungkan nasi putih dengan campuran berbagai macam sayuran seperti daun kemangi, daun melinjo, daun jeruk, dan daun singkong.
12. Rujak Serut Betawi merupakan rujak buah yang diiris tipis-tipis dicampur dengan bumbu rujak pedas manis
13. Pindang Betawi adalah sup yang terbuat dari potongan daging ikan yang dimasak dengan rempah-rempah.
14. Kembang Goyang adalah camilan yang terbuat dari adonan tepung dan telur yang digoreng hingga berbentuk seperti bunga.

15. Soto Mie Betawi adalah varian soto dengan tambahan mie, saus santan, dan daging sapi.
16. Roti Buaya adalah camilan yang memiliki bentuk unik menyerupai buaya.
17. Sayur babanci adalah hidangan ketupat yang dimakan dengan saus santan yang telah dibumbui dengan bawang bombai, bawang putih, cabai, kacang hazel, dan rempah-rempah lainnya. Sayur babanci biasanya juga diberi tambahan potongan daging sapi. Nama babanci diambil dari sifat sayuran ini yang jenis kelaminnya tidak jelas, alias sissy. Berbeda dengan namanya (sayuran), makanan khas Betawi ini bahkan tidak mengandung sayuran sama sekali.
18. Sayur Besan adalah hidangan bening yang terbuat dari bahan-bahan seperti jagung muda, labu siam, dan daun singkong. Bahan-bahan ini direbus dalam santan dengan tambahan rempah-rempah.
19. Betawi Asinan adalah hidangan yang terdiri dari campuran berbagai jenis sayuran dan buah-buahan seperti mentimun, kubis, kacang panjang, nanas, dan mangga muda yang dicampur dengan saus pedas dan asam.
20. Soto Tangkar adalah varian soto Betawi yang menggunakan daging sapi sebagai bahan utama dan dimasak dengan rempah-rempah.

Dari berbagai jenis makanan khas Betawi yang disebutkan di atas, penelitian ini hanya membahas *Sayur Babanci*, karena makanan ini jarang ditemukan di daerah Betawi, bahkan tidak dikenal oleh semua orang Betawi. Padahal, makanan Betawi cukup beragam seperti yang disebutkan di atas, bahkan terancam punah. Faktanya, generasi muda saat ini lebih menyukai makanan cepat saji daripada makanan tradisional. Jika situasi ini berlanjut, maka Sayur Babanci bisa punah dari tanah asalnya (Muliani & Saputra, 2021).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif yang digunakan untuk memahami pengalaman manusia secara mendalam, dengan fokus pada makna subjektif yang diberikan oleh individu tentang bagaimana membuat Sayur Babanci, bagaimana mengawetkan makanan tersebut, dan bagaimana memasarkannya sehingga hidangan ini menjadi ikon positif untuk produk Halal khas Betawi. Alasan penelitian fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mengungkap bagaimana individu merasakan dan memahami pengalaman beberapa informan dalam konteks pembuatan Sayur Babanci (Maskur dkk., 2023).

Tahapan dalam Penelitian Fenomenologis (Creswell, 2007)

1. Penentuan fenomena yang diteliti: Peneliti memilih fenomena yang berkaitan dengan budaya Betawi, khususnya makanan Sayur Babanci yang jarang ditemukan di setiap warung makan atau restoran di wilayah Jakarta.
2. Pemilihan Informan: Informan dalam penelitian fenomenologi dipilih berdasarkan kriteria yang memiliki pengalaman langsung dengan produksi Sayur Babanci di Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel bertujuan (purposive sampling) digunakan dalam penelitian ini. Informan yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini adalah Nani Sumarni.

3. Pengumpulan Data: Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam atau observasi. Wawancara terbuka yang tidak terstruktur digunakan untuk memberikan ruang bagi peserta untuk berbicara secara bebas tentang pengalaman mereka. Peneliti mendengarkan dengan saksama untuk menggali makna yang lebih dalam.
4. Pembatasan (Epoché): Para peneliti berupaya mengesampingkan pengetahuan dan asumsi pribadi untuk memahami pengalaman partisipan secara murni dan tanpa bias.
5. Analisis Data: Setelah data dikumpulkan, peneliti melakukan analisis dengan membaca ulang transkrip wawancara atau catatan lapangan, mengidentifikasi tema atau pola yang muncul dari pengalaman partisipan. Teknik analisis yang sering digunakan adalah analisis tematik atau reduksi fenomenologis.
6. Mengidentifikasi Esensi Fenomena: Langkah terakhir adalah mengidentifikasi esensi dari pengalaman yang telah digali, yaitu makna yang lebih dalam dan mendasar dari fenomena tersebut. Para peneliti mengeksplorasi tema-tema yang paling mendalam dan relevan dari pengalaman yang diwakili.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Cakupan studi kuliner Betawi ini membahas asal usul Sayur babanci; budaya yang memengaruhi masyarakat setempat dalam mengonsumsi Sayur babanci; metode memasaknya, kemudian bagaimana memasarkan produk tersebut agar dikenal oleh masyarakat luas baik secara nasional maupun internasional. Informasi diperoleh dari narasumber/informan bernama Nani Sunarni dan Fatimah, yang semuanya merupakan penduduk asli Betawi, dianggap mampu memasak Sayur babanci dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Asal dari Sayur Babanci

Menurut informasi dari Nani Sunarni sebagai narasumber dalam penelitian ini, Sayur babanci mirip kari, tetapi sebenarnya adalah sayuran karena meskipun menggunakan santan kental, rasanya seperti saus sayuran. Dengan ketidakpastian apakah termasuk kategori sayuran atau kari, maka sayuran ini disebut sayuran sissy, selanjutnya disebut babanci sayuran. Babanci berasal dari kata sissy, karena sayuran ini dikatakan tidak jelas apakah termasuk kelompok sayuran kari. Selain itu, ada juga yang mengatakan bahwa babanci berasal dari kata babah-enci. Kemungkinan hidangan ini dibuat oleh masyarakat Tionghoa-Betawi Peranakan, di mana dahulu hanya keluarga mandor atau tuan tanah yang dapat menyajikan hidangan ini pada Idul Fitri. Di Cempaka Putih, dulu ada warung yang menjualnya, tetapi sekarang sudah tutup. Hajjah Siti, orang pertama yang memiliki resep, meninggal pada usia 82 tahun. Sebelum meninggal, ia mewariskan satu trik resep sayur babanci secara detail kepada penerusnya, Fatimah. Kemudian Fatimah meninggal dunia, diikuti oleh putranya yang bernama Azizah (Nani Sunarni, 2024).

Azizah adalah putri Sdri. Fatimah sebagai narasumber dalam penelitian ini mengatakan bahwa Sayur Babanci juga dikenal sebagai Ketupat Babanci karena selalu disajikan dengan ketupat sebagai hidangan khas Idul Fitri. Sayur Babanci adalah salah satu masakan tradisional Betawi yang memiliki cita rasa unik dan kaya rempah. Sayur Babanci termasuk dalam kategori masakan berbahan dasar sayuran yang dimasak dengan bumbu yang kuat. Dalam masakan Betawi, sayuran selalu memiliki peran penting, tidak hanya sebagai pendamping nasi, tetapi juga sebagai hidangan yang kaya akan khasiat

berbagai rempah. Sayur Babanci ini menggambarkan penggunaan bahan-bahan lokal yang telah menjadi bagian dari makanan sehari-hari masyarakat Betawi sejak zaman dahulu. Keistimewaan Sayur Babanci terletak pada penggunaan berbagai rempah yang tidak hanya memberikan cita rasa yang khas, tetapi juga mencerminkan kekayaan alam Indonesia, terutama rempah-rempah yang ada di sekitar Jakarta. Rempah-rempah seperti mangga temu, botor, kedaung, dan tai angin adalah komponen yang memberikan cita rasa khas pada sayur ini. Rempah-rempah ini telah lama digunakan dalam masakan Betawi sebagai bahan yang memperkaya cita rasa hidangan, serta berfungsi sebagai obat tradisional yang diyakini memiliki manfaat kesehatan.

Mangga temu, misalnya, dikenal karena rasanya yang pedas dan harum yang memberikan sensasi khas pada hidangan. Botor dan kedaung memberikan sentuhan hangat dan sedikit rasa pahit, sedangkan tai angin, dengan rasa mentholnya yang segar, memberikan keseimbangan rasa dalam hidangan kaya rempah ini. Selain itu, Sayur Babanci memiliki filosofi dalam penggunaannya sebagai makanan sehari-hari yang dapat menyehatkan tubuh. Berbagai rempah yang digunakan dalam sayuran ini dipercaya memberikan manfaat bagi tubuh, seperti meningkatkan kekebalan tubuh, melancarkan pencernaan, dan menjaga kesehatan secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa masakan Betawi tidak hanya lezat, tetapi juga sangat memperhatikan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

Mempengaruhi budaya

Jika Anda mempelajari lebih dalam tentang cara membuat bumbu sayur babanci ini, tampaknya ada percampuran budaya, setidaknya ada tiga pengaruh budaya yang berbeda, yaitu budaya Melayu, Timur Tengah, dan Betawi itu sendiri. Seperti diketahui, penggunaan santan saat memasak, secara umum, digunakan oleh budaya masyarakat Melayu, sedangkan jintan sering digunakan oleh masyarakat Timur Tengah, dan temu mangga, botor, kedaung, dan tai angin sering digunakan oleh masyarakat Betawi. Proses integrasi budaya ini kemungkinan besar telah berlangsung sejak lama mengingat Jakarta merupakan kota yang heterogen, tidak hanya etnis Betawi, tetapi juga banyak etnis lain yang menetap di Jakarta (Nani Sunarni, 2024).

Azizah menyatakan bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Sayur Babanci ternyata terdiri dari empat jenis bahan yang berasal dari pohon kelapa. Keempat jenis bahan ini, termasuk daging kelapa muda, air kelapa, santan, dan kelapa parut, akan secara aktif berkontribusi untuk memperkaya rasa yang bermanfaat bagi tubuh manusia. Secara historis, Jakarta terletak di dekat pantai tempat banyak pohon kelapa tumbuh, sehingga disebut "Sunda Kelapa". Meskipun lokasinya berada di ujung Jawa Barat, penduduknya tidak berbahasa Sunda, sehingga disebut etnis Betawi (Azizah, 2024).

Suku Betawi, yang merupakan kelompok etnis asli Jakarta, telah lama dikenal dengan kekayaan budaya dan keberagaman kulinernya. Sayur Babanci adalah salah satu contoh masakan tradisional Betawi yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memiliki sejarah panjang dalam perkembangan kuliner masyarakat Jakarta. Betawi adalah kelompok masyarakat yang terbentuk dari berbagai kombinasi etnis yang berbeda, seperti Melayu, Jawa, Bugis, Minangkabau, dan Tionghoa. Perpaduan budaya ini menciptakan identitas kuliner yang sangat khas dan beragam, di mana rempah-rempah merupakan bahan utama dalam banyak masakan Betawi.

Metode memasak

Dalam proses pembuatan Sayur babanci, dibutuhkan keahlian khusus karena prosesnya membutuhkan kesabaran dan ketekunan untuk mendapatkan hasil yang sempurna, seperti cara mencampur bumbu yang tepat, memotong kepala sapi, mengeruk isi kelapa muda, dan merebus kepala sapi sendiri yang memakan waktu kurang lebih empat jam dan jika dilakukan dalam waktu singkat, hasilnya tidak empuk. Begitu pula, dalam mencampur isi kelapa muda, pelaksanaannya harus tepat, agar kekenyalannya tidak hilang. Selain itu, mencampur bumbu juga membutuhkan teknik yang baik agar tidak menimbulkan rasa obat herbal. Untuk mengolah Sayur babanci dibutuhkan sekitar 21 jenis bahan, bumbu dan rempah-rempah, tetapi beberapa bumbu seperti lempuyang, kedaung, temu mangga, temu kunci, bangle sangat jarang ditemukan di pasaran. Daging yang digunakan berupa kepala sapi, tidak termasuk lidah, otak, dan cingur. Untuk membuat 20 porsi, digunakan 9 buah kelapa yang diolah menjadi santan, kelapa gongseng, dan kelapa buah. Sepengetahuan saya, tidak ada satu pun sayuran di dunia yang menggunakan daging kelapa. Resepnya adalah 50 gram daging kelapa; 1 liter air, untuk merebus; 2 buah kelapa muda; 3 sdm minyak goreng, untuk menumis; 2 batang serai, memarkan; 2 lembar daun salam; 2 lembar daun jeruk; 400 ml santan encer, dan 300 ml santan kental dari 1/2 buah kelapa; 1 sdt air asam jawa; 20 petai, dibelah 2; 1 sdm bawang goreng, untuk taburan; Bumbu halus: 6 buah cabai merah; 2 cm kunyit, dibakar; 5 buah hazelnut sangria; 1/2 sdt ketumbar sangria; 1 cm kencur; 2 cm lengkuas; 1 cm jahe; 8 buah bawang merah; 2 siung bawang putih; 1/2 sdt pasta udang bakar; 1 sdt gula merah; 2 sdt garam (Nani Sunarni, 2024)

Cara membuatnya, pertama rebus daging burung walet hingga empuk. Ambil 250 ml kaldu. Potong daging burung walet menjadi potongan kecil. Lumuri daging kelapa muda hingga diperoleh 500 gram. Panaskan minyak goreng. Tumis bumbu halus, serai, daun salam, daun jeruk nipis hingga harum. Tambahkan daging burung walet, kaldu, santan encer, didihkan. Tuang santan kental. Aduk santan agar tidak pecah. Setelah mendidih, tambahkan air asam jawa, kelapa muda, dan petai. Setelah kuah agak berminyak, angkat, sajikan dengan taburan bawang goreng (Nani Sunarni, 2024).

Azizah menjelaskan bahwa *Sayur Babanci Betawi* adalah hidangan tradisional Betawi yang menggunakan berbagai macam rempah unik, termasuk beberapa rempah yang tidak umum ditemukan dalam masakan sehari-hari. Sayuran ini terkenal dengan rasa rempahnya yang kuat dan kaya, serta penggunaan bahan-bahan Betawi yang memberikan keunikan pada hidangan ini. Bahan-bahan rempah yang disebutkan, yaitu mangga temu, botor, kedaung, dan tai angin, adalah rempah-rempah yang umum digunakan dalam masakan Betawi, khususnya dalam Sayur babanci, yang memiliki cita rasa khas.

Mangga Temu adalah jenis tanaman dari famili jahe yang memiliki aroma khas dan pedas. Mangga Temu sering digunakan dalam masakan tradisional Betawi untuk memberikan rasa pedas dan harum. Biasanya, mangga dihaluskan dan ditumis dengan bahan-bahan lainnya.

Botor merujuk pada jenis rempah yang memiliki rasa pahit dan sedikit pedas. Botor sering digunakan dalam masakan tradisional Betawi, memberikan cita rasa unik pada sayuran, saus cabai, atau kuah.

Kedaung adalah jenis rempah yang juga dikenal sebagai Aframomum. Rempah ini memiliki aroma yang sangat harum dan sedikit pedas. *Kedaung* memberikan kehangatan dan kekayaan rasa pada masakan, terutama pada masakan berbasis santan atau saus rempah. Tai angin adalah jenis rempah yang umum digunakan dalam masakan Betawi

untuk memberikan rasa pedas dan sedikit mentol. Meskipun namanya mungkin terdengar asing, rempah ini memiliki rasa yang kuat dan menyegarkan, sering digunakan untuk memperkaya kuah atau sayuran.

Cara memasaknya adalah dengan menghaluskan bawang bombai, bawang putih, cabai merah, tauge mangga, botor, kedaung, dan tai angin menggunakan blender. Panaskan sedikit minyak di wajan, lalu tumis bumbu halus dengan serai dan daun salam hingga harum dan matang. Betawi Sayur babanci memiliki kuah yang kaya rempah dan sedikit pedas. Rempah-rempah seperti tauge mangga, botor, kedaung dan tai angin memberikan keunikan dan kompleksitas rasa pada hidangan ini.

Cara memasarkan produk.

Menurut narasumber NS, ia telah melakukan sosialisasi melalui lokakarya dengan mendemonstrasikan cara memasak Sayur babanci. Kemudian menjual bahan mentah untuk rempah-rempah yang dikemas lengkap dalam plastik beserta penjelasan resep dan cara memasaknya.

Langkah pertama dalam memasarkan Sayur Babanci adalah mengenali siapa target pasar yang tepat. Masyarakat Betawi yang tinggal di Jakarta tentu sangat familiar dengan hidangan ini. Oleh karena itu, pasar lokal harus menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran. Namun, bukan hanya masyarakat Betawi yang dapat menikmati Sayur Babanci, hidangan ini juga berpotensi menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik masyarakat Indonesia pada umumnya maupun wisatawan yang berkunjung ke Jakarta.

Penting juga untuk memahami kebutuhan konsumen masa kini, yang semakin peduli dengan makanan sehat dan bergizi. Sayur babanci, dengan bahan-bahan alami dan rempah-rempah yang berkhasiat, dapat dipasarkan sebagai pilihan makanan sehat yang kaya manfaat. Pemasaran produk ini dapat difokuskan pada audiens yang berorientasi pada kesehatan, seperti mereka yang mengikuti gaya hidup organik atau vegetarian. Untuk menjangkau berbagai segmen pasar, Sayur Babanci dapat dipasarkan dalam berbagai kemasan dan ukuran, sesuai dengan kebutuhan konsumen. Misalnya, untuk konsumen individu, produk ini dapat dijual dalam kemasan porsi kecil atau porsi siap makan yang praktis. Sementara itu, untuk pasar keluarga atau acara khusus, Sayur Babanci dapat dijual dalam porsi besar atau dalam bentuk kemasan yang menarik.

Pengemasan juga merupakan elemen penting dalam pemasaran produk. Mengingat pasar modern yang semakin peduli terhadap keberlanjutan lingkungan, penggunaan kemasan ramah lingkungan akan menjadi nilai tambah bagi produk ini. Kemasan menarik dengan desain yang menggambarkan kekayaan kuliner Betawi juga dapat meningkatkan daya tarik produk. Kemasan yang menggambarkan nilai-nilai tradisional akan memperkuat kesan keaslian dan meningkatkan citra produk sebagai makanan tradisional berkualitas.

Berpartisipasi dalam festival kuliner atau acara makanan dapat menjadi cara yang sangat efektif untuk memperkenalkan Sayur Babanci kepada masyarakat luas. Festival kuliner yang diadakan di Jakarta atau kota-kota besar lainnya akan memberikan kesempatan untuk memperkenalkan hidangan ini langsung kepada calon konsumen. Selain itu, pasar malam atau warung makan juga bisa menjadi tempat yang tepat untuk memperkenalkan Sayur Babanci kepada konsumen yang mencari makanan unik dan lezat. Berpartisipasi dalam acara kuliner juga memberikan kesempatan untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen. Interaksi langsung ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih personal, sehingga mereka lebih tertarik untuk membeli produk secara berkelanjutan.

Azizah lebih lanjut menjelaskan alasan mengapa sayur babanci jarang ditemukan di wilayah Jakarta dan sekitarnya karena selain sulit dimasak, ada juga empat bahan rempah seperti mangga temu, botor, kedaung, dan tai angin yang sulit ditemukan di pasaran sehingga akhirnya orang-orang malas memasak karena kekurangan bahan rempah. Selain itu, proses pembuatan Sayur babanci tidak mudah dilakukan karena jika dilakukan terus-menerus akan memengaruhi rasa dan bahkan terasa seperti obat herbal. Oleh karena itu, dibutuhkan ketekunan, kehati-hatian, dan kesabaran dalam proses memasaknya. Bagaimana cara memasarkannya, saya mencoba mencari rempah-rempah yang dibutuhkan ketika para ibu ingin memasak Sayur babanci dan bahkan membudidayakan tanaman rempah-rempah tersebut agar mudah ditemukan oleh masyarakat.

Salah satu elemen penting dalam pemasaran adalah menciptakan branding yang kuat dan autentik. Sayur Babanci, sebagai bagian dari kuliner Betawi, memiliki identitas unik yang dapat digunakan sebagai kekuatan dalam branding. Nama merek yang menarik, logo yang menggambarkan budaya Betawi, dan penggunaan desain visual yang menggugah selera akan membuat produk ini lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pendekatan bercerita juga sangat penting dalam membangun branding. Ceritakan tentang asal usul Sayur Babanci, bagaimana hidangan ini telah diwariskan dari generasi ke generasi dalam keluarga Betawi, serta filosofi di balik penggunaannya sebagai makanan sehat. Kisah tentang rempah-rempah yang digunakan dalam Sayur Babanci, seperti mangga temu, botor, kedaung, dan tai angin, juga dapat menambah daya tarik. Rempah-rempah ini tidak hanya memberikan rasa, tetapi juga kaya akan manfaat kesehatan, sehingga dapat membuat produk ini lebih berharga di mata konsumen yang semakin sadar akan pentingnya bahan makanan alami dan sehat.

Di era digital ini, media sosial dan pemasaran online merupakan alat yang sangat efektif untuk memperkenalkan Sayur Babanci kepada khalayak yang lebih luas. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat digunakan untuk berbagi foto-foto menarik Sayur Babanci yang menggugah selera, serta video pendek yang menunjukkan proses pembuatan atau keunikan hidangan tersebut. Penggunaan tagar yang tepat dan bekerja sama dengan influencer kuliner juga dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, keberadaan situs web dan platform e-commerce sangat penting untuk memudahkan konsumen membeli Sayur Babanci secara online. Banyak orang sekarang lebih suka berbelanja makanan secara online, sehingga memiliki toko online di platform seperti Go Food atau Grab Food dapat membantu memperkenalkan Sayur Babanci ke pasar yang lebih luas. Ditambah lagi, optimasi SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari juga akan sangat bermanfaat untuk memasarkan produk ini.

Selain promosi langsung, testimoni dari pelanggan yang puas sangat penting untuk membangun kredibilitas. Testimoni ini dapat dibagikan di media sosial, situs web, atau platform ulasan makanan untuk memperkuat citra positif Sayur Babanci. Memberikan insentif kepada pelanggan yang memberikan ulasan positif juga dapat mendorong lebih banyak orang untuk mencoba produk-produk ini.

Memasarkan Sayur Babanci sebagai produk kuliner khas Betawi membutuhkan pendekatan kreatif dan didasarkan pada pemahaman pasar serta pengembangan merek yang autentik. Penggunaan media sosial dan pemasaran digital, kustomisasi produk sesuai kebutuhan konsumen, dan penggunaan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan adalah beberapa langkah yang dapat membantu memperkenalkan Sayur

Babanci ke pasar yang lebih luas. Dengan pendekatan yang tepat, Sayur Babanci tidak hanya akan menjadi bagian dari kuliner Betawi yang dilestarikan, tetapi juga menjadi pilihan favorit bagi mereka yang mencari hidangan sehat, lezat, dan kaya rempah.

Tabel 3.1 Informasi Penting, Makna Penelitian:

Kode	Informasi penting	Arti
A-1	Sayur Babanci adalah salah satu masakan tradisional Betawi yang memiliki cita rasa unik dan kaya akan rempah-rempah.	Rasa yang Unik.
A-2	Rempah-rempah seperti mango temu, botor, kedaung, dan tai angin adalah komponen yang memberikan rasa khas pada sayuran ini.	Rasa yang Unik.
NS-1	Dalam proses pembuatan Sayur babanci, dibutuhkan keahlian khusus karena prosesnya memerlukan kesabaran dan ketekunan.	Ketekunan dan kesabaran
A-3	Rempah-rempah seperti mangga temu, botor, kedaung, dan tai angin memberikan keunikan dan kompleksitas rasa pada hidangan ini.	Rasa yang unik
NS-2	Dalam pemasaran, Sayur Babanci bertugas mengidentifikasi siapa target pasar yang tepat.	Pasar sasaran yang luas
NS-3	Masakan ini juga berpotensi menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik masyarakat Indonesia pada umumnya maupun wisatawan yang mengunjungi Jakarta.	Pasar sasaran yang luas
NS-4	Sayur babanci dapat dipasarkan dalam berbagai kemasan dan ukuran, sesuai dengan kebutuhan konsumen.	Kemasan yang menarik
NS-5	Pengemasan juga merupakan elemen penting dalam pemasaran produk.	Kemasan yang menarik.
NS-6	Kemasan yang menggambarkan nilai-nilai tradisional akan memperkuat kesan keaslian dan meningkatkan citra produk sebagai makanan tradisional berkualitas.	Kemasan yang menarik
NS-7	Interaksi langsung ini dapat memperluas pasar sasaran sehingga mereka lebih tertarik untuk membeli produk secara berkelanjutan.	Pasar sasaran yang luas
A-4	Hal ini membutuhkan kesabaran, kehati-hatian, dan kesabaran dalam proses memasak.	Ketekunan dan kesabaran
A-5	Salah satu elemen penting dalam pemasaran adalah menciptakan branding yang kuat dan autentik.	Citra merek yang kuat.
A-6	Pendekatan bercerita juga sangat penting dalam membangun merek.	Branding yang kuat
A-7	Di era digital ini, media sosial dan pemasaran online merupakan alat yang sangat efektif dalam mencapai target yang luas.	Pasar sasaran yang luas
A-8	Selain promosi langsung, testimoni dari pelanggan yang puas sangat penting untuk menjangkau target pasar.	Pasar sasaran yang luas.

Sumber: Hasil penelitian tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, makna penelitian yang paling banyak disebutkan oleh narasumber menghasilkan 5 (lima) tema penelitian yang dapat diuraikan pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Proses, Makna sebagai Tema Penelitian:

Kode	Arti	Arti yang sering disebutkan				
		Rasa yang unik	Kemasan yang menarik	Ketekunan dan kesabaran	Pasar sasaran yang luas	Branding yang kuat
A-1	Rasa yang Unik.	<i>V</i>				
A-2	Rasa yang Unik.	<i>V</i>				
NS-1	Ketekunan dan kesabaran			<i>V</i>		
A-3	Rasa yang unik	<i>V</i>				
NS-2	Pasar sasaran yang luas				<i>V</i>	
NS-3	Pasar sasaran yang luas				<i>V</i>	
NS-4	Kemasan yang menarik		<i>V</i>			
NS-5	Kemasan yang menarik.		<i>V</i>			
NS-6	Kemasan yang menarik		<i>V</i>			
NS-7	Pasar sasaran yang luas				<i>V</i>	
A-4	Ketekunan dan kesabaran			<i>V</i>		
A-5	Citra merek yang kuat.					<i>V</i>
A-6	Branding yang kuat					<i>V</i>
A-7	Pasar sasaran yang luas				<i>V</i>	
A-8	Pasar sasaran yang luas				<i>V</i>	

Sumber: Hasil penelitian tahun 2025

Tabel 3.2 mengilustrasikan bahwa dari 15 makna penelitian, terdapat 5 (lima) tema penelitian sebagai solusi untuk mencegah kepunahan, khususnya melestarikan Sayur Babanci sebagai warisan leluhur kelompok etnis Betawi sebagai berikut:

1. Pasar sasaran yang luas

Sayur babanci dapat dibagi menjadi beberapa segmen berdasarkan karakteristik demografis, seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Meskipun

sayur babanci dapat dikonsumsi oleh hampir semua kelompok usia, ada kelompok tertentu yang lebih cenderung mengonsumsi sayuran ini. Kelas menengah ke atas cenderung memiliki kesadaran kesehatan yang lebih tinggi dan mencari makanan yang kaya nutrisi. Sebagian besar konsumennya adalah individu yang mencari alternatif makanan sehat dan organik, termasuk sayuran yang dapat dimasukkan dalam menu diet seperti vegetarian atau vegan.

Orang tua yang peduli dengan kesehatan anak-anak mereka akan tertarik untuk menyediakan makanan bergizi seperti Sayur babanci. Kaya akan vitamin dan antioksidan, sayuran ini sangat baik untuk perkembangan anak. Generasi muda, terutama mereka yang peduli dengan tren diet sehat atau tren makanan, lebih terbuka untuk mencoba jenis makanan baru yang dianggap memiliki manfaat kesehatan yang besar. Mereka juga lebih tertarik pada produk organik atau yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan.

Sayur babanci memiliki potensi pasar yang luas di berbagai kalangan dan segmen pasar. Dengan manfaat kesehatannya yang melimpah dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya diet sehat, sayuran ini sangat relevan bagi berbagai kelompok konsumen, mulai dari keluarga dengan anak-anak, individu yang peduli dengan kesehatan, hingga kelompok yang memiliki gaya hidup aktif dan diet khusus. Kombinasi pemasaran berbasis edukasi, keberlanjutan, dan inovasi produk dapat membantu meningkatkan penetrasi pasar Sayur babanci secara signifikan.

2. Rasa yang unik

Cita rasa unik merupakan salah satu elemen penting dalam dunia kuliner yang mampu memberikan pengalaman sensorik yang berbeda dan tak terlupakan bagi para penikmatnya. Cita rasa ini tidak hanya mencakup aspek rasa seperti manis, asin, asam, pahit, dan umami, tetapi juga melibatkan faktor tekstur, aroma, dan cara penyajiannya. Cita rasa unik seringkali menjadi pembeda antara satu hidangan dengan hidangan lainnya, sehingga lebih mudah dikenali dan diapresiasi. Dalam esai ini, kita akan membahas berbagai aspek yang membentuk cita rasa unik dan mengapa hal itu sangat penting dalam dunia kuliner.

Cita rasa unik dapat diartikan sebagai kombinasi rasa yang tidak biasa atau kombinasi rasa yang jarang ditemukan dalam masakan sehari-hari. Misalnya, makanan yang memadukan rasa manis dan pedas atau kombinasi rasa asam dan umami segar, seperti pada beberapa hidangan Asia Tenggara. Cita rasa unik juga dapat muncul dari penggunaan bahan atau rempah-rempah langka yang jarang ditemukan di daerah lain, yang menciptakan profil rasa khas yang hanya dapat ditemukan di daerah tersebut.

Bahan-bahan yang digunakan dalam suatu hidangan memiliki peran besar dalam menciptakan cita rasa yang unik. Misalnya, bahan-bahan seperti tai angin, seringkali memberikan rasa yang sangat khas dan berbeda dibandingkan dengan bahan-bahan lain yang lebih umum. Selain itu, teknik memasak juga berkontribusi pada pembentukan cita rasa yang unik. Teknik seperti memanggang, mengasapi, atau fermentasi tidak hanya memengaruhi rasa makanan tetapi juga memberikan dimensi tekstur dan aroma yang memperkaya pengalaman kuliner.

Cita rasa unik seringkali memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi, di mana berbagai rasa berinteraksi satu sama lain dan menghasilkan sensasi yang kaya dan mendalam. Rasa manis dapat berpadu dengan rasa pedas, asam dengan gurih, atau bahkan pahit dengan sedikit sentuhan umami. Keragaman rasa ini tidak hanya terbatas pada rasa

dasar, tetapi juga melibatkan persepsi tekstur dan aroma yang berperan dalam membangun pengalaman bersantap yang lebih holistik.

Sebagai contoh, hidangan sayur babanci dari Betawi menggabungkan rasa pedas, gurih, dan sedikit manis dalam satu hidangan yang sangat kompleks, berkat penggunaan rempah-rempah seperti lengkuas, kunyit, serai, dan cabai, tai angin, dan lainnya. Rasa-rasa ini saling melengkapi dan berpadu dengan daging yang dimasak perlahan, menghasilkan cita rasa yang dalam dan tak terlupakan.

Cita rasa unik seringkali menjadi identitas suatu budaya atau wilayah. Setiap negara atau wilayah memiliki masakan yang mencerminkan kearifan lokal dan cara hidup masyarakatnya. Rempah-rempah yang digunakan dalam masakan tradisional biasanya dipilih berdasarkan ketersediaan bahan-bahan alami di wilayah tersebut dan warisan turun-temurun. Misalnya, masakan India dikenal karena penggunaan rempah-rempah seperti jintan, ketumbar, dan kunyit yang menciptakan cita rasa kaya dan berlapis, yang sulit ditemukan di tempat lain.

Selain rasa langsung, aroma memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan cita rasa yang unik. Aroma makanan sering memengaruhi persepsi kita terhadap rasa, dan dapat meningkatkan atau mengubah sensasi yang kita alami saat makan. Misalnya, makanan yang baru dipanggang atau digoreng mengeluarkan aroma yang menggugah selera, yang meningkatkan ekspektasi terhadap rasa makanan tersebut.

Aroma rempah-rempah yang dipanggang atau masakan yang dimasak dalam waktu lama memiliki efek yang hampir sama, yaitu mempersiapkan lidah dan indra penciuman untuk menerima cita rasa yang lebih kompleks. Oleh karena itu, dalam menciptakan cita rasa yang unik, bukan hanya rasa itu sendiri yang harus dipertimbangkan, tetapi juga aroma yang menyertainya.

3. Kemasan yang menarik

Pengemasan memainkan peran penting dalam pemasaran produk makanan, termasuk Sayur babanci. Kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk dari kerusakan selama pengiriman atau penyimpanan, tetapi juga dapat menarik perhatian konsumen dan memberikan kesan pertama yang positif. Dalam hal ini, kemasan Sayur babanci harus memadukan estetika dan fungsionalitas dengan tujuan meningkatkan daya tarik visual dan menjaga kualitas produk.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu keberlanjutan, banyak konsumen kini lebih menyukai produk dengan kemasan ramah lingkungan. Oleh karena itu, kemasan sayuran Babanci dapat menggunakan bahan yang dapat terurai secara alami, seperti kertas daur ulang, karton, atau plastik yang dapat terurai secara alami. Selain itu, penggunaan kemasan yang dapat digunakan kembali, seperti tas kain atau wadah kaca, juga dapat menjadi pilihan yang baik, yang akan menarik konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

Kemasan dapat dirancang menggunakan tinta berbasis air yang tidak berbahaya dan dapat dicetak dengan informasi tentang nutrisi dan manfaat kesehatan babanci. Hal ini tidak hanya meningkatkan estetika kemasan tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan.

Penggunaan kemasan transparan untuk Sayur babanci dapat memberikan keuntungan visual yang besar. Dengan menggunakan kantong plastik atau transparan, konsumen dapat melihat langsung kualitas dan kesegaran Sayur babanci yang mereka beli. Kemasan ini memberikan kesan bahwa produk yang dijual segar dan berkualitas.

tinggi . Selain itu, kemasan transparan juga memungkinkan pembeli untuk menilai ukuran dan warna sayuran sebelum membeli.

Desain kemasan minimalis dan elegan dapat memberikan kesan premium dan meningkatkan daya tarik produk. Penggunaan warna-warna alami seperti hijau daun, coklat tanah, atau putih dapat menciptakan asosiasi langsung dengan kesegaran dan kesehatan. Desain yang sederhana namun modern juga cocok untuk menyoroti nilai kesehatan yang terkandung dalam Sayur babanci.

Logo merek yang sederhana namun jelas akan memberikan kesan profesional dan mudah dikenali. Tipografi yang bersih dan mudah dibaca akan membantu konsumen memahami informasi yang relevan, seperti cara penyimpanan, manfaat kesehatan, dan cara memasak Sayur babanci. Menambahkan informasi tambahan pada kemasan, seperti manfaat kesehatan Sayur babanci atau resep yang mudah dibuat, dapat meningkatkan daya tarik konsumen yang tertarik pada gaya hidup sehat. Misalnya, di bagian belakang kemasan dapat dicantumkan fakta nutrisi, manfaat untuk kesehatan jantung, atau cara kreatif untuk menyajikan Sayur babanci dalam berbagai hidangan.

Memberikan edukasi tentang cara memasak atau menambahkan Sayur babanci ke dalam diet sehari-hari dapat meningkatkan pengetahuan konsumen dan membuat mereka lebih percaya diri dalam membeli dan mengonsumsi Sayur babanci. Resep yang mudah atau ide memasak yang cepat akan sangat bermanfaat bagi konsumen yang sibuk. Sayur babanci, yang memiliki akar tradisional atau lokal, dapat dikemas dengan desain yang mencerminkan budaya tempat asal sayuran ini. Penggunaan elemen desain yang terinspirasi oleh motif tradisional, seperti batik, tenun, atau ukiran lokal, dapat memberikan kesan otentik dan menarik bagi konsumen yang tertarik pada keunikan budaya. Menambahkan gambar atau ilustrasi dari petani lokal atau ladang tempat Sayur babanci dibudidayakan juga dapat menambah nilai estetika dan memberikan cerita menarik kepada konsumen. Hal ini dapat membuat konsumen merasa lebih terhubung dengan produk dan lebih percaya pada kualitasnya.

Kemasan yang memiliki kompartemen terpisah di dalamnya dapat memberikan nilai tambah. Misalnya, pada kemasan Sayur babanci, dapat dibuat ruang khusus untuk bumbu atau saus yang dapat digunakan bersama sayuran, atau untuk potongan sayuran yang telah diolah dengan cara tertentu. Hal ini tidak hanya menarik bagi konsumen yang menginginkan kemudahan dalam memasak, tetapi juga membuat pengalaman bersantap menjadi lebih praktis. Kompartemen terpisah memungkinkan sayuran tetap segar dan tidak terkontaminasi dengan bahan lain. Ini ideal bagi konsumen yang menginginkan produk siap makan namun tetap segar dan higienis.

Kemasan Sayur Babanci juga dapat dirancang dengan elemen yang memungkinkan personalisasi, seperti label dengan nama konsumen atau ucapan terima kasih khusus dari produsen. Misalnya, di pasar tertentu, produsen dapat menawarkan kemasan edisi terbatas dengan desain unik atau pesan yang lebih personal yang membuat konsumen merasa lebih dihargai. Dengan memberikan sentuhan pribadi pada kemasan, produsen dapat memperkuat hubungan emosional dengan konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas terhadap merek.

4. Ketekunan dan kesabaran

Proses pertama yang membutuhkan kesabaran dalam pembuatan Sayur babanci dimulai dari fase penanaman bibit rempah yang sulit ditemukan. Meskipun dapat tumbuh relatif mudah, perawatan yang teliti tetap diperlukan untuk memastikan kualitas rempah yang optimal.

Memilih benih berkualitas tinggi adalah langkah pertama yang penting. Benih yang baik akan menghasilkan tanaman yang sehat dan kaya nutrisi. Ketelitian dalam memilih benih sangat memengaruhi kualitas hasil panen.

Memasak Sayur babanci membutuhkan waktu lebih lama. Kesabaran dalam proses memasak ini sangat penting untuk mengeluarkan cita rasa terbaik dari Sayur babanci. Ketekunan dan kesabaran adalah dua kualitas yang sangat diperlukan dalam proses pembuatan dan pengolahan sayur babanci. Mulai dari budidaya yang membutuhkan perhatian terhadap detail, waktu panen yang tepat, pengolahan yang cermat hingga penyajian yang indah, setiap tahap membutuhkan waktu dan usaha ekstra untuk memastikan hasil maksimal. Dengan kesabaran dan ketekunan, Sayur babanci dapat menjadi hidangan yang tidak hanya sehat dan bergizi, tetapi juga kaya rasa dan keindahan yang dapat dinikmati oleh siapa saja.

5. Branding yang kuat

Branding yang kuat untuk suatu produk bukan hanya tentang logo atau nama, tetapi juga tentang membangun citra, nilai, dan hubungan dengan konsumen. Branding yang efektif harus mencakup aspek-aspek yang menggambarkan keunikan, kualitas, dan manfaat kesehatan dari sayuran ini. Branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar, baik pasar lokal maupun internasional. Berikut beberapa langkah dan strategi untuk menciptakan branding yang kuat untuk sayuran babanci.

Dalam menciptakan branding yang kuat, penting untuk menentukan identitas merek. Apa yang ingin dicapai oleh produk sayuran babanci ini? Sayur babanci dikenal karena kandungan nutrisinya yang tinggi dan manfaat kesehatannya yang luar biasa. Merek ini dapat mengangkat nilai-nilai kesehatan dan kesejahteraan dalam setiap pesan pemasaran, seperti "Sayuran sehat untuk hidup yang lebih baik" atau "Kaya nutrisi, segar, dan alami." Jika Sayur babanci diproduksi secara organik atau ramah lingkungan, nilai-nilai keberlanjutan dapat menjadi bagian dari identitas merek. Merek ini dapat menekankan penggunaan metode pertanian yang tidak merusak alam atau menggunakan bahan kimia.

Babanci sayur dapat dikemas dengan cerita tentang asal-usulnya, tradisi lokal, atau cara pengolahannya yang tradisional. Branding seperti "Rasa Nusantara" dapat menjadi cara untuk memperkenalkan keaslian produk. Nama merek adalah elemen pertama yang akan dikenali konsumen. Nama merek untuk Sayur babanci harus mencerminkan karakteristik produk itu sendiri segar, sehat, dan alami. Beberapa ide nama yang dapat dipertimbangkan antara lain: "Babanci Segar": Menekankan kesegaran. "Babanci Hijau": Menunjukkan kealamian dan kebaikan lingkungan. "Babanci Murni": Menggambarkan kemurnian dan kualitas bahan baku yang digunakan. Nama yang sederhana namun mudah diingat akan memudahkan konsumen untuk mengaitkan produk dengan kualitas yang baik.

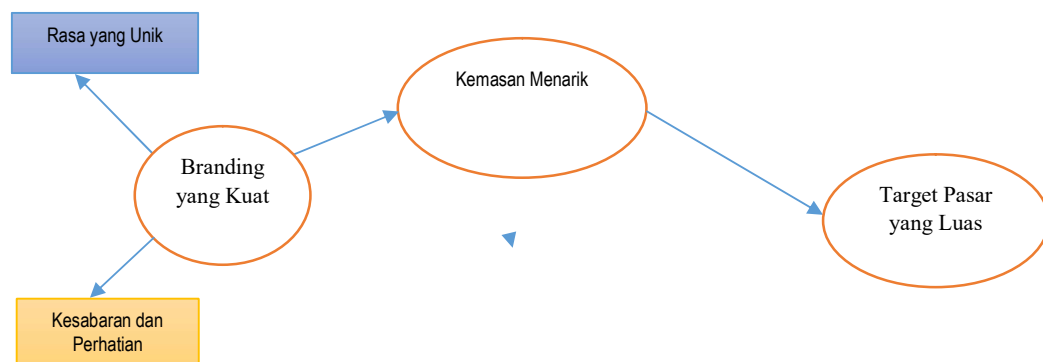
Sertakan informasi seperti manfaat kesehatan Sayur babanci, cara menyimpannya, dan bahkan resep untuk memudahkan konsumen memanfaatkan sayuran ini. Membangun pesan yang jelas dan mudah dipahami merupakan bagian penting dari branding yang kuat. Pesan merek harus konsisten dan berfokus pada manfaat produk. Beberapa contoh pesan yang dapat digunakan adalah: "Sayur babanci: Kaya Nutrisi, Sehat Secara Alami": Menekankan kandungan nutrisi yang kaya dan kealamian produk. "Dari Ladang ke Meja Anda, Segar Setiap Saat": Menyoroti kualitas kesegaran dan pengolahan yang teliti.

"Makanan Sehat, Hidup Sehat": Menghubungkan konsumsi Sayur Babanci dengan gaya hidup sehat. Pesan yang kuat akan memudahkan konsumen untuk mengingat merek dan mengaitkannya dengan kualitas tertentu.

Branding yang kuat juga membutuhkan pemasaran dan edukasi yang efektif kepada konsumen. Banyak konsumen tidak mengetahui betapa berharga Sayur babanci dalam hal nutrisi dan kesehatan, oleh karena itu penting untuk memberikan edukasi. Gunakan platform seperti Instagram, Facebook, atau YouTube untuk berbagi resep masakan sehat yang menggunakan Sayur babanci. Konten seperti video tutorial memasak atau unggahan yang menyoroti manfaat kesehatan dapat menarik perhatian audiens Anda. Branding yang kuat untuk Sayur babanci melibatkan banyak aspek, mulai dari identitas merek yang jelas, desain kemasan yang menarik, hingga pesan yang konsisten dan edukasi yang tepat untuk konsumen. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, Sayur babanci dapat menjadi merek yang tidak hanya dikenal karena kualitasnya, tetapi juga memiliki koneksi emosional yang kuat dengan konsumen. Mempertahankan kualitas produk dan memprioritaskan nilai keberlanjutan dan kesehatan dapat memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik, dan membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Untuk penjelasan lebih lanjut terkait tema-tema yang muncul dari makna penelitian, lihat gambar 1.1. Model penelitiannya adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1. Model Penelitian



Sumber: Hasil penelitian tahun 2025

Implikasi penelitian:

Implikasi bagi Branding: Cita rasa unik harus diintegrasikan ke dalam pesan branding, seperti "Cita Rasa Segar dan Alami dari Alam" yang menekankan kualitas rasa yang berbeda dan istimewa.

Implikasi bagi Target Pasar: Kemasan yang menarik dan ramah lingkungan dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan dan kualitas produk.

Implikasi bagi Branding dan Target Pasar: Menunjukkan bahwa produk dibuat dengan kesabaran akan meningkatkan citra produk sebagai pilihan berkualitas bagi konsumen yang peduli dengan asal dan kualitas makanan yang mereka konsumsi.

Implikasi terhadap Rasa dan Ketahanan: Memperkenalkan sayur babanci ke pasar yang lebih luas membutuhkan komunikasi yang baik tentang kualitas rasa dan proses pembuatannya, sehingga konsumen dari berbagai latar belakang dapat mengapresiasi dan memilih produk ini.

Implikasi bagi Target Pasar: Pencitraan merek yang kuat dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen dari berbagai segmen pasar. Ketika konsumen merasa terhubung dengan suatu merek, mereka akan lebih cenderung membeli produk berulang kali.

4. KESIMPULAN

Sayur Babanci memang merupakan kuliner tradisional Betawi yang hampir punah. Hidangan ini memang tidak banyak dikenal oleh masyarakat, terutama generasi muda. Jumlah restoran atau warung yang menyediakan Sayur Babanci di Jakarta dan sekitarnya masih sangat terbatas. Sayur Babanci memang harus dilestarikan sebagai warisan tradisional Betawi dalam hal kuliner. Sayur Babanci memiliki banyak keunggulan untuk menjadi ikon kuliner Betawi yang berpotensi menarik perhatian wisatawan. Sayur Babanci memiliki kandungan gizi yang baik, manfaat rempah-rempah untuk kesehatan, serta nilai budaya dan filosofis yang tinggi. Model penelitian yang tepat untuk Sayur Babanci adalah mengembangkan resep dan dokumentasi standar, merancang penceritaan yang komprehensif dan kreatif, transfer pengetahuan, dan serangkaian tindakan promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Bustamam, N., & Suryani, S. (2022). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32 (2), 146–162. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8839](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8839)
- Cadith, J., Yusuf, M., & Yulianti, R. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 10 (1), 73–88. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/publikauma>
- Creswell, JW (2007). PENELITIAN KUALITATIF & Memilih di Antara Lima Pendekatan PENELITIAN DE. Dalam *The SAGE Handbook of Qualitative Research Design*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781529770278.n41>
- Dewantara, YF (2021). Analisa Potensi Wisata Kuliner Khas Betawi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Dki Jakrta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 6 (1), 20–28. jurnal.polteksahid.ac.id
- Dewantara, YF, Nurbaeti, & Arafah, W. (2023). *Bubur Ase: Makanan Warisan Budaya Betawi* (Isu Tgdic). Atlantis Pers Internasional BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-296-5_14
- Fatmawati, AA, & Santoso, S. (2020). Penguatan rantai nilai pariwisata sebagai strategi pengembangan kawasan Kota tua Jakarta menjadi kawasan wisata ramah muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6 (03), 284–304. <https://media.neliti.com/media/publications/461974-none-25a397f5.pdf>
- Kastil, L. (1967). Profil Etnis Djakarta. *Indonesia*, 3 (April), 153. <https://doi.org/10.2307/3350726>
- Kusdiana, RN, Putranto, TS, & Sarim. (2017). Ketupat Babanci Sebagai Budaya Warisan

- Betawi Yang Hampir Punah. *Jurnal Pesona Perhotelan* , 10 (1). <http://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/view/97>
- Maskur, M., Djamil, A., & Sholihan, S. (2023). Memahami Filsafat Fenomenologi Edmund Husserl Dan Implikasinya Dalam Metode Penelitian Studi Islam. *JURNAL ILMIAH FALSAFAH: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora* , 9 (2), 50–57. <https://doi.org/10.37567/jif.v9i2.2164>
- Muliani, L., & Saputra, M. (2021). *Model Konservasi untuk Sayur Babanci sebagai Potensi Pariwisata Kuliner Betawi* . 17–18. <https://doi.org/10.4108/eai.17-7-2019.2303409>
- Pratomo, A., & Subakti, AG (2017). Analisis Konsep Hotel Syariah pada Hotel Sofyan Jakarta Sebagai Hotel Ramah Keluarga Terbaik Dunia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata* , 2 (3), 354–367.
- Rachim, HA, & Santoso, MB (2021). Mengarusutamakan Gaya Hidup Halal: Antara Peluang Dan Tantangan Kapasitas Perlindungan Sosial Dalam Trend Global. *AdBispreneur* , 6 (2), 151. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>
- Rahman Ali Nasution¹, Rahmi Syahriza², DAN (2024). Analisis Keberlanjutan Usaha Kecil Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus Rumah Makan Holat Suka Rame Kec. Sungai Kanan, Kab. Labuhan Batu Selatan). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* , 8 (3), 939–955. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27715>
- Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2003). Perubahan institusional di Toque Ville: Nouvelle Cuisine sebagai gerakan identitas dalam gastronomi Prancis. *American Journal of Sociology* , 108 (4), 795-843+i. <https://doi.org/10.1086/367917>
- Rohim, S., Sukardi, E., & Yulinda, L. (2023). Etnografi dan Dinamika Komunikasi Multikultural Masyarakat Jakarta. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , 22 (2), 333–341. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3383>
- Rosyidah, N. (2024). *Peran Sertifikasi Halal Dalam Membangun Resiliensi Komunitas Muslim Melalui Revitalisasi Kearifan Loka* . 54 , 684–691.
- Serviani , Sintia Rahayu, NA (2024). *PERAN WISATA RELIGI BERENDO DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL KOTA BENGKULU* . 3 (6), 559–569.
- Susilowati, TY (2021). Peranan Kuliner Tradisional Sebagai Pendukung Pariwisata di Setu Babakan. *Eduturisma* , 6 (1), 18–32.
- Untari, DT, Darusman, D., Prihatno, J., & Arief, H. (2019). Strategi Pengembangan Kuliner Tradisional Betawi Di DKI Jakarta. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* , 2 (3), 313–340. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i3.4011>
- Yusdiana, Y., Setiawati, E., Fajarwati, A., Karyaningsih, D., Arnah, A., & Chaerunisa, A. (2023). Pengenalan Makanan Tradisional Lebak Pada Anak Usia Dini Berbasis Android. *JEA (Jurnal Edukasi AUD)* , 8 (2), 195. <https://doi.org/10.18592/jea.v8i2.7542>
- Yusril Hidayat, H., Ayu Febriani, D., & Malchiel Ravanelli Fakultas Ilmu Administrasi, D. (2019). Tinjauan Tata Kelola Dinamis Dalam Mendukung Pengembangan Budaya Betawi Setu Babak Menuju Pariwisata Halal. *Semangat Publik* , 14 (2), 136–153.