



STRATEGI ADAPTASI KULINER TRADISIONAL DI ERA KULINER GLOBAL DALAM MASYARAKAT KOTA SINGARAJA TAHUN 2013-2023

Kadek Radela Purnama Eviana

Program Studi Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana Denpasar

ABSTRAK

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juli, 2025

Revised Juli, 2025

Accepted Juli, 2025

Available online Juli Juli, 2025

radellaeviana@gmail.com

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dinamika dan transformasi kuliner tradisional Bali, khususnya di Kota Singaraja, dalam menghadapi pengaruh globalisasi. Dalam konteks ini, penelitian ini mengkaji bagaimana masyarakat Singaraja beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam sektor kuliner akibat meningkatnya pariwisata dan aksesibilitas informasi global. Penelitian ini dimulai dari tahun 2013, di mana perkembangan kuliner di Singaraja menunjukkan pertemuan antara kuliner tradisional Bali dan pengaruh kuliner global. Hal ini menciptakan tantangan dan peluang bagi masyarakat lokal dalam mempertahankan identitas kuliner mereka. Menggunakan teori Struktural Generatif dari Bourdieu, penelitian ini menganalisis habitus masyarakat Singaraja dalam beradaptasi dengan medan sosial kuliner global. Penelitian ini juga meneliti bagaimana modal sosial dan ekonomi digunakan dalam praktik adaptasi kuliner tradisional. Penelitian ini menemukan bahwa kuliner tradisional Bali

tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang melalui inovasi menu, pemanfaatan teknologi digital, dan penerapan konsep ramah lingkungan. Masyarakat Singaraja menunjukkan ketangguhan dalam menghadapi arus globalisasi dengan mengembangkan strategi yang relevan. Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai peran kuliner dalam pelestarian identitas budaya lokal dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi daerah. Penelitian ini juga relevan untuk memahami bagaimana kuliner tradisional dapat beradaptasi dan berinovasi di tengah tantangan globalisasi yang semakin kompleks. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang perubahan dalam sektor kuliner, tetapi juga menyoroti pentingnya interaksi sosial dan budaya dalam mempertahankan warisan kuliner di era modern.

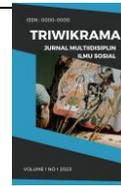
Kata Kunci: Kuliner, Tradisional, Strategi Adaptasi, Globalisasi

ABSTRACT

This study aims to explore the dynamics and transformation of traditional Balinese culinary, especially in Singaraja City, in facing the influence of globalization. In this context, this study examines how the Singaraja community adapts to changes in the culinary sector due to increasing tourism and accessibility of global information. This research started in 2013, where culinary developments in Singaraja showed a meeting between traditional Balinese culinary and global culinary influences. This created challenges and opportunities for local communities in maintaining their culinary identity. Using Bourdieu's Structural Generative theory, this study analyzes the habitus of the Singaraja community in adapting to the global culinary social field. This study also examines how social and economic capital are used in the practice of adapting traditional culinary. This study found that traditional Balinese culinary not only survives, but

*Corresponding author

E-mail addresses: radellaeviana@gmail.com



also develops through menu innovation, utilization of digital technology, and the application of environmentally friendly concepts. The Singaraja community shows resilience in facing the flow of globalization by developing relevant strategies. The results of this study provide in-depth insights into the role of culinary in preserving local cultural identity and its contribution to regional economic development. This study is also relevant to understanding how traditional culinary can adapt and innovate amidst the increasingly complex challenges of globalization. Thus, this study not only provides an overview of changes in the culinary sector, but also highlights the importance of social and cultural interactions in maintaining culinary heritage in the modern era.

Keywords: Culinary, Traditional, Adaptation Strategy, Globalization

1. PENDAHULUAN

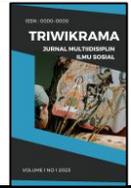
Secara *das sollen* (seharusnya) kuliner tradisional yang berkembang di Kota Singaraja tidak dapat menghadapi kuliner nasional dan global yang cepat saji. Namun, secara *das sein* (kenyataannya) kuliner-kuliner tradisional yang telah berkembang jauh sebelum masuknya makanan cepat saji di Singaraja masih tetap populer hingga saat ini sehingga tidak hanya dari kalangan biasa saja yang menikmati kuliner tradisional melainkan kalangan kelas menengah maupun kelas atas juga gemar dengan kuliner tradisional yang berada di Kota Singaraja.

Atas dasar itu, topik penelitian ini adalah kuliner tradisional. Sampai saat ini ditemukan sejumlah studi terdahulu tentang kuliner tradisional. Pertama, karya Roy Antok Wibowo. (2024) yang berjudul “Kuliner Tradisional Nusantara Sebagai Bentuk Adaptasi Budaya Pada Channel Youtube Shanty di China” (Wibowo, 2024). Jurnal Malvira Pohan. (2024) yang berjudul “Tantangan Wirausaha Penjual Kuliner Tradisional di Tengah Popularitas Makanan Modern Era Globalisasi Saat Ini” (Pohan, 2024). Dalam kedua karya tersebut tidak ditemukan pembahasan mengenai strategi adaptasi pedagang kuliner tradisional dalam menghadapi kuliner nasional dan global yang cepat saji.

