

COTO MANGKASARA SEBAGAI MAKANAN TRADISIONAL DAN IDENTITAS DAERAH KOTA MAKASSAR, SULAWESI SELATAN

Nia Kurnia Lestari¹, Myrza Rahmanita², Rahmat Ingkadjaya³

^{1,2,3}*Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*

Jl. IKPN Bintaro No.1, Binato, Jakarta Selatan

Email Korespondensi: lestariniakurnia@gmail.com

ABSTRAK

Coto Mangkasara merupakan salah satu makanan tradisional Kota Makassar sejak abad 16 yang memiliki ciri khas bahan baku menggunakan 40 macam rempah dan kuah yang menggunakan gilingan kacang tanah. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Coto Mangkasara apakah telah memenuhi kriteria makanan tradisional, telah memenuhi dimensi sebagai identitas daerah Kota Makassar, dan strategi pengembangan Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif eksploratif dan telah dipelajari secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam dengan masing-masing sumber. Hasil penelitian menjelaskan bahwa permasalahan Coto Mangkasara terdiri dari beberapa rumah makan yang tidak menjadikan Coto Mangkasara sebagai menu utama, pengolahan dan alat yang tidak konvensional, Coto Mangkasara dicampur dengan makanan tradisional lainnya, wisatawan dan masyarakat kurang mengetahui sejarah, tradisi dan acara kuliner yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Kata Kunci: Coto Mangkasara; Makanan Tradisional; Identitas Daerah

ABSTRACT

Coto Mangkasara is one of Makassar's traditional foods since the 16th century which has a characteristic raw material using 40 kinds of spices and sauce using ground peanuts. The purpose of this study was to analyze whether Coto Mangkasara had met the criteria for traditional food, had fulfilled the dimensions of Makassar City's regional identity, and the development strategy of Coto Mangkasara as traditional food and Makassar City's regional identity. This research approach is qualitative exploratory and has been studied in depth. Data was collected by observation, documentation and in-depth interviews with each source. The results of the study explain that the problem of Coto Mangkasara consists of several restaurants that do not make Coto Mangkasara the main menu, unconventional processing and tools, Coto Mangkasara is mixed with other traditional foods, tourists and the public are less aware of the history, traditions and culinary events organized by the government.

Keywords: Coto Mangkasara; Traditional Food; Regional identity.

PENDAHULUAN

Kualitas destinasi dilihat dari kesesuaian identitas destinasi yang mencakup tentang produk destinasi, Dimana produk destinasi merupakan proses komunikasi pemasaran secara umum maupun khusus dalam konteks pariwisata (Mistriani, Octafian, dan Dewi, 2021). Objek wisata adalah sesuatu yang dapat membuat wisatawan datang berkunjung ke sebuah destinasi (Syamsu, 2018: 75). Setiap destinasi wisata memiliki objek wisata yang dapat membuat wisatawan datang mengunjungi daerah tersebut, objek di suatu daerah sangat bermacam macam dari tempat wisata hingga makanan tradisional. Bahkan suatu daerah memiliki kekhasan tersendiri dan membuat daerah itu dikenal dengan nama dari ciri daerah tersebut.

Kota Makassar merupakan salah satu pusat pertumbuhan utama di Indonesia yang memiliki berbagai macam makanan dan minuman tradisional yang menjadi identitas dari Kota Makassar itu sendiri. Salah satu makanan tradisional yang paling terkenal adalah Coto Mangkasara karena memiliki nama Kota di nama makanan tradisionalnya. Coto Mangkasara sudah ada sejak 1500 Masehi lalu di kerajaan Gowa pada saat itu seorang toak kerajaan membuat kreasi makanan dari daging kerbau untuk di sajikan ke para raja kemudian jeroannya diberikan kepada rakyat miskin. Toak mulai meracik bumbunya dengan 40 macam rempah yang di dapat dari kerabatnya yang seorang pedagang dari Persia, Tiongkok dan lain lain, keunikan makanan ini tidak memakai santan melainkan kacang tanah yang di giling. Akhirnya Coto Mangkasara dihidangkan untuk para raja dan rakyat miskin (Rais, 2017).

Coto Mangkasara memiliki tradisi menjelang ramadhan sudah menjadi menu wajib dan di jajakan kuliner khas Kota Makassar, tradisi ini sudah ada sejak dahulu bertujuan untuk mendoakan leluhur, dan juga membersihkan jiwa serta rohani sebelum memasuki bulan suci ramadhan (Hakim, 2018). Coto Mangkasara ditetapkan oleh kepala Dinas Pariwisata Kota Makassar sebagai identitas Kota Makassar karena memenangkan festival kuliner yang menilai dari macam makanan tradisional Kota Makassar, sebagian masyarakat dan wisatawan menyukai Coto Mangkasara maka ditetapkanlah sebagai program promosi pariwisata (barnas.id, 2016).

Pada tahun 2019 lalu, peneliti menemukan permasalahan beberapa restoran yang dekat dengan akomodasi dan objek wisata tidak menjadikan Coto Mangkasara menu utamanya dan ada yang mengganti bahan dasar dengan bahan lainnya maka rasa tidak menjadi kuat serta kurangnya edukasi masyarakat perihal kuliner rekomendasi kepada wisatawan. Hal ini perlu ditindaklanjuti maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis Coto Mangkasara apakah telah memenuhi kriteria makanan tradisional, telah memenuhi dimensi sebagai identitas daerah Kota Makassar, dan strategi pengembangan Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar.

Makanan Tradisional

Menurut Achroni (2017) menjelaskan makanan tradisional tidak hanya dibuat untuk menghilangkan rasa lapar. Selain itu, makanan tradisional juga merupakan bagian dari kekayaan budaya Indonesia dan merupakan bagian dari budaya masyarakat di suatu daerah tertentu. Makanan tradisional merupakan produk makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat dan/atau dihidangkan pada perayaan tertentu serta memiliki karakter tertentu hingga berbeda dengan kuliner lainnya (Guerrero, 2009; Tyas, 2017).

Dalam penelitian ini, makanan tradisional memiliki enam kriteria yang menjadi acuan untuk suatu makanan dapat dikategorikan sebagai makanan tradisional. Berikut

keenam kriteria makanan tradisional menurut Gardjito, 2017, yaitu (1) memiliki sejarah dan adat istiadat, (2) bahan dasar yang diolah sendiri, (3) bahan dasar sudah dikuasai oleh masyarakat, (4) bahan dasar mudah ditemukan dan bukan instan, (5) pengelolaan dan peralatan masih tradisional, (6) cita rasa yang digemari dan disukai.

Makanan sebagai Identitas Daerah

Menurut lai, *et al* (2017) menyatakan bahwa makanan adalah suatu ciri dari identitas destinasi dan merupakan citra makanan yang dapat menjadi elemen tersendiri dalam menandai suatu daerah. Makanan merupakan bagian terpenting dari identitas destinasi, karena itu dapat menjadi lanskap sejarah ketika identitas dikomunikasikan ke target (Fosto-forne, 2020).

Pada penelitian ini, menggambarkan bahwa makanan dapat dikatakan menjadi identitas suatu daerah dilihat dari enam dimensi menurut lai, *et al* (2017) menjelaskan (1) lokasi geografis dan lingkungan: pada dasarnya identitas makanan dilihat dari lingkungan yang bersih, produksi pangan yang berkualitas, dan dukungan pemeliharaan produksi pangan; (2) makanan budaya kuliner: identitas makanan memperlihatkan konsep budaya dengan cara bagaimana makanan disiapkan, disajikan dan dikonsumsi berdasarkan tradisi sejarah, warisan, etnis, agama dan menawarkan pengalaman baru; (3) makanan dan manusia: makanan bukan hanya sekedar kebutuhan perut saja, namun menjadi jembatan antara manusia dengan tuhan, manusia dengan manusia lainnya serta manusia dengan alam; (4) kualitas makanan: identitas makanan mencakup karakteristik kualitas makanan berupa keamanan, kesehatan, rasa, harga, dan sifat organik; (5) lokasi makan/restoran: hal yang mempengaruhi identitas makanan dilihat dari menu makanan, suasana, pilihan menu, mudah dijangkau dan keramahan karyawan; dan (6) acara makan: mengadakan festival makanan dan perlombaan memasak merupakan kontribusi terhadap identitas daerah.

METODE PENELITIAN

Pada kasus ini penulis menggunakan penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Coto Mangkasara apakah telah memenuhi kriteria sebagai makanan tradisional, dimensi sebagai identitas daerah Kota Makassar, dan strategi pengembangan Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar. Jenis dari penelitian ini ada kualitatif eksploratori, dimana penelitian ini akan diuji secara mendalam. Penelitian dilakukan tepat di Kota Makassar, Sulawesi Selatan dan khususnya berdekatan dengan objek wisata dan akomodasi.

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif berlangsung berdasarkan kondisi alamiah, sumber data primer terdiri dari teknik pengumpulan data lebih bersifat observasional, wawancara mendalam dan dokumentasi (Sugiono, 2017). Informan penelitian ini dipilih berdasarkan sampel yaitu purposive sampling yang didefinisikan sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2016), informan tersebut merupakan Dinas Pariwisata Kota Makassar, dua pemilik rumah makan Coto Mangkasara, masyarakat asli Kota Makassar, dan Wisatawan yang pernah berkunjung dan mencoba Coto Mangkasara. Kemudian data sekunder yang diperoleh dari beberapa studi literatur dan beberapa informasi yang relevan seperti buku makanan tradisional, website Dinas Pariwisata Kota Makassar dan provinsi Sulawesi Selatan.

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini menggunakan model analisis data menurut Sugiono (2012), yang dimana pertama dilakukan mereduksi data seperti merangkum data yang sudah dikumpulkan kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan yang terakhir disimpulkan. Dalam proses analisa data hingga mencapai kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis mengolah data menggunakan analisis SWOT, dimana menggunakan matriks SWOT dalam mengembangkan Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar.

HASIL DAN DISKUSI

Kota Makassar adalah golongan kota terbesar di Indonesia dari aspek pembangunan dan perdagangan, suku di Kota Makassar ini juga cukup signifikan jumlahnya seperti suku Makassar, Bugis, Toraja, Mandar, Buton, Jawa dan Tionghoa maka tidak heran Kota Makassar ini memiliki banyak makanan tradisional seperti roti Maros, jalangkote, kue Tori, palubutung, pisang ijo, sop sodara, sop konro dan yang paling terkenal di Kota Makassar ini adalah Coto Makassar atau dahulu disebut dengan Coto mangkasara.

Awal sejarah Coto Mangkasara adalah disebut kerajaan Gowa di kabupaten takalar pada tahun 1538 ada seorang toak yang ingin menghidangkan makanan untuk bangsawan dan rakyat miskin, kemudian toak mengingat bahwa beliau memiliki banyak rekan pedagang rempah dari beberapa negara seperti Tiongkok, Persia dan lainnya. Toak berpikir untuk memasak kerbau yang ada dan mengolahnya dengan rempah, kemudian kerbau dipotong lalu dibagi daging untuk para bangsawan dan jeroan untuk para rakyat miskin. Kemudian toak kerajaan meracik semua rempah dan jadilah Coto Mangkasara dengan keunikan 40 macam rempah dan tidak menggunakan santan melainkan kacang tanah yang dihaluskan, lalu Coto Mangkasara ini memiliki menu pendamping yaitu sambal taoco dan sering disajikan di kala pagi hari. Karena Taocolah membuat soto ini dinamai Coto pada saat itu memang pedagang Cina sedang banyak ada.

Makanan sebagai Makanan Tradisional

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan penulis kepada narasumber, narasumber menyatakan bahwa Coto Mangkasara telah memenuhi kriteria sebagai makanan tradisional Kota Makassar dibuktikan oleh masyarakat yang mengetahui sejarah dan merayakan adat istiadat, mengetahui dan menguasai bahan dasar, serta mengolah sendiri bahan dasar secara tradisional. Kemudian wisatawan juga menyatakan bahwa sangat menggemari dan merindukan makanan tradisional Coto Mangkasara ini, ketika ke Kota Makassar Coto Mangkasara yang paling sering dikunjungi.

Coto Mangkasara sebagai Identitas Daerah Kota Makassar

Menurut sebagian narasumber yang sudah melakukan wawancara menyatakan bahwa Coto Mangkasara telah memenuhi dimensi makanan sebagai identitas daerah dibuktikan dari lingkungan yang mendukung seperti banyaknya yang menjual, memiliki budaya sejarah dan adat istiadat, menggambarkan karakter masyarakat Kota Makassar, memiliki berbagai macam manfaat seperti mempererat tali persaudaraan hingga menambah energi, serta adanya dukungan acara dari pemerintahan.

Strategi Pengembangan Coto Mangkasara sebagai Makanan Tradisional dan Identitas Daerah Kota Makassar

Makanan tradisional Kota Makassar yaitu Coto Mangkasara memiliki kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Analisis SWOT ini digunakan untuk menganalisis makanan tradisional Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar, berikut hasil dari analisis SWOT:

1. Kekuatan (*strengths*)

- a. Coto Mangkasara memiliki resep turun temurun, filosofi sejarah dan adat istiadat serta nilai budaya di dalamnya.
- b. Coto Mangkasara merupakan makanan tradisional yang sudah cukup terkenal dan memiliki cita rasa yang unik.
- c. Bahan dasar yang mudah ditemukan dan memiliki 40 macam rempah yang disebut rampa patappulo namun mudah dikuasai masyarakat.
- d. Coto Mangkasara memiliki banyak manfaat serta penyajian Coto Mangkasara yang unik dengan mangkuk dan sendok ala Chinese.

2. Kelemahan (*weakness*)

- a. Beberapa rumah makan atau restoran yang terletak dekat akomodasi dan destinasi wisata tidak menjadikan menu utama serta pengelolaan dan peralatan sudah modern.
- b. Beberapa rumah makan atau restoran memanipulasi Coto Mangkasara dengan mencampurkan dengan makanan tradisional lain.
- c. Beberapa rumah makan atau restoran mengganti resep asli seperti mengganti kacang tanah dengan santan.
- d. Beberapa rumah makan atau restoran tidak menyediakan atau mengganti sambal taoco (pendamping Coto Mangkasara) dengan sambal lainnya.

3. Peluang (*opportunities*)

- a. Coto Mangkasara merupakan makanan tradisional yang disukai masyarakat dan wisatawan serta merupakan pilihan utama ketika wisatawan datang berkunjung ke Kota Makassar.
- b. Berkembangnya rumah makan atau restoran Coto Mangkasara diluar Kota Makassar.
- c. Beberapa rumah makan atau restoran membuat inovasi Coto Mangkasara dengan daging pilihan rendah kolesterol.
- d. Coto Mangkasara menjadi menu wajib di Hotel dan Garuda Indonesia arah ke/dari Kota Makassar.

4. Ancaman (*threats*)

- a. Beberapa masyarakat dan wisatawan kurang mengetahui mengenai informasi sejarah dan tradisi adat istiadat Coto Mangkasara.
- b. Wisatawan tidak mengetahui informasi mengenai bahan olahan Coto Mangkasara.
- c. Beberapa masyarakat dan wisatawan kurang mengetahui informasi mengenai acara kuliner yang diselenggarakan pemerintah.
- d. Pemerintah kurang mendukung organisasi terkait kuliner dalam mempromosikan isi kandungan yang terkandung dalam makanan tradisional Coto Mangkasara, seperti membuat poster tentang makanan tradisional.

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, strategi dapat dikembangkan sebagai dasar dalam pengembangan makanan tradisional Coto Mangkasara sebagai

makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar. Empat pertimbangan strategi yang disarankan, yaitu strategi S-O (*strength-opportunity*), strategi W-O (*weakness-opportunity*), strategi S-T (*strength-threat*) dan strategi W-T (*weakness-threat*):

1. Strategi S-O (*strength - opportunity*)
 - a. Dinas pariwisata dapat menggabungkan lokakarya dan acara kuliner agar tampak ramai oleh masyarakat dan wisatawan yang menyukai Coto Mangkasara.
 - b. Dinas pariwisata dapat membuat acara tradisi adat di hotel sehingga masyarakat dan wisatawan dapat lebih mengenal Coto Mangkasara.
 - c. Dinas Pariwisata dapat mengundang rumah makan atau restoran di luar Kota Makassar hingga diluar Pulau Sulawesi untuk ikut sosialisasi lokakarya untuk peningkatan makanan tradisional Coto Mangkasara.
 - d. Dinas Pariwisata dapat bekerjasama dengan rumah makan atau restoran dan hotel dalam inovasi dan acara kuliner untuk Coto Mangkasara.
 2. Strategi W-O (*weakness - opportunity*)
 - a. Dinas Pariwisata dapat meningkatkan sosialisasi di rumah makan atau restoran mengenai penyuluhan resep, pengelolaan dan tidak mencampurkan Coto Mangkasara dengan menu lain.
 - b. Rumah makan atau restoran dapat menjaga cita rasa dan pengolahan tradisionalnya agar tetap menjadi makanan tradisional favorit dan tetap menjadi pilihan wisatawan.
 - c. Dinas Pariwisata dapat meningkatkan sosialisasi dengan pihak restoran untuk menjadikan Coto Mangkasara sebagai menu utama dan menyediakan pendamping Coto Mangkasara.
 - d. Rumah makan atau restoran maupun hotel lain dapat memberikan masukan kepada restoran lain untuk menjadikan Coto Mangkasara sebagai menu utama.
 3. Strategi S-T (*strength - threats*)
 - a. Dinas pariwisata dapat mengadakan pertunjukan tentang filosofi dan tradisi Coto Mangkasara selama acara kuliner malam tahunan.
 - b. Dinas pariwisata dapat memasang baliho tentang isi kandungan dan mengolah Coto Mangkasara di sepanjang jalan atau memasang video pendek di acara Memasak maupun kuliner tahunan.
 - c. Dinas Pariwisata dapat menghasilkan buku yang menjelaskan tentang sejarah makanan tradisional, termasuk Coto Mangkasara.
 - d. Rumah makan/restoran dapat berkontribusi pada acara kuliner yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dengan membuka dan mempromosikan stand bazaar di sosial media.
 - e. Dinas pariwisata dapat mengadakan kompetisi tahunan tentang makanan tradisional untuk menarik minat masyarakat dan wisatawan.
 4. Strategi W-T (*weakness - threat*)
 - a. Dinas Pariwisata dapat bekerjasama dengan instansi terkait kuliner seperti PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan organisasi mahasiswa kuliner yang terkait makanan tradisional Coto Mangkasara.
 - b. Dinas Pariwisata dapat membuat kesepakatan dengan pihak restoran untuk tidak mencampurkan Coto Mangkasara dengan makanan tradisional lainnya dan tidak mengganti bahan asli dengan bahan lainnya.
 - c. Dinas Pariwisata dapat bekerja sama dengan organisasi terkait untuk memberikan informasi tentang sosialisasi untuk restoran dan acara kuliner tahunan
-

- d. Dinas pariwisata dan organisasi kuliner dapat menyelenggarakan acara yang berkaitan dengan bahan makanan khas dan pendamping Coto Mangkasara

KESIMPULAN DAN SARAN

Coto Mangkasara merupakan makanan tradisional yang sudah cukup terkenal dan banyak diminati di Kota Makassar maupun diluar Kota Makassar dan diluar pulau Sulawesi. Kota Makassar adalah Kota yang cukup banyak makanan tradisional yang menggambarkan mengenai identitas daerahnya. Hal ini dibuktikan bahwa Coto Mangkasara telah menjadi makanan tradisional dilihat dari kriterianya dan dibandingkan dengan hasil wawancara yang ada menyebutkan bahwa Coto Mangkasara memiliki sejarah dan adat istiadat, memiliki bahan baku dan cara pembuatannya masih tradisional, bahan mudah ditemukan dan dikuasai masyarakat, dan Coto Mangkasara diminati dan disukai masyarakat maupun wisatawan. Namun Coto Mangkasara belum memenuhi dimensi identitas daerah berdasarkan dimensi budaya dan acara dilihat dari pernyataan dari narasumber yang menyatakan bahwa beberapa restoran menggabungkan Coto Mangkasara dengan makanan tradisional lainnya, bahan baku kacang tanah giling diganti dengan santan, sambal taoco (pendamping Coto Mangkasara) tidak disajikan atau diganti, dan beberapa masyarakat kurang mengetahui sejarah dan acara makanan tradisional. Selain itu pengembangan Coto Mangkasara sebagai makanan tradisional dan identitas daerah Kota Makassar masih sangat memerlukan perhatian mengingat terhadap kelemahan dan ancaman yang telah disebutkan diatas dalam pengembangan Coto Mangkasara ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achroni, D. (2017). Belajar dari makanan tradisional Jawa. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Gardjito, M. (2017). *From Root: The of Gastronomy Tourism*. Gastronomi Nasional ke-2: Universitas Gajah Mada.
- Lai, M. Y., Khoo-Lattimore, C., & Wang, Y. (2019). Food and cuisine image in destination branding: Toward a conceptual model. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 238-251.
- Mistriani, N., Octafian, R., & Dewi, I. K. (2021). Positioning Strategy Through PIB Achieving Tourist Satisfaction With Creative Economy In Kartika Jaya Kendal Village. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 491-499.
- Rais, R. (2017). *Sejarah dan Rahasia di Balik Kenikmatan Coto Makassar* [Online] (diupdate 21 Mei 2017) Tersedia di: <https://www.jpnn.com/news> [Diakses oktober 2020].
- Syamsu, M. Nur. (2018). Daya Tarik Wisata terhadap jumlah kunjungan.
- Tyas, A. S. P. (2017). Identifikasi kuliner lokal Indonesia dalam pembelajaran bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(1), 38-51.