

Kuliner Sunda di tengah laju modernitas: perkembangan rumah makan Sunda di Bandung tahun 1960-an hingga 2000-an

Alfonsus Tegar Setyawan^{1*}, Azmah Sholihah², Siti Lilik Nur Rohmah³

Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, 45363, alfonsustegar17@gmail.com

Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, 45363, azmahsholihah@gmail.com

Universitas Padjadjaran, Kabupaten Sumedang, 45363, sitilio108@gmail.com

*Corresponding email: alfonsustegar17@gmail.com

Abstract

Bandung is one of the main culinary destinations in Indonesia. Bandung's culinary image has been rooted since the colonial era as Haryoto Kunto (1986) called Bandung "a hawker's paradise". A typical culinary of Bandung is Sundanese restaurants with its signature local dishes. Sundanese dishes usually served in a domestic environment (household). Since the 1960s to 1970s, there were trends of typical Sundanese food stalls in Bandung, namely Ampera, and Ponyo. Those were local people who wanted to eat outside. In 1980s, Ampera, and Ponyo food stalls transformed their business concept to become restaurants. Then, since the early of 2000s, the earliest generation of Sundanese restaurants started to apply franchise business concept, followed by the emergence of Cibiuk and Manjabal as a new generation of Sundanese restaurants. This article discusses the development of Sundanese restaurants in Bandung since its inception until their transformation become restaurant that had branches in various regions while maintaining their local wisdom values in the midst of the onrushing of modernity. Besides employing historical methods, this article also used the concepts of local cuisine and food industry to understand the development of Sundanese restaurants in Bandung.

Keywords

Bandung; Sundanese Restaurant; Transformation; Local Wisdom.

Abstrak

Bandung dikenal sebagai salah satu destinasi wisata kuliner utama di Indonesia. Citra kuliner Bandung telah berakar sejak masa kolonial sebagaimana Haryoto Kunto (1986) menjuluki Bandung sebagai "surga tukang jajan". Salah satu citra kuliner khas Bandung adalah rumah makan Sunda dengan hidangan khasnya. Hidangan Sunda biasa disajikan di lingkungan domestik (rumah tangga). Sejak dekade 1960-an hingga 1970-an, muncul tren warung makan khas Sunda di Bandung, seperti Ampera dan Ponyo. Warung makan Sunda menjadi pilihan bagi masyarakat Pribumi untuk memenuhi kebutuhan selera makan di luar rumah. Pada 1980-an, warung makan Ampera, dan Ponyo mulai bertransformasi menjadi rumah makan. Kemudian, sejak awal tahun 2000-an mulai muncul tren bisnis waralaba (*franchise*) dalam industri rumah makan Sunda, disertai dengan kemunculan Cibiuk dan Manjabal sebagai generasi baru rumah makan Sunda. Artikel ini membahas perkembangan rumah makan Sunda di Bandung sejak awal kemunculannya hingga bertransformasi menjadi rumah makan besar yang memiliki cabang di berbagai wilayah dengan tetap

mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal di tengah laju modernitas. Di samping menggunakan metode sejarah, artikel ini juga menggunakan pendekatan *local cuisine* dan *food industry* untuk memahami perkembangan rumah makan Sunda di Bandung.

Kata kunci

Bandung; Rumah Makan Sunda; Transformasi; Kearifan Lokal.

**Received: 2 January 2022*

**Revised: 23 March 2022*

**Accepted: 29 April 2022*

**Published: 30 April 2022*

Pendahuluan

Bandung merupakan ibu kota Jawa Barat yang terdiri atas masyarakat dari beragam suku bangsa. Sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia, Bandung menunjukkan eksistensinya di tengah modernitas dengan tetap mempertahankan nilai dan tradisi Sunda sebagai falsafah hidup masyarakat. Hal ini menunjukkan tingginya dedikasi budaya terhadap perkembangan kota Bandung yang semakin dinamis. Sebagai ikon dan *trade center* Jawa Barat, Bandung telah dikenal sebagai surganya kuliner dengan beragam hidangan yang unik, enak, dan menarik. Citra Bandung sebagai tempat kuliner Nusantara yang populer dan berkualitas telah ada sejak masa kolonial (Yulianto et al, 2020; Kunto, 1986).

Salah satu citra kuliner Bandung tercermin dari beragam olahan makanan yang disajikan oleh rumah-rumah makan Sunda. Rumah makan Sunda menghadirkan berbagai hidangan domestik atau rumah tangga yang biasa dikonsumsi masyarakat lokal. Perkembangan rumah makan ini tidak lepas dari kemunculan warung makan atau jongko-jongko pada dekade 1960-an hingga 1970-an (Turgarini, wawancara pada 10 Agustus 2021). Seiring bertambahnya mobilitas masyarakat dan efisiensi pemenuhan kebutuhan makan di luar rumah, masyarakat mulai beralih pada rumah-rumah makan. Rumah makan Sunda menjadi pilihan karena dianggap dapat mengobati kerinduan pada hidangan tradisional dengan suasana otentik pedesaan Sunda. Warung-warung makan Sunda di Bandung mengadopsi konsep rumah makan sejak tahun 1980-an dan berkembang hingga sekarang. Perkembangan rumah makan Sunda pada era modern ini diiringi dengan perkembangan rumah makan mancanegara di berbagai wilayah Bandung (Darwis, wawancara pada 8 Juli 2021).

Beberapa rumah makan mancanegara yang turut mewarnai bisnis rumah makan di Bandung pada 2000-an antara lain rumah makan Jepang yang berjumlah 13 buah, rumah makan Korea berjumlah 3 buah, rumah makan Thailand berjumlah 6 buah, dan rumah makan Prancis berjumlah 1 buah. Konsumen rumah makan mancanegara tersebut didominasi oleh anak muda baik pendatang maupun masyarakat lokal yang menganggap kuliner mancanegara jauh lebih modern dan cocok dengan *style* atau *trend* saat ini. Meskipun demikian, rumah-rumah makan khas Sunda yang mengusung nilai tradisi tetap eksis dan mendominasi wilayah Bandung. Konsumen didominasi oleh orang tua ataupun anak muda yang menginginkan hidangan sehat dengan harga terjangkau sambil

menikmati suasana Sunda yang kental di setiap rumah makan. Eksistensi rumah makan Sunda di kawasan Bandung dapat ditinjau dari banyaknya kemunculan rumah makan Sunda yang mencapai lebih dari 60 buah pada 2000-an (Suganda, 2007).

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai eksistensi sektor kuliner tradisional yaitu rumah-rumah makan Sunda di Bandung di tengah modernitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi model bagi rumah makan di daerah lainnya untuk dapat mempertahankan unsur tradisi dan budaya yang dimiliki. Penelitian ini juga dilakukan untuk menjawab beberapa rumusan masalah seperti bagaimana latar historis kuliner Sunda di Bandung? Bagaimana kemunculan dan perkembangan rumah makan Sunda di Bandung? Serta mengapa rumah makan Sunda di Bandung masih dapat bertahan hingga kini?

Penelitian mengenai kebudayaan Sunda khususnya kuliner yang menjadi salah satu bagian di dalamnya telah banyak dikaji oleh beberapa pihak. Namun, penelitian mengenai kaitan kuliner Sunda terhadap modernitas, khususnya rumah makan Sunda belum ada yang mengkaji secara khusus.

Literatur pertama yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu tulisan dari Edi S. Ekadjati (2014) dalam bukunya yang berjudul *Kebudayaan Sunda: Suatu Pendekatan Sejarah*. Dalam buku ini dijelaskan mengenai kebudayaan Sunda dari mulai asal usul istilah Sunda hingga kebudayaan yang menyertainya. Namun, dalam buku ini tidak dijelaskan secara spesifik mengenai kuliner Sunda seperti yang penulis kaji dalam penelitian ini.

Literatur selanjutnya yaitu tulisan dari Haryoto Kunto (1986) dalam bukunya yang berjudul *Semerbak Bunga di Bandung Raya*. Dalam buku ini, khususnya pada bab yang berjudul *Bandung Sorga Tukang Jajan*, dijelaskan mengenai eksistensi Bandung sebagai salah satu sentra kuliner di Indonesia sejak masa kolonial. Dalam buku ini sedikit disinggung pula mengenai rumah makan Sunda dan tidak menjelaskan mengenai bagaimana eksistensi kuliner Sunda di tengah laju modernisasi sebagaimana yang penulis kaji dalam penelitian ini.

Literatur selanjutnya yaitu tulisan dari Her Suganda (2007) dalam bukunya yang berjudul *Jendela Bandung: Pengalaman Bersama Kompas*. Dalam buku ini, khususnya pada bab yang berjudul *Tempat Makan dan Jajan, Magnet Kota Bandung dan Jajanan Khas Bandung*, dijelaskan mengenai rumah makan Sunda secara umum serta betapa kreatifnya masyarakat Kota Bandung dalam mengolah makanan. Hal ini ditunjukkan dari beragamnya kuliner yang ada di Kota Bandung. Namun, dua bab tersebut tidak menjelaskan mengenai perkembangan kuliner Sunda khususnya pada rumah makan secara kronologis dan rinci sebagaimana yang dikaji dalam penelitian ini.

Literatur selanjutnya yaitu tulisan dari Murdijati-Gardjito, Heni Pridia, dan Marosimy woodwarty (2019) dalam bukunya yang berjudul *Kuliner Sunda: Nikmat Sedapnya Melegenda*. Dalam buku tersebut khususnya pada bab yang berjudul *Kisah Lalapan dalam Dapur Sunda dan Budaya dan Tata Cara Makan Masyarakat Sunda* dijelaskan mengenai lalap dan sambal yang menjadi bagian tidak terpisahkan jika membahas

mengenai kuliner Sunda. Selain itu, dijelaskan pula mengenai pola makan masyarakat Sunda dalam mengonsumsi kuliner khas Sunda dalam cakupan domestik. Namun, dalam buku ini tidak dijelaskan secara khusus mengenai kuliner Sunda pada rumah makan di tengah laju modernitas seperti yang tengah diteliti dalam penelitian ini.

Dalam mengkaji perkembangan rumah makan Sunda di Bandung pada 1960-an hingga 2000-an, penulis menggunakan konsep *local cuisine*, *food industry* dan identitas. *Local cuisine* (kuliner lokal) atau yang dikenal dengan kuliner tradisional adalah jenis kuliner yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi (Pieniak et al, 2009). Rumah makan Sunda menyajikan beragam kuliner khas yang menampilkan identitas dan keunikan wilayah Jawa Barat. Kota Bandung yang merupakan ibu kota Jawa Barat memiliki banyak rumah makan Sunda dengan kuliner khasnya.

Menurut Michiko Kubo (2010), di tengah arus modernitas kuliner tradisional tidak menghilang melainkan beradaptasi dengan selera perkotaan. Oleh sebab itu, berbagai hidangan dapat dinikmati oleh masyarakat luas dengan tetap mempertahankan ciri khas dari kuliner lokal tersebut. Michiko Kubo juga menyatakan bahwa makanan lokal di Indonesia berkembang pesat setelah adanya urbanisasi yang menjadikan kota-kota tertentu menjadi ramai. Warung-warung tradisional yang menyediakan kuliner lokal mulai bertransformasi menjadi lebih modern, namun tetap mempertahankan nilai lokalnya (Kubo, 2010). Pernyataan Kubo sesuai dengan fenomena kemunculan warung-warung makan Sunda di Bandung mulai tahun 1960-an yang disebabkan oleh banyaknya penduduk dari berbagai daerah yang tinggal dan beraktivitas di Bandung. Mereka berkunjung ke warung makan untuk mengisi waktu luang dan menikmati nuansa Sunda yang hadir dalam tempat tersebut. Warung makan Sunda kemudian bertransformasi menjadi rumah makan dengan konsep yang lebih modern, namun tetap mempertahankan nilai-nilai lokal yang mereka miliki.

Selain *local cuisine*, artikel ini menggunakan konsep *food industry* untuk memahami tentang industri kuliner. *Food Industry* atau industri kuliner merupakan bisnis yang mencakup proses produksi, mengemas, mempersiapkan serta menyajikan makanan dan minuman (Allen & Albala, 2007). Rumah makan Sunda yang menjadi objek kajian penulis termasuk ke dalam industri kuliner karena mencakup proses produksi hingga menyajikan makanan. Rumah makan Sunda tergabung ke dalam beragam industri kuliner di Bandung, yang merupakan kota dengan potensi kuliner yang kaya. Sebagai bagian dari industri kuliner di tengah laju modernitas, rumah makan Sunda di Bandung tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal yang menjadi ciri khas dari rumah makan ini serta membuat rumah makan Sunda tetap eksis di kalangan masyarakat.

Artikel ini juga menggunakan konsep identitas. Menurut Stuart Hall, dalam *Cultural Identity and Diaspora* yang dikutip oleh Kathryn Woodward dalam bukunya berjudul *Identity and Difference*, identitas adalah hasil produksi yang bersifat dinamis, selalu berproses, dan membentuk representasi (Woodward, 1997). Rumah makan Sunda

di Bandung menampilkan kebudayaan Sunda yang menjadi identitas bagi rumah makan tersebut. Hal ini ditunjukkan dari proses pengolahan dan penyajian makanan, penampilan berbagai ornamen, serta arsitektur rumah makan Sunda. Warung makan Sunda, seperti Ampera dan Ponyo yang berkembang menjadi rumah makan Sunda tetap mempertahankan kebudayaan Sunda sebagai identitas serta daya tarik bagi pelanggan. Kemudian, rumah makan Sunda generasi baru, seperti Rumah Makan Cibiuk pada 1999 dan Rumah Makan Manjabal pada 2003, juga tetap mempertahankan identitasnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sejarah sebagai suatu proses menguji dan menganalisis secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau. Tahapan-tahapan yang dikerjakan dalam metode sejarah terdiri atas: heuristik, kritik, interpretasi dan historiografi. Heuristik dilakukan secara daring dengan menelusuri referensi terkait, seperti buku elektronik, jurnal, artikel internet, dan wawancara. Pada tahap selanjutnya, dilakukan proses kritik atau verifikasi terhadap sumber sejarah yang sudah didapatkan. Ketiga adalah interpretasi, yang dilakukan dengan menafsirkan fakta-fakta serta menetapkan makna yang saling berhubungan dari fakta-fakta yang diperoleh. Fakta-fakta sejarah diuraikan dan disatukan sehingga memiliki makna yang berkaitan satu dengan lainnya. Tahap terakhir adalah historiografi berupa penulisan secara sistematis dan kronologis.

Hasil dan Pembahasan

Latar Belakang Sejarah dan Budaya

Pada masa kolonial, Bandung merupakan wilayah setingkat kotapraja di bawah keresidenan bernama *Preanger Regentschappen* atau Keresidenan Priangan. Keresidenan ini sempat beribukota di Cianjur. Namun, pada 1864 ibukota Keresidenan Priangan dipindahkan ke Bandung. Jika dilihat dari segi kultural, aspek yang paling menonjol dari Bandung ialah masyarakatnya yang mayoritas bersuku Sunda (Yulianto et al, 2020). Kumpulan individu bersuku Sunda ini kemudian saling berinteraksi membentuk kebudayaan yang disebut dengan kebudayaan Sunda. Menurut Edi S. Ekadjati (2014) dalam bukunya yang berjudul *Kebudayaan Sunda: Suatu Pendekatan Sejarah*, yang mengutip dari R.W. van Bemmelen (1949), istilah Sunda sendiri mengacu pada istilah yang digunakan untuk menyebut daratan bagian barat laut wilayah India Timur, sedangkan dataran bagian tenggara disebut dengan Sahul.

Berdasarkan catatan sejarah, istilah Sunda pertama kali muncul abad ke-9 Masehi. Istilah tersebut ditemukan dalam prasasti yang ditemukan di Kebon Kopi, Bogor dengan menggunakan aksara Jawa Kuno dan bahasa Melayu Kuno. Dalam prasasti tersebut, disebutkan bahwa terdapat peristiwa yang bertujuan untuk mengembalikan kekuasaan Kerajaan Sunda pada 854 Masehi (Ekadjati, 2014). Istilah Jawa Barat sendiri resmi dan

populer sejak tahun 1925 ketika dibentuk kesatuan administrasi berupa pemerintahan tingkat provinsi (Ekadjati, 2014).

Jika dilihat dari aspek geografis, Jawa Barat merupakan wilayah yang memiliki curah hujan cukup tinggi. Hal ini berpengaruh pada keragaman hayati yang ada di Jawa Barat. Menurut artikel yang dimuat dalam Kompas pada Minggu 28 Juli 2013, dengan judul *Kaya Alamnya, Sedap Citarasanya*, yang mengutip dari Unus Suriawiria (1987) disebutkan bahwa masyarakat Jawa Barat yang selanjutnya disebut sebagai masyarakat Sunda, mengenal tidak kurang dari 59 jenis pucuk atau daun muda yang kemudian dijadikan sebagai lalap. Terdapat pula 18 jenis bunga, 20 jenis buah, serta belasan biji-bijian (Kompas, 2013; Rahman, 2018). Terdapat 3.882 spesies tumbuhan di Jawa Barat, sedangkan di Jawa Timur dan Jawa Tengah masing-masing terdapat 2.717 dan 2.581 spesies tumbuhan. Meskipun masyarakat Sunda memiliki begitu banyak spesies tumbuhan, mereka juga mengonsumsi makanan yang bersumber dari sumber hewani. Seperti ikan-ikanan, udang kecil, siput, dan lain sebagainya. Aneka olahan daging ternak juga kerap disajikan, terutama ketika tengah mengadakan hajatan. Hal ini menunjukkan pola konsumsi masyarakat Sunda yang beragam meski sebanyak 65% makanan masyarakat Sunda berbahan dasar tumbuhan (Kompas, 2013).

Bahan makanan berbahan dasar tumbuhan ini kemudian dikenal dengan lalap atau lalapan, yaitu bagian dari tanaman yang disajikan dalam bentuk segar dan dimakan bersama sambal sebagai teman pendamping nasi dan lauk pauk. Lalap dan sambal menjadi unsur yang tidak terpisahkan dalam suatu sajian makanan Sunda sejak turun temurun. Hal ini ditunjukkan dari jawaban masyarakat Sunda ketika ditanya mengenai alasan menyukai perpaduan lalap dan sambal, maka mereka akan menjawab kedua unsur itu selalu dihidangkan sejak mereka kecil (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019). Penyajian lalap dalam masyarakat Sunda sendiri terdapat dua macam, yakni disajikan langsung tanpa dimasak terlebih dahulu dan lalap yang melalui proses pengolahan (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019). Konsumsi lalap oleh masyarakat Sunda secara turun temurun merupakan salah satu gambaran pola konsumsi skala domestik. Masyarakat Sunda terbiasa mengonsumsi daun-daun bahkan hingga biji-bijian untuk dimanfaatkan sebagai lalap. Hal ini dibuktikan dari sebuah naskah kuno *Sanghyang Siksa Kandang Karesyan* tahun 1518 Masehi yang menyebutkan bahwa alam dan manusia saling berhubungan, dalam hal ini tumbuhan dianggap sebagai pelengkap kehidupan (Rahman, 2018).

Selain lalap, keragaman hayati di tanah Sunda berpengaruh pula dengan banyaknya sajian sambal. Umumnya, sambal yang digunakan sebagai pelengkap lalap adalah Sambal Goang dan Sambal Terasi. Menurut Murdijati-Gardjito, Pridia, Mullaty yang mengutip dari Dakung et al (1986), Sambal Goang adalah sambal yang dibuat dengan cabai rawit dan garam, sedangkan Sambal Terasi, selain menggunakan cabai rawit dan garam, ditambahkan juga terasi yang telah dibakar, digoreng, atau dibungkus daun pisang kemudian dimasukkan ke dalam abu panas dalam tungku (disembam) terlebih

dahulu sebelumnya (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019). Pola konsumsi lalap dan sambal yang telah bertahan secara turun temurun dalam lingkungan domestik kemudian bergeser seiring dengan perkembangan waktu. Hal ini memunculkan tren rumah makan Sunda dengan lalap dan sambal sebagai bagian dari menu makanan yang disajikan.

Berbicara mengenai kuliner Sunda, Kota Bandung dapat disebut sebagai sentra bagi makanan di Jawa Barat. Hal ini sejalan dengan pemikiran Haryoto Kunto (1986) bahwa, Bandung dianggap telah menjadi kota yang mampu memuaskan selera tukang jajan. Bahkan Bandung hingga saat ini masih memiliki makanan khas dengan mutu dan cita rasa sempurna. Hal ini dapat terwujud karena adanya kreativitas yang tinggi dari masyarakat Sunda dalam mengolah bahan pangan (Kunto, 1986). Kreativitas ini dituangkan dalam bentuk kemunculan warung-warung makan yang kemudian bertransformasi menjadi rumah-rumah makan di Jawa Barat yang terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Kini, lokasi rumah makan berubah mengikuti selera pengunjung. Contohnya, lokasi yang dipilih sejak akhir tahun 2000 cenderung jauh dari keramaian kota. Hal ini dianggap memiliki nilai lebih karena pengunjung dapat sekaligus menikmati keindahan alam di dataran tinggi Bandung (Suganda, 2007).

Kemunculan Warung-Warung Makan Khas Sunda di Bandung

Seperti yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya, kuliner Sunda merupakan makanan rumahan yang mulanya disajikan dalam lingkungan domestik atau yang dikenal dengan istilah *warung asakan* (Turgarini, wawancara pada 10 Agustus 2021). Keberadaan lalap dan sambal dalam meja makan masyarakat Sunda menunjukkan bahwa kuliner Sunda merupakan makanan yang identik dengan lingkungan rumah tangga (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019). Selain pengolahannya yang sederhana serta penggunaan bahan-bahan alami, dapur masyarakat Sunda dipenuhi dengan berbagai macam peralatan masak tradisional yang mendukung konsep dapur sebagai dunia domestik. Peralatan masak tersebut di antaranya: *padaringan* (gentong dari tanah liat untuk menyimpan beras); *hawu* (tungku api dari tanah liat); *aseupan* (alat kukus berbentuk kerucut); *dulang* (bakul untuk menanak nasi); *katel* (kuali); dan *coet* (tempat meracik sambal) (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019).

Kebiasaan masyarakat Sunda, khususnya warga Bandung yang terbiasa menikmati makanan di dalam rumah, mulai mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Pada 1960-an, mulai hadir warung-warung nasi dalam khazanah kuliner Bandung, seiring dengan semakin maraknya kemunculan warung-warung kuliner lain seperti warung sate, kopi, jajanan, dan kuliner lain di berbagai sudut Kota Bandung (Kunto, 1986; Turgarini, wawancara pada 10 Agustus 2021). Meskipun demikian, fenomena kemunculan warung-warung kuliner dan jajanan Kota Bandung telah hadir sejak masa kolonial, seperti yang dijelaskan oleh Haryoto Kunto (1986), bahwa Bandung yang sejak masa kolonial telah menjadi “surga tukang jajan”, telah dipenuhi oleh berbagai macam warung dan rumah makan yang menjadi pilihan utama pecinta kuliner. Bahkan, menurut *Almanak*

voor Bandoeng 1941 pada masa sebelum perang, Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah rumah makan terbanyak di Nusantara (Kunto, 1986).

Warung dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (online)* adalah tempat menjual makanan, minuman, kelontong, dan sebagainya. Istilah warung juga ditemui di negara Melayu seperti Malaysia. Melihat definisinya, berarti warung makan merupakan tempat menyajikan berbagai makanan dan minuman. Dalam kaitannya dengan warung makan Sunda, biasa disajikan makanan dan minuman khas Sunda, seperti kreasi ayam atau ikan goreng yang disajikan bersama lalap dan sambal. Warung makan Sunda biasanya memiliki bangunan dengan arsitektur Sunda menggunakan bahan bambu yang menjadi ciri khas dan daya tarik tersendiri yang mengangkat suasana Priangan (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019).

Kehadiran warung makan Sunda di Bandung dimulai pada 1960-an, ketika dibangun beberapa warung kecil atau biasa disebut jongko di pusat kota yang menyajikan beragam kuliner Sunda. Pada 1963, di kawasan Terminal Kebon Kalapa, Bandung berdirilah warung nasi kecil yang menyediakan menu khas Sunda. Usaha warung nasi tersebut dirintis oleh H. Tatang Sujani beserta istrinya, Hj. St. E. Rochaety (Kunto, 1986). Mengingat lokasinya berada di kawasan terminal, mayoritas pelanggan adalah para sopir dan kenek angkot serta bus yang mampir untuk makan siang. Seiring berjalannya waktu, warung yang buka 24 jam ini tidak hanya diminati oleh kalangan sopir, melainkan para pelanggan dari berbagai kalangan termasuk wisatawan asing yang sedang berkunjung ke Bandung (Suganda, 2007).

Warung Nasi Ampera merupakan warung makan yang menyajikan berbagai makanan khas Sunda. Selain karena harganya yang terjangkau dan menunya yang cocok dengan lidah orang Sunda, warung makan ini diminati karena memiliki kualitas pelayanan yang baik. Warung ini menerapkan model *geksor* yang artinya segera menyajikan makanan ketika tamu duduk. Pelayanan tersebut memberikan citra ramah dan akrab kepada pelanggan yang menciptakan suasana menjadi lebih nyaman.

Selain Ampera, terdapat warung makan populer lainnya di kota Bandung, yaitu Warung Makan Ponyo. Warung ini didirikan oleh Pak Dudi Suganda Nandang dan Ibu Cinta Suhanah pada 1972 di salah satu gedung perkantoran di Jalan Asia Afrika Bandung. Warung ini diberi nama Ponyo yang berasal dari bahasa Sunda yang berarti makan enak dan lahap. Pada awal pendiriannya, pelanggan warung ini mayoritas ialah karyawan perkantoran di sekitar Asia Afrika. Menu andalan Warung Makan Ponyo yaitu ayam goreng dan gepuk yang menjadi favorit makan siang para pelanggan. Tidak lupa sambal dan lalap selalu menjadi hidangan yang tersaji sebagai menu khas masyarakat Sunda.

Selain dua warung makan tersebut, hadir pula warung-warung makan lainnya walaupun tidak memiliki popularitas dan bertahan lama seperti warung makan Ampera dan Ponyo. Kehadiran warung-warung makan ini dilatarbelakangi oleh kreativitas orang Bandung dalam menyajikan berbagai bahan makanan khas Sunda yang menjadi pilihan orang Bandung. Menurut Riadi Darwis, seorang gastronom Sunda dari Sekolah Tinggi

Pariwisata Bandung dalam wawancara bersama penulis, warung makan Sunda hadir dan dapat bertahan karena adanya kerinduan masyarakat Sunda untuk menyantap kuliner khas Sunda di tengah keragaman kuliner kota Bandung. Warung makan Sunda selain sebagai tempat menghilangkan rasa lapar, juga menjadi tempat bernostalgia bagi masyarakat yang rindu dengan kuliner Sunda (Darwis, wawancara 8 Juli 2021).

Potensi wisata kuliner Bandung juga menyebabkan banyak kemunculan rumah-rumah makan atau pedagang yang berasal dari luar Bandung, seperti Rumah Makan Ciganea yang berdiri tahun 1982 dari Purwakarta, Rumah Makan “Si Abah” dari Subang yang terkenal dengan ikan bakarnya, bahkan terdapat pula yang berasal dari luar Jawa Barat, seperti kehadiran Warung Tegal atau yang biasa dikenal dengan Warteg (Suganda, 2007). Meskipun begitu, warung makan Sunda tetap menjadi pilihan masyarakat Bandung karena ciri khas dan nuansa Sunda yang memuaskan selera masyarakat.

Seiring dengan berjalannya waktu, warung-warung makan kecil ini kemudian berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Para pendiri warung makan mulai mengembangkan usaha mereka dan membuka cabang di berbagai lokasi. Mereka mengubah warung makan menjadi rumah makan yang memiliki berbagai cabang untuk mengembangkan usaha menjadi destinasi kuliner pilihan masyarakat Bandung. Selain itu, berkembangnya usaha warung makan ini memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat untuk bekerja sebagai karyawan.

Transformasi Warung Makan Sunda menjadi Rumah Makan Sunda

Konsep warung makan yang telah muncul sejak 1960-an menjadi cikal bakal berdirinya berbagai rumah makan Sunda yang khas di Kota Bandung. Berdirinya rumah makan yang mengusung konsep tradisional ini tidak lepas dari perkembangan bisnis waralaba atau yang lebih akrab disebut *franchise* pada abad ke-20 tepatnya tahun 1980-an. Dalam Bahasa Indonesia, “wara” memiliki arti lebih sedangkan “laba” berarti untung, sehingga waralaba berarti lebih menguntungkan. Konsep ini pada awalnya dilakukan oleh berbagai industri kuliner yang datang dari mancanegara seperti Mc Donald, KFC, dan lain sebagainya. Bisnis waralaba asing ini tidak bertahan lama di Indonesia, karena pada 1998 hingga awal 2000-an terjadi krisis moneter yang mengakibatkan kemerosotan pertumbuhan waralaba mancanegara hingga minus 86%. Pasca krisis moneter, bisnis waralaba kembali mengalami kebangkitan khususnya di Bandung. Hal ini mendorong kehadiran rumah-rumah makan Sunda generasi baru seperti Rumah Makan Cibiuk dan Manjabal (Paranoan, 2020).

Waralaba (*franchise*) merupakan pengembangan usaha berskala internasional yang dilakukan antara *franchisor* (produsen) dengan *franchisee* (pengembang) dengan mempertimbangkan konsep atau sistem *franchise* (waralaba) itu sendiri. Sebuah usaha yang menjadikan waralaba sebagai pilihan untuk mengembangkan bisnisnya harus mematuhi berbagai perjanjian yang disepakati dalam sistem waralaba. Waralaba memungkinkan *franchise* untuk menggunakan berbagai ornamen atau atribut yang sama

seperti *franchisor* dengan catatan *franchisee* telah melakukan pembayaran atas peminjaman HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) sejumlah yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (Slamet, 2011).

Perkembangan waralaba di Kota Bandung tidak lepas dari pesona Bandung sebagai *Paris Van Java* yang dianalogikan sebagai kota modern pada masa kolonial. Bandung sebagai kota modern di Pulau Jawa, sekaligus ikon kualitas kuliner berkualitas menginspirasi masyarakat Bandung untuk mengembangkan usaha sekaligus meningkatkan perekonomian. Hal ini ditandai dengan adanya pembangunan gedung pemerintahan, tempat perbelanjaan, hingga kemunculan *jongko-jongko* atau warung-warung kecil yang menjual berbagai masakan rumahan seperti tahu, tempe, lalapan, sambal, tidak lupa dengan nasi hangat dan ikan atau ayam. Berbagai menu sederhana ini disajikan untuk memenuhi kebutuhan makan masyarakat Bandung sehari-hari yang didominasi oleh para pendatang. Selain itu, kesadaran masyarakat dalam mengefektifkan waktu luang (*leisure time*) membuat masyarakat Bandung secara umum memenuhi kebutuhan makan di warung-warung ini (Yulianto et al, 2020).

Perkembangan warung-warung makan dimulai sejak awal kemerdekaan tepatnya tahun 1960-an. Berbagai fasilitas pendukung seperti jalan, transportasi, gedung-gedung mulai diperbaiki. Bukan hanya pemerintah yang gencar melakukan perbaikan pasca kemerdekaan, masyarakat lokal turut serta dalam berdedikasi membantu peningkatan perekonomian (Yulianto et al, 2020). Salah satu cara yang dilakukan oleh masyarakat lokal adalah dengan memanfaatkan keberagaman kuliner Sunda untuk memenuhi kebutuhan makan masyarakat yang semakin padat. Perkembangan kuliner khas Sunda dimulai dari sebuah warung kecil pada 1963 bernama Warung Nasi Ampera, disusul oleh Warung Makan Ponyo pada 1972 dan warung-warung makan Sunda lainnya. Baru pada 1980-an Warung Nasi Ampera dan Warung Makan Ponyo berubah menjadi rumah makan.

Konsep rumah makan atau biasa kita kenal dengan restoran ini berasal dari Bahasa Prancis yakni *restoratives*, “obat menyegarkan”. Kata ini kemudian dimaknai sebagai obat yang dapat memberikan penyegaran bagi banyak orang. Selain itu, kata ini juga menjadi inspirasi kelahiran berbagai bisnis yang mengedepankan inovasi dan keunikan atau ciri khas. Dalam dunia makanan, restoran memiliki tingkatan yang berbeda dengan warung nasi pinggir jalan. Jika di warung nasi lebih menekankan cita rasa masakan yang dihidangkan, rumah makan tidak hanya menjual makanan melainkan jasa yakni pelayanan dan suasana untuk para pembeli. Sehingga, pembeli merasa nyaman dan puas menikmati hidangan (Agoes & Fitricia, 2016).

Menurut Riadi Darwis, rumah makan Sunda berbeda dengan kebanyakan rumah makan daerah di Indonesia. Rumah Makan Sunda masih mengedepankan identitas budaya dan kearifan lokal sebagai ciri utama. Dalam perkembangannya, modernitas tidak serta merta menenggelamkan citra tradisional pada rumah makan Sunda. Berkat kemajuan dan perkembangan teknologi, rumah makan Sunda yang mengusung entitas etnik Sunda dengan beragam olahan sayur mayur, ikan, hingga unggas yang diproduksi

sendiri oleh masyarakat lokal. Kreativitas dan inovasi yang dimiliki masyarakat lokal telah mengakar dan membudaya menciptakan beragam jenis masakan dengan bahan yang sama misalnya sambal, rumah makan Sunda memiliki beragam sambal seperti sambal terasi, sambal suuk (kacang tanah), sambal oncom, dan lain sebagainya (Darwis, wawancara 8 Juli 2021).

Meskipun berbagai olahan kuliner nasional hingga internasional berkembang cukup pesat di Bandung, hidangan Sunda tetap menjadi pilihan utama masyarakat baik lokal maupun pendatang. Masyarakat penggemar cita rasa lokal khas Sunda ini mayoritas menginginkan suasana yang berbeda dalam menyantap makanan. Rumah makan Sunda dalam perkembangannya mengalami berbagai perubahan seperti penyajian yang sebelumnya sangat sederhana dan disajikan di pinggir-pinggir jalan mulai memasuki rumah makan yang lebih berkelas dengan harga yang terjangkau. Masakan Sunda yang sebelumnya menjadi kegemaran kalangan bawah perlahan mulai diminati golongan menengah ke atas. Para pengembang bisnis kuliner ini selain mengedepankan kualitas bahan juga mengedepankan piranti makan orang Sunda yang sederhana dan menyatu pada alam. Rumah-rumah makan mulai didesain sedemikian rupa menyerupai rumah tradisional Sunda berupa saung-saung dengan kolam ikan di bawahnya serta hamparan hijau persawahan, tidak lupa iringan musik tradisional berupa angklung dan seruling yang menambah nuansa kebudayaan Sunda (Darwis, wawancara 8 Juli 2021; Suganda, 2007).

Di tengah modernitas, keberadaan persawahan semakin berkurang. Namun, hal itu bukan penghalang bagi rumah-rumah makan yang mengusung kebudayaan Sunda. Kekurangan tersebut justru membuat rumah-rumah makan Sunda berinovasi dengan mengadopsi berbagai teknologi yang ada. Beberapa rumah makan Sunda melakukan rekayasa kultural dengan mengadopsi berbagai ornamen pendukung baik berupa benda, audio (bunyi-bunyian), visual (gambar dan lukisan), maupun audio visual (video maupun pertunjukan sederhana) untuk menarik minat para pembeli. Selain itu, untuk mendukung promosi, setiap rumah makan berusaha memberikan upaya terbaik dari segi hidangan serta jasa yang ditawarkan. Hal ini kemudian mengakibatkan pembeli baru terus berdatangan yang disebabkan oleh efek *getuk tular* (*word of mouth*/penyebaran informasi dari mulut ke mulut) yang dilakukan secara spontan. Pada era modern, para pengembang bisnis kuliner juga memanfaatkan teknologi berupa situs, media sosial, serta penggunaan iklan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat (Darwis, wawancara 8 Juli 2021; Mustidakim, 2019).

Kemunculan Rumah Makan Sunda Generasi Baru

Pertumbuhan rumah makan Sunda kemudian mengalami perkembangan pesat sejak tahun 1998. Hal ini ditunjukkan dengan kemunculan rumah-rumah makan yang membawa ciri khas etnis tertentu yang tersebar di sepanjang jalan Kota Bandung (Suganda, 2007). Selain itu, muncul pula rumah-rumah makan Sunda generasi baru

seperti Rumah Makan Cibiuk yang populer dengan sambalnya serta Rumah Makan Manjabal dengan olahan ikan gurame sebagai menu andalannya.

Rumah Makan Cibiuk merupakan sebuah rumah makan milik H. Iyus Ruslan yang mulai eksis sejak tahun 1999. Menurut Her Suganda (2007), sambal yang disajikan oleh Rumah Makan Cibiuk memiliki sejarah panjang. Sambal ini diyakini berasal dari Cibiuk, Kabupaten Garut, dengan proses pembuatan sambalnya yang telah diajarkan secara turun temurun. Menurut kisah yang beredar, sambal tersebut awalnya dibuat oleh Eyang Siti Fatimah, salah seorang keturunan dari penyebar agama Islam di Cibiuk, Eyang Syeh Djafar Sidik. Sambal ini kemudian dianggap cocok dengan lidah penduduk setempat yang berujung pada diajarkannya cara pembuatan sambal ini di wilayah tersebut (Suganda, 2007). Kini, Rumah Makan Cibiuk telah memiliki banyak cabang yang tersebar di wilayah Jatinangor, Tasikmalaya, Ciamis, Garut, Jakarta, Bekasi, Karawang, Cianjur, Cikampek, dan Serang.

Rumah Makan Manjabal di Kota Bandung dipelopori oleh Ibu Hj. Nia S. Kurniaty sebagai pendiri dan Bapak H. Dedi sebagai pemilik tempat usaha pada 2003 silam. Penamaan Manjabal diduga memiliki beberapa arti pertama *Manjabal* (dari bahasa Arab) yang artinya Orang Gunung yang berarti masakan yang dihidangkan merupakan resep orang kampung dengan kualitas yang tidak kalah dengan masakan perkotaan. Kedua, *Manjabal* (dari bahasa Sunda) yang artinya *Manjing Jaya Balarea*, yang berarti simbiosis mutualisme (saling menguntungkan) antara pembeli dan penjual. Hal ini menyebabkan penjual dan pembeli merasa puas atas masakan yang dihidangkan dan dibeli. Terakhir, *Manjabal* merupakan akronim dari *Manusia Jaman Baheula* yang berarti para karyawan di Rumah Makan Manjabal ini mayoritas merupakan orang-orang tua sejak awal berdiri hingga sekarang. Menu andalan yang dihidangkan di Rumah Makan Manjabal ini adalah berbagai olahan ikan gurame mulai dari sop ikan gurame, ikan gurame bakar bumbu kecap, gurame bakar bumbu cobek, dan lain sebagainya (Darwis, wawancara 8 Juli 2021).

Perkembangan Rumah Makan Sunda Tahun 2000-an

Di tengah perkembangan usaha kuliner di Bandung pada awal tahun 2000-an, rumah makan terdahulu seperti Warung Nasi Ampera, Rumah Makan Ponyo, dan lain sebagainya semakin berkembang dengan membuka cabang di berbagai daerah. Meskipun demikian, beragam rumah makan Sunda tersebut tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal yang telah diwariskan secara turun temurun. Nilai-nilai kearifan lokal tersebut menjadi salah satu faktor penyebab rumah makan Sunda dapat bertahan hingga kini.

Kearifan lokal merupakan ciri khas etika dan nilai budaya dalam masyarakat yang diturunkan dari generasi ke generasi. Di Indonesia, kesadaran akan pentingnya kearifan lokal mulai muncul pasca jatuhnya pemerintahan Presiden Soeharto dan memasuki masa reformasi (Humaida, 2018). Menurut Althien John Pesurnay (2018), kearifan lokal juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan beradaptasi, menata, dan menumbuhkan

pengaruh alam serta budaya lain yang menjadi motor penggerak transformasi dan penciptaan keanekaragaman budaya Indonesia yang luar biasa. Kearifan lokal dapat menjadi suatu bentuk pengetahuan, kepercayaan, pemahaman atau persepsi beserta kebiasaan yang menjadi pedoman perilaku manusia dalam kehidupan ekologis dan sistemik (Pesurnay, 2018).

Di tengah berkembangnya industri kuliner di Bandung, rumah makan Sunda tetap mempertahankan kearifan lokal yang menjadi nilai tersendiri bagi masyarakat Sunda. Rumah makan tersebut tetap menyajikan kuliner dengan cita rasa khas Sunda yang cenderung memiliki rasa asin, banyak terdapat banyak sayuran, sambal, serta menyajikan tahu, tempe dan ikan asin (Sabana, 2001). Menu nasi bermacam-macam jenisnya, mulai dari nasi timbel hingga nasi liwet. Kemudian, menu lain yang menjadi ciri khas rumah makan Sunda yaitu berbagai olahan ikan, mulai dari ikan mas atau ikan gurame yang di goreng, di masak bumbu tauco, bahkan dijadikan hidangan sop (Suganda, 2007). Selain itu, dalam rumah makan Sunda selalu tersaji pula hidangan *pais* yang merupakan istilah pepes dalam bahasa Sunda. Pepes adalah pengolahan masakan dengan dibungkus menggunakan daun pisang, kemudian dikukus hingga masak. Pada umumnya rumah makan Sunda menyediakan *pais* dengan menu utama ikan atau ayam (Murdijati-Gardjito, Pridia, Millaty, 2019).

Rumah makan Sunda tetap mempertahankan nuansa santai dan menghilangkan kesan formal, sesuai dengan filosofi orang Sunda yang dekat dengan alam. Berkembangnya rumah makan menjadi lebih besar dan luas ditunjang pula dengan arsitektur Sunda, seperti genting yang ditutupi ijuk atau alang-alang, dinding tembok yang dilapisi anyaman bambu serta dilengkapi pula dengan ornamen-ornamen lain yang menonjolkan kebudayaan Sunda. Selain itu rumah makan Sunda pada umumnya dilengkapi dengan kolam ikan, atau air terjun buatan guna menimbulkan kesan suasana pedesaan di daerah Priangan (Suganda, 2007). Nuansa Sunda juga diperkuat dengan diadakannya alunan musik Sunda yang memanjakan telinga dan menciptakan kesan nyaman bagi pelanggan yang berkunjung ke rumah makan tersebut. Walaupun rumah makan dibuat dengan konsep yang lebih modern, namun tetap mempertahankan kearifan lokal yang telah menjadi ciri khas dari rumah makan Sunda.

Warung Nasi Ampera sebagai rumah makan Sunda pertama di Bandung, tetap eksis di kalangan pecinta kuliner. Warung Nasi Ampera makin mengembangkan usahanya dengan membuka banyak cabang di berbagai wilayah, bahkan hingga tahun 2011 Warung Nasi Ampera telah memiliki 80 cabang yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Perkembangan pesat juga dirasakan oleh Rumah Makan Ponyo. Mereka dapat bangkit dari krisis moneter yang menimpa Indonesia pada 1997-1998 dengan menambah bisnis catering dalam usahanya. Tidak hanya membuka bisnis catering, Rumah Makan Ponyo sering dijadikan tempat menggelar resepsi pernikahan, terutama di Rumah Makan Ponyo Cinunuk, Bandung, yang memiliki luas wilayah yang cukup luas dan representatif sebagai tempat pesta pernikahan.

Kesimpulan

Rumah makan Sunda di Bandung berawal dari penyajian kuliner Sunda dalam lingkup domestik menjadi warung-warung makan atau jongko-jongko dengan kuliner khas Sunda sebagai sajian utamanya. Hidangan kuliner Sunda ini dipengaruhi oleh kondisi geografis Sunda yang berdampak pada tersedianya beragam jenis lalapan. Selain itu, kuliner Sunda juga identik dengan hidangan sambal yang beraneka ragam. Perkembangan rumah makan Sunda kemudian memasuki babak baru berupa maraknya penggunaan bisnis waralaba dalam industri kuliner Sunda. Meskipun demikian rumah-rumah makan yang menggunakan konsep waralaba tersebut masih tetap mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal di tengah modernitas. Hal ini bertujuan untuk menonjolkan kebudayaan Sunda melalui penggunaan arsitektur, ornamen, dan musik Sunda.

Daftar Rujukan

- Allen, G. & K. Albala (ed). (2007). *The business of food: encyclopedia of the food and drink industries*. Westport: Greenwood Press.
- Agoes, A. & Fitriana, P. N. (2015). Kajian pustaka mengenai restaurant atmosphere. *Binus Business Review*, 6 (1), 110-116.
- Darwis, R. (2021). Wawancara “Kuliner Sunda di Tengah Laju Modernitas: Perkembangan Rumah Makan Sunda di Bandung Tahun 1970-an hingga 2000-an”.
- Ekadjati, E. S. (2014). *Kebudayaan Sunda: suatu pendekatan sejarah*. Bandung: PT Dunia Pustaka Jaya.
- Humaida, N., Louisa. V. M, & Lestari, N.C. (2018). Characteristics of the local wisdom from South Borneo in ecological aspect. *Environmental Science and Engineering International Journal*, 1(2), 30-34.
- Kubo, M. (2010). *The development of an Indonesian National cuisine: a study of new movement of instant foods and local cuisine, globalization, food and social identities in the Asia Pacific Region*, (ed). James Farrer. Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture.
- Kunto, H. (1986). *Sembak bunga di Bandung Raya*. Bandung: Granesia.
- Murdijati-Gardjito., Pridia, H., & Millaty, M. (2019). *Kuliner Sunda: nikmat sedapnya melegenda*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mustidakim, S. A. (2019). Analisis pengaruh word of mouth, brand awareness dan region of origin terhadap keputusan pembelian di Warung Lesehan Bebek Goreng asli Gunung Kidul. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Perbankan*, 5 (1), 20-29.
- Paranoan, N. (2020). Makna laba bagi pelaku bisnis waralaba. *Jurnal Akuntansi*, 30 (5), 1329-1343.
- Pesurnay, A. J. (2018). Local wisdom in a new paradigm: applying system theory to the study of local culture in Indonesia. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 175, 1-8.
- Pieniak, Z., et al. (2009). Association between traditional food consumption and motives for food choices in six European Countries. *Appetite*. 53 (1), 101-108.

- Rahman, F. (2018). Sunda dan budaya lalaban: melacak masa lalu budaya makan Sunda. *Metahumaniora*, 8 (3), 289-299.
- KOMPAS, *Kaya alamnya, sedap citarasanya*, 28 Juli 2013, 33-36.
- Sabana, S., et al. (2001). *Kemasan tradisional: makanan Sunda. Ungkapan Simbolik dan Estetik Seni Rupa*. Bandung: Penerbit ITB.
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (franchise) di Indonesia. *Jurnal Lex Jurnalika*, 8 (2), 127-139.
- Suganda, H. (2007). *Jendela Bandung: pengalaman bersama KOMPAS*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Turgarini, D. (2021). Wawancara “Kuliner Sunda di tengah laju modernitas: perkembangan rumah makan Sunda di Bandung tahun 1970-an hingga 2000-an”.
- Woodward, K. (ed). (1997). *Identity and Difference*. California: SAGE Publications.
- Yulianto, E., et al. (2020). *Geliat Kota Bandung: dari kota tradisional menuju modern*. Jakarta: Bank Indonesia Institute.