Demikian pula skripsi yang membahas tentang kuliner, tak ada satu pun yang memakai strategi adaptasi seperti terlihat karya Nur Hasni Burhanuddin, (2018) yang berjudul “Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu” (Burhanuddin, 2018), karya Jevanes, L.P, (2020) yang berjudul “Kuliner Khas Jawa Tengah dan Jawa Timur Sebagai Identitas di Denpasar 1990-2018” (Purba, 2020), dan karya Uswatun Nisa, (2021) yang berjudul “Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dalam Perspektif Marketing Syariah” (Nisa, 2021).

Atas dasar itu tingkat pengetahuan studi terdahulu di atas, maka topik penelitian ini dikembangkan menjadi “strategi adaptasi kuliner tradisional dalam menghadapi kuliner nasional dan global”, yang akan dikaji dengan pendekatan sejarah post-strukturalis digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan sejarah post-strukturalis berbeda dengan pendekatan sejarah strukturalis. Menurut Wijaya, sejarah pasca-strukturalis mencari konteks sejarah bagi perkembangan budaya dan kelembagaan terkini. Sebaliknya, sejarah strukturalis lebih mengarahkan sejarah sebagai sesuatu yang bisa diketahui dan bersifat linear. Pendekatan sejarah strukturalis terikat pada suatu konsep metanaratif seperti emansipasi dan kemajuan (*the idea progress*) (Wijaya, 2021).

Dalam strategi adaptasi kuliner dengan pendekatan post-strukturalis memiliki beberapa teoritis, salah satunya Pierre Bourdieu yang teorinya digunakan sebagai landasan berpikir dalam penulisan strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global. Penelitian ini menggunakan teori Struktural Generatif dari Pierre Bourdieu. Dikarenakan menggunakan pendekatan post-strukturalis, maka penulisan strategi adaptasi kuliner ini bertitik dari masa kini ke lampau menuju masa kini yang memiliki hubungan dengan keberlanjutan kuliner tradisional di era kuliner global.



Selanjutnya, pencarian bergerak mundur untuk menelusuri proses strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global dalam masyarakat Kota Singaraja. Masa lampau yang dimaksud pada tahun 2013, perkembangan kuliner di Singaraja sebuah kota di Bali yang dikenal sebagai pusat perdagangan dan budaya mengalami pertemuan yang menarik antara kuliner tradisional Bali dan pengaruh kuliner global. Perubahan ini dipicu oleh beberapa faktor sosial, ekonomi, dan budaya, termasuk meningkatnya pariwisata dan aksesibilitas informasi global (Sari, 2012). Dalam proses pencarian, melalui teori Struktural Generatif dari Bourdieu, maka titik berangkatnya adalah analisis terhadap habitus masyarakat Kota Singaraja dalam beradaptasi dengan medan sosial kuliner global, serta bagaimana modal sosial, dan ekonomi digunakan dalam praktik adaptasi kuliner tradisional di tengah globalisasi.

Seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata di Bali pada dekade 2000-an, masyarakat Singaraja mulai terpapar pada berbagai jenis kuliner Nasional, seperti mie gacoan dan kober mie setan yang berasal dari Kota Malang, Jawa Timur. Sedangkan kuliner internasional, seperti masakan *fast food* dari Amerika dan China. Banyak restoran yang menyajikan menu-menu global ini, baik untuk memenuhi selera wisatawan maupun untuk mengakomodasi permintaan masyarakat lokal yang semakin terbuka terhadap variasi kuliner. Misalnya, jaringan restoran cepat saji seperti McDonald's, KFC, dan Richeese Factory mulai berkembang di kota-kota besar Bali, termasuk Kota Singaraja yang mengubah cara orang menikmati makanan. Namun, meskipun kuliner global semakin mendominasi, ada juga upaya untuk mempertahankan kuliner tradisional. Beberapa inisiatif kuliner lokal seperti tipat belayag yang berfokus pada bahan baku lokal dan resep turun-temurun mulai berkembang dengan mengemas masakan Bali dalam bentuk yang lebih menarik dan praktis bagi para konsumen (Sari, 2012). Semua manusia membutuhkan makanan dan minuman, oleh karena itu kuliner merupakan hal yang penting untuk kelangsungan hidup. Kuliner di Singaraja merupakan salah satu pencerminan ragam budaya dan tradisi yang pada dasarnya kuliner di Singaraja lebih kepada keanekaragaman kuliner tradisional maupun kuliner global (Jaya, 2024).

Kota Singaraja merupakan salah satu wilayah yang kaya akan kuliner tradisional. Dalam penelitian ini akan dilakukan kajian mengenai strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global dalam masyarakat kota Singaraja. Strategi adaptasi kuliner merupakan proses penyesuaian bentuk kuliner yang sedang berada dalam suatu tempat yang berbeda (Pokrud, 2023). Strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global dapat dilihat ketika kuliner global seperti makanan cepat saji masuk ke kota Singaraja. Strategi ini meminimalisir konflik antar masyarakat dengan melakukan penyesuaian dan pemahaman terhadap individu atau kelompok dalam keberagaman kuliner (Wibowo, 2024).

Pada tahun 2013, masyarakat Kota Singaraja masih sangat terikat pada kuliner tradisional Bali. Makanan tradisional khas Kota Singaraja menjadi bagian dari identitas budaya lokal. Habitus masyarakat Singaraja yang berkaitan dengan kuliner tradisional ini membentuk pola konsumsi dan kebiasaan makan yang sudah berlangsung turun-temurun. Namun, dengan munculnya Buleleng Festival pada tahun 2013, habitus kuliner ini mulai mengalami perubahan, seiring dengan semakin terbukanya masyarakat terhadap pengaruh global dalam dunia kuliner. Festival tersebut memberikan ruang bagi masyarakat Singaraja untuk beradaptasi dan mengonstruksi ulang pola makan dan penyajian makanan tradisional mereka, namun tetap dengan mempertahankan esensi budaya yang ada. Kuliner yang dulu terfokus pada konsumsi tradisional, mulai berkembang dan menyesuaikan diri dengan estetika global yang lebih modern dan praktis, seperti penyajian makanan yang lebih menarik bagi wisatawan internasional (Bourdieu, 1984).

Adaptasi kuliner Buleleng, Singaraja merupakan seni budaya. Dengan demikian, jika tidak dikaji dalam kajian budaya dan interaksi sosial, makanan yang dikembangkan masyarakat tidak



akan bermakna apa-apa (Nurti, 2017). Penting untuk diingat bahwa teknik memasak terus berkembang dan setiap lokasi memiliki metode memasak dan varian masakan yang unik, menjadikan makanan sebagai produk budaya (Salam, 2022).

Pada tahun 2014 di tengah globalisasi kuliner, masyarakat Singaraja mulai menggabungkan bahan lokal dengan teknik penyajian yang lebih modern. Misalnya, masakan tradisional seperti tipat belayag dipadukan dengan pendekatan plating yang lebih estetik dan konsep restoran yang lebih internasional, ini menarik perhatian konsumen muda yang lebih terbuka pada kuliner modern namun tetap ingin mempertahankan rasa tradisional (Ardana, 2017). Banyak restoran di Singaraja mulai mengadaptasi elemen-elemen kuliner global, seperti menyajikan menu fusion atau makanan internasional dengan sentuhan lokal. Ini terlihat dengan munculnya konsep restoran yang tidak hanya menyediakan masakan Bali tradisional, tetapi juga menggabungkan masakan Barat dan Asia, misalnya dengan menawarkan pizza berbahan dasar nasi Bali atau sushi dengan sambal matah (Supriyasa, 2018). Pada tahun 2015-2019 teknologi informasi dan media sosial memainkan peran besar dalam mempromosikan kuliner tradisional ke pasar global. Restoran dan pedagang makanan lokal di Singaraja memanfaatkan *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* untuk memperkenalkan masakan tradisional Bali, khususnya di Kota Singaraja dengan cara yang lebih menarik dan mudah diakses oleh konsumen luar Bali (Sudiarta, 2019).

Selama tahun 2020-2021, wabah COVID-19 memaksa masyarakat dan pelaku usaha kuliner di Singaraja untuk beradaptasi dengan cepat. Strategi yang diterapkan termasuk perubahan model bisnis melalui layanan pesan antar dan *takeaway*, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, inovasi dalam menu, penggunaan bahan baku lokal dan ramah lingkungan, serta pengembangan wisata kuliner virtual. Adaptasi ini tidak hanya memastikan kelangsungan hidup bisnis kuliner tradisional, tetapi juga memperkenalkan masakan Bali kepada audiens yang lebih luas, meskipun dalam keterbatasan akibat pandemi, banyak pelaku usaha kuliner di Singaraja yang mengalihkan fokus mereka ke layanan pesan antar dan *takeaway* sebagai respons terhadap pembatasan sosial dan aturan pemerintah yang membatasi operasional restoran dan tempat makan. Beberapa restoran dan warung makan tradisional yang sebelumnya mengandalkan pengunjung langsung, mulai menyediakan makanan dalam bentuk kemasan yang lebih praktis untuk dibawa pulang atau dikirimkan ke rumah konsumen. Kuliner khas Bali, seperti tipat belayag yang sebelumnya lebih sering disantap di tempat, kini lebih mudah diakses oleh masyarakat melalui layanan pengantaran. Selain itu, aplikasi pemesanan makanan seperti GoFood dan GrabFood menjadi sangat penting selama pandemi karena mempermudah konsumen untuk membeli kuliner tradisional tanpa harus keluar rumah. Hal ini meningkatkan jangkauan pasar kuliner tradisional Bali, baik di kalangan masyarakat lokal maupun wisatawan domestik yang tidak dapat mengunjungi Bali secara langsung karena pembatasan perjalanan (Sudiarta, 2021).

Seiring dengan pembatasan sosial yang diberlakukan di seluruh dunia, para pelaku usaha kuliner di Singaraja mulai memanfaatkan media sosial dan *platform* digital untuk mempromosikan produk mereka. *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* menjadi saluran penting untuk menarik perhatian konsumen, terutama kalangan generasi muda yang aktif di media sosial. Melalui foto dan video yang menarik, restoran dan usaha kuliner lokal mulai memperkenalkan masakan tradisional Bali dengan cara yang lebih modern dan kreatif. Strategi pemasaran digital ini tidak hanya mencakup promosi makanan, tetapi juga interaksi dengan pelanggan melalui komentar, ulasan, dan konten yang mendorong engagement. Pelaku usaha kuliner mulai mengadakan sesi memasak virtual, berbagi resep kuliner Bali, dan melakukan live streaming untuk tetap terhubung dengan konsumen dan meningkatkan *brand awareness* di tengah pandemi (Subrata, 2021). Tak hanya itu, banyak usaha kuliner mulai mengadaptasi makanan sehat dan higienis, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kebersihan di masa pandemi. Hal ini



termasuk penyajian makanan dengan standar kebersihan yang lebih ketat dan kemasan yang aman bagi konsumen.

Pandemi COVID-19 juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan dan konsumsi produk lokal. Banyak pelaku usaha kuliner di Singaraja mulai berfokus pada penggunaan bahan baku lokal yang lebih mudah dijangkau selama pembatasan logistik. Produk seperti sayuran organik, daging lokal Bali, dan ikan segar dari nelayan lokal menjadi pilihan utama dalam pembuatan menu kuliner tradisional. Pengusaha kuliner juga menerapkan kemasan ramah lingkungan dan mengurangi plastik sekali pakai. Konsumen yang semakin peduli dengan isu keberlanjutan menjadi faktor pendorong bagi usaha kuliner untuk beradaptasi dengan cara-cara yang lebih ramah lingkungan (Ardana, 2021).

Dengan pembatasan perjalanan selama pandemi, para wisatawan domestik tidak dapat mengunjungi Bali untuk menikmati langsung kuliner tradisional Bali. Sebagai respons terhadap hal ini, beberapa restoran dan usaha kuliner di Singaraja mulai mengadakan sesi kuliner virtual atau kelas memasak online. Melalui platform digital, wisatawan atau masyarakat yang tertarik belajar cara memasak hidangan tradisional Bali seperti *babi guling* atau *sate lilit* dapat mengikuti tutorial langsung dari rumah mereka. Pendekatan ini memungkinkan kuliner tradisional Bali untuk tetap dikenal dan dinikmati oleh audiens global, meskipun mobilitas terbatas. Ini juga menjadi cara bagi usaha kuliner untuk terus berinteraksi dengan konsumen meskipun dalam keadaan sulit (Sujana, 2021).

Pada periode 2022-2023, setelah pandemi COVID-19, masyarakat Singaraja telah mengembangkan berbagai strategi adaptasi untuk menjaga kelestarian kuliner tradisional Bali sambil merespons tuntutan globalisasi. Pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, inovasi dalam penyajian dan pengemasan, pengembangan menu fusion, serta kesadaran akan keberlanjutan telah menjadi bagian dari strategi kuliner yang sukses. Selain itu, sektor pariwisata kuliner juga mulai pulih dengan menawarkan pengalaman kuliner yang lebih interaktif, seperti kelas memasak dan tur kuliner. Semua ini menunjukkan bahwa kuliner tradisional Bali dapat beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa kehilangan keaslian dan nilai budayanya (Supriyasa, 2018). Banyak usaha kuliner di Singaraja mulai mengadaptasi pendekatan modern dalam penyajian dan pengemasan makanan tradisional Bali untuk menarik konsumen yang lebih muda dan berbasis gaya hidup global. Kuliner tradisional disajikan dengan tampilan yang lebih estetik dan inovatif, dengan teknik plating yang lebih menarik dan kemasan yang ramah lingkungan. Pengemasan yang lebih praktis dan higienis menjadi sangat penting, mengingat konsumen yang semakin memperhatikan keberlanjutan dan kebersihan, terutama setelah pandemi. Restoran dan warung makan di Singaraja juga mulai memanfaatkan teknologi canggih dalam pengemasan, seperti penggunaan kemasan biodegradable, yang tidak hanya mendukung keberlanjutan tetapi juga menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan (Supriyasa, 2018).

Di era pasca pandemi, teknologi digital dan pemasaran online menjadi kunci penting dalam memperkenalkan kuliner tradisional Bali kepada audiens global. Banyak usaha kuliner di Singaraja yang telah beradaptasi dengan tren ini, menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan masakan mereka. Konten visual yang menarik dan penggunaan hashtag yang relevan membuat kuliner tradisional Bali semakin dikenal di luar Bali, bahkan ke pasar internasional. Selain itu, beberapa usaha kuliner di Singaraja mulai meluncurkan website dan aplikasi pemesanan mereka sendiri, memberikan konsumen lebih banyak opsi dalam memesan makanan dan menjaga keberlanjutan interaksi online yang terbangun selama pandemi (Ardana, 2023).

Setelah pandemi, sektor pariwisata mulai pulih, dan usaha kuliner di Singaraja mulai menawarkan lebih banyak pengalaman kuliner yang melibatkan interaksi langsung dengan



wisatawan. Restoran dan hotel-hotel di Singaraja mulai mengadakan acara wisata kuliner, di mana wisatawan dapat belajar langsung memasak hidangan tradisional Bali. Kelas memasak ini menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin mendalami budaya kuliner Bali sambil berlibur. Selain itu, tur kuliner yang menggabungkan pengalaman mencicipi berbagai masakan tradisional Bali di beberapa lokasi juga semakin populer. Ini memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk merasakan kekayaan kuliner Bali secara langsung sambil menikmati *atmosfer* lokal yang autentik (Sudiarta, 2023).

Latar belakang di atas memperlihatkan adanya suatu persoalan menarik yang perlu diteliti dan dikaji dalam studi ini, yaitu karena memberikan gambaran mendalam mengenai dinamika dan transformasi yang terjadi dalam sektor kuliner tradisional Bali, khususnya di Kota Singaraja, dalam menghadapi pengaruh globalisasi yang semakin kuat. Dalam rentang waktu tersebut, masyarakat Singaraja mengalami perubahan signifikan dalam cara mereka memproduksi, menyajikan, dan memasarkan kuliner tradisional Bali seiring dengan berkembangnya tren global dalam industri kuliner. Di satu sisi, kuliner tradisional Bali yang kaya akan cita rasa dan budaya lokal menghadapi tantangan besar untuk bertahan di tengah arus globalisasi yang menghadirkan berbagai jenis masakan dari luar negeri dan perubahan selera konsumen. Namun, di sisi lain, kuliner tradisional juga menunjukkan ketangguhan dalam beradaptasi, melalui berbagai strategi seperti inovasi menu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, dan penerapan konsep ramah lingkungan yang semakin digemari oleh konsumen.

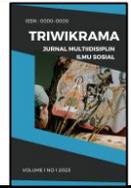
Perubahan besar yang terjadi akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020-2021 juga menjadi momen krusial dalam adaptasi kuliner di Singaraja. Pembatasan sosial dan pembatasan perjalanan memberikan dorongan bagi usaha kuliner untuk beralih ke model bisnis berbasis teknologi, seperti layanan pesan antar, pemasaran melalui media sosial, serta inovasi dalam pengemasan. Setelah pandemi, pada tahun 2022-2023, masyarakat Singaraja mulai memanfaatkan momentum pemulihan ekonomi untuk mengembangkan pengalaman kuliner yang lebih menarik dan interaktif, seperti wisata kuliner dan kelas memasak, sambil tetap mengedepankan pelestarian kuliner tradisional Bali. Penelitian ini penting karena memberikan wawasan mengenai bagaimana kuliner tradisional tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan berinovasi di tengah era globalisasi yang serba cepat dan penuh tantangan. Selain itu, riset ini juga relevan untuk memahami peran kuliner dalam pelestarian identitas budaya lokal, sekaligus melihat potensi kuliner sebagai sektor ekonomi yang mampu berkontribusi terhadap pembangunan daerah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi yang signifikan dalam memahami strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global, baik dalam konteks budaya, ekonomi, maupun sosial di Kota Singaraja.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Struktural Generatif Pierre Bourdieu

Struktural Generatif adalah sebuah model untuk berpikir dan bertanya. Bourdieu menganalisis, menghitung, dan menggambarkan asal-usul manusia, struktur, dan kelompok sosial. $Habitus \times Kapital = Domain = Praktik$, menurut Bourdieu. Habitus yang dipadukan dengan kapital dalam domain akan mendorong agen-agen dalam domain untuk berhasil atau gagal dalam praktik sosial. Hubungan timbal balik antara struktur (objektif) dan agensi (subjektif) juga akan muncul dari perpaduan tersebut (Wijaya, 2021).

Struktur Generatif Bourdieu dibuat untuk memahami hubungan dialektis (saling mempengaruhi) antara struktur objektif yang ada di ruang sosial dengan subjektif yang ada di dalam pikiran (habitus) para agen. Melalui pemahaman tersebut, kuliner tradisional yang berperan sebagai agen dalam studi ini dicari proses terbentuknya habitus. Apakah kebiasaan memasak atau memilih bahan-bahan tertentu dalam masakan tradisional akan dipengaruhi oleh habitus yang



sudah dibentuk dalam komunitas mereka? Jadi, menurut Bourdieu, habitus terus berubah dan memungkinkan beragam praktik tergantung pada konteks eksternalnya (Wijaya, 2021).

Selain itu, pada awalnya Bagaimana masyarakat Kota Singaraja menghadapi tantangan dalam mempertahankan kuliner tradisional di tengah masuknya makanan cepat saji dan tren kuliner Internasional? Apakah modal yang dimiliki dapat mempertahankan nilai dari kuliner tradisional yang telah berkembang jauh sebelum masuknya makanan cepat saji di Singaraja dalam ranah budaya, struktur sosial, dan simbolik? Lalu faktor apa yang mendorong kuliner tradisional agar dapat berkembang, mendapatkan pengakuan, dan memasuki pasar global yang lebih luas? Apakah dari sosial budaya kuliner tersebut berada? Melalui Struktural Generatif, Bourdieu membangun sebuah pendekatan yang disebut arena persaingan dalam industri kuliner. Pendekatan ini dapat dipakai untuk memosisikan kuliner tradisional ke dalam bidang sosial budaya. Arena di bidang sosial budaya ini menjadi tempat mempertahankan kuliner tradisional di era kuliner global.

Teori Sejarah

Teori sejarah memberikan panduan bagi sejarawan untuk mencapai hasil penulisan sejarah yang bisa menjadi pengetahuan yang disusun dengan cara yang teratur dan sistematis. Ida Bagus Sidemen menyebutkan lima elemen yang terdapat dalam teori sejarah, yaitu pemahaman sejarah, penjelasan mengenai peristiwa di masa lalu, objektivitas dalam kajian sejarah, hubungan sebab-akibat dalam sejarah, dan determinasi dalam konteks sejarah (Sidemen, 1991). Dalam penelitian ini, akan diterapkan teori sejarah yang kedua, yaitu penjelasan sejarah. Penjelasan sejarah merupakan suatu upaya untuk membuat unit sejarah dapat dipahami dengan baik, yang menekankan pada hubungan sebab akibat dan mengabaikan penjelasan lainnya. Ini menunjukkan reduksi atau inti dari ilmu sejarah, yaitu menafsirkan dan memahami serta berkaitan dengan waktu yang meluas dan peristiwa tunggal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan studi lapangan, studi pustaka, dan wawancara. Penelitian ini berlokasi di Kota Singaraja Kabupaten Buleleng Provinsi Bali. Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan, dimulai dari bulan Maret 2025. Data primer penelitian ini berasal dari sumber lapangan seperti gambar dan wawancara informan. Sedangkan data sekunder berasal dari bahan pustaka dan literatur termasuk buku, makalah, jurnal, dan tesis untuk melengkapi data primer.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah buku tulis, buku referensi, pulpen untuk mencatat, laptop untuk mengetik, *handphone* untuk mendokumentasikan dan merekam suara narasumber selama wawancara penelitian berlangsung, dan kendaraan yang digunakan sebagai media transportasi melangsungkan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi Pustaka. Analisis data dilakukan dengan metode heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dasar Pembentukan Habitus

Habitus pelaku usaha kuliner tradisional di era kuliner global tidak lepas dari warisan sosial dan budaya keluarga yang kuat. Sejak kecil, pemilik usaha kuliner tradisional telah terbiasa dengan praktik-praktik memasak dan konsumsi kuliner tradisional khas Bali Utara. Tipat blayag, siobak babi, dan kuliner tradisional khas Singaraja lainnya bukan hanya makanan, melainkan bagian dari identitas keluarga dan komunitas. Menurut Wijaya (2022), habitus terbentuk melalui



proses internalisasi pengalaman masa lalu yang berlangsung terus-menerus, sehingga menghasilkan kecenderungan berpikir dan bertindak yang tidak disadari (Wijaya, 2022).

Di era kuliner global yang telah berkembang di Kota Singaraja menjadikan pelaku usaha kuliner tradisional terus memikirkan cara untuk mempertahankan kuliner asli khas Kota Singaraja. Pengalaman ini kemudian menjadi kerangka berpikir yang menentukan strategi dan keputusan pelaku usaha kuliner misalnya, keputusan untuk mempertahankan resep keluarga dan menggunakan bahan baku lokal adalah bentuk manifestasi dari habitus yang terbentuk sejak kecil. Namun habitus ini tidak kaku. Ia menjadi dasar yang fleksibel untuk menanggapi tantangan baru, seperti tuntutan pasar digital dan selera konsumen (Wijaya, 2022).

Perjumpaan dengan Ranah Kuliner Baru dan Perubahan Habitus

Ranah sosial kuliner kontemporer di Singaraja bukan lagi hanya ruang domestik dan pasar tradisional, tetapi juga media sosial, aplikasi pemesanan daring, serta event-event kuliner bergaya modern. Pelaku usaha kuliner seperti menghadapi ranah baru yang menuntut pemahaman terhadap tren visual, digital marketing, dan pelayanan berbasis pengalaman. Di sinilah terjadi transformasi habitus.

Sebagaimana Bourdieu kemukakan, perubahan struktur ranah akan mendorong agen untuk menyesuaikan strategi agar tetap relevan. Habitus lama yang berakar pada tradisi dipertemukan dengan struktur baru dari medan kuliner modern. Seperti pemilik Umah Ketipat, Warung Emi, dan Siobak Khe Lok yang pada awalnya hanya mengandalkan pengalaman keluarga, mulai mempelajari penggunaan Instagram, plating makanan yang menarik, dan merancang narasi visual tentang "kuliner Bali klasik rasa kekinian" (W.A. Sastrawan, wawancara pribadi, 6 Maret 2025).

Misalnya, pada 2022 Umah Ketipat mulai menggunakan layanan food delivery berbasis aplikasi. Langkah ini tidak hanya strategi bisnis, tetapi juga bukti bahwa habitus pelaku telah beradaptasi dengan struktur medan baru. Transformasi ini memperlihatkan bahwa habitus tidak bersifat tetap, melainkan dapat direproduksi dan dimodifikasi sesuai konteks.

Strategi Pengelolaan Modal sebagai Bagian dari Habitus

Dalam kerangka teori praktik Pierre Bourdieu, modal bukan hanya soal aset ekonomi, tetapi juga mencakup sumber daya simbolik, sosial, dan budaya yang terakumulasi dalam habitus individu dan kolektif. Modal merupakan elemen kunci yang memungkinkan agen bertindak strategis dalam medan sosialnya. Dalam konteks Umah Ketipat, Warung Emi, dan Siobak Khe Lok strategi pengelolaan modal yang dijalankan oleh pemilik dan pengelola tidak bisa dilepaskan dari habitus yang telah terbentuk melalui pengalaman hidup, pendidikan, dan keterlibatan sosial-budaya di lingkungan lokal. Habitus ini menjadi lensa yang menentukan cara pelaku usaha memaknai, mengorganisasi, dan memobilisasi berbagai bentuk modal untuk mempertahankan dan memperkuat posisi mereka dalam ranah kuliner Singaraja (Wijaya, 2022).

Modal ekonomi adalah bentuk modal yang paling nyata, yang mencakup aset finansial, sarana produksi, dan kapasitas investasi. Di Umah Ketipat, modal ekonomi digunakan secara strategis untuk membangun infrastruktur fisik usaha, seperti renovasi ruang makan dengan gaya arsitektur yang lebih modern, pembelian alat-alat dapur modern, serta investasi dalam sistem digital seperti mesin EDC dan sistem pemesanan online. Investasi ini dilakukan secara bertahap, menyesuaikan dengan kemampuan finansial dan respons pasar, yang menunjukkan adanya kalkulasi ekonomi berbasis pengalaman, bukan sekadar berdasarkan teori (W.A. Sastrawan, wawancara pribadi, 6 Maret 2025).

Namun yang menarik adalah bahwa pengelolaan modal ekonomi ini tidak dilakukan dengan logika kapitalisme murni yang hanya berorientasi pada profit semata. Sebaliknya, pemilik kuliner-kuliner tersebut mengintegrasikan nilai-nilai lokal dalam penggunaan modal ekonomi tersebut. Misalnya, dalam memilih bahan baku, mereka tetap membeli dari pasar tradisional dan petani lokal, bukan dari distributor besar yang lebih murah tapi tidak menjamin kualitas atau



keberlanjutan hubungan sosial. Ini menunjukkan bahwa modal ekonomi di Umah Ketipat diorganisasi dalam kerangka habitus yang menghargai relasi sosial dan keberlanjutan lokal (T.Y. An (K. Antara), wawancara pribadi, 8 Maret 2025).

Modal budaya di tempat kuliner tersebut hadir dalam bentuk pengetahuan tentang resep tradisional, teknik memasak khas Bali Utara, pemahaman terhadap nilai-nilai simbolik dalam penyajian makanan, dan sensitivitas terhadap selera konsumen lokal maupun wisatawan. Modal ini diperoleh melalui warisan keluarga, pengalaman praktik sejak kecil, dan proses pendidikan formal maupun nonformal yang dijalani oleh generasi pengelola sekarang.

Pemilik tempat makan kuliner tradisional secara aktif menggunakan modal budaya ini untuk menciptakan diferensiasi dan memperkuat identitas merek. Misalnya, mereka tetap mempertahankan cara memasak tipat blayag yang rumit dan memakan waktu, karena dianggap sebagai “jiwa” dari makanan tersebut. Namun, mereka juga memodifikasi penyajiannya agar lebih menarik dan efisien di hadapan konsumen modern. Di sinilah habitus berperan sebagai mediasi antara tradisi dan inovasi, antara konservasi budaya dan kebutuhan pasar. Modal budaya tidak hanya menjadi alat pelestarian, tetapi juga sumber daya adaptif yang memungkinkan usaha tetap relevan dalam konteks yang berubah.

Modal sosial mengacu pada jejaring dan relasi sosial yang dimiliki oleh individu atau kelompok, yang dapat digunakan untuk mendapatkan dukungan, akses informasi, dan peluang ekonomi. Pemilik tempat makan kuliner tradisional memiliki jaringan yang kuat dengan komunitas lokal, termasuk kelompok pengusaha kuliner, komunitas adat, tokoh masyarakat, dan instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata dan Dinas UMKM.

Modal simbolik adalah bentuk pengakuan, kehormatan, atau legitimasi yang diperoleh dari masyarakat atas nilai yang dimiliki atau ditampilkan oleh seseorang atau institusi. mengelola modal simbolik dengan cara membangun citra sebagai representasi kuliner tradisional Bali Utara yang otentik dan sekaligus modern (N. Sukimi, wawancara pribadi, 6 Maret 2025). Citra ini diperoleh tidak secara instan, tetapi melalui praktik sosial yang konsisten, seperti menjaga kualitas makanan, menampilkan nilai-nilai budaya dalam setiap elemen bisnis, dan menyampaikan narasi yang kuat melalui media sosial dan interaksi pelanggan. Contohnya kuliner tradisional khas Kota Singaraja yaitu tipat blayag memiliki makna simbolis *predana* dan *purusa*, tipat yang bersimbol *predana* (perempuan) dan blayag bersimbol *purusa* (laki-laki) yang menyatu dalam satu wadah tipat blayag, hal ini melambangkan harmoni dan keseimbangan yang terwujud dalam cita rasa dan filosofi hidangan. Bukan hanya tentang rasa, tetapi juga tentang filosofi yang mendasari penciptaan dan penyajian makanan (Anonim, 2017).

Strategi simbolik juga ditunjukkan dengan partisipasi pelaku usaha kuliner tradisional dalam program-program pemerintah dan peliputan media lokal. Penghargaan, testimoni konsumen, dan ulasan positif di platform digital menjadi bagian dari modal simbolik yang memperkuat posisi mereka di ranah kuliner. Dalam praktik sehari-hari, modal simbolik ini dimanifestasikan melalui suasana ruang makan yang nyaman dan estetis, penyambutan pelanggan dengan busana adat, serta penamaan menu dalam bahasa Bali yang disertai kisah asal-usulnya.

Hal yang membuat strategi pengelolaan modal di tempat makan kuliner tradisional menarik adalah bagaimana semua bentuk modal tersebut tidak dijalankan secara terpisah, melainkan terintegrasi dalam kerangka habitus pelaku. Habitus sebagai sistem disposisi yang terbentuk dari pengalaman hidup memungkinkan pelaku usaha kuliner tradisional untuk dengan luwes mengelola dan mengonversi berbagai jenis modal sesuai kebutuhan. Misalnya, penggunaan modal budaya (pengetahuan lokal) untuk meningkatkan modal simbolik (pengakuan dari wisatawan dan komunitas digital), atau pemanfaatan modal sosial (relasi dengan komunitas) untuk memperkuat



modal ekonomi (peningkatan penjualan melalui event komunitas) (L. Sutesmi, wawancara pribadi, 6 Maret 2025).

Dengan cara ini, strategi pengelolaan modal bukan hanya soal teknis material, tetapi menjadi praktik sosial yang dipandu oleh nilai, intuisi budaya, dan refleksi terhadap posisi mereka dalam medan kuliner. Dalam terminologi Bourdieu, inilah bentuk praktik strategis yang muncul dari kombinasi antara habitus dan kondisi objektif medan.

Sudut Pandang Antargenerasi dan Perkembangan Habitus

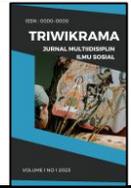
Dalam konteks tempat makan kuliner tradisional, proses pembentukan strategi adaptasi kuliner tradisional tidak hanya lahir dari kehendak satu individu atau hasil keputusan rasional semata, tetapi merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks, termasuk proses sudut pandang antargenerasi dalam keluarga dan komunitas. Sudut Pandang ini menjadi ruang interaksi dan negosiasi antara nilai-nilai tradisional yang dijaga oleh generasi tua dengan aspirasi modern yang dibawa oleh generasi muda. Proses inilah yang disebut Bourdieu sebagai “reproduksi habitus”, yakni proses pewarisan dan sekaligus transformasi disposisi-disposisi sosial dalam lintasan waktu dan ruang yang berubah.

Umah Ketipat, Warung Emi, dan Siobak Khe Lok sebagai usaha keluarga yang berkembang dari warung sederhana menjadi rumah makan yang dikenal luas, menunjukkan dinamika hubungan antargenerasi yang aktif dan produktif. Pendiri tempat makan kuliner tradisional ini, yakni generasi ke-2 yang membawa habitus lama yang dipenuhi oleh nilai-nilai kesederhanaan, spiritualitas, dan loyalitas terhadap tradisi kuliner lokal. Mereka memegang teguh cara memasak yang diwariskan turun-temurun, penggunaan bahan-bahan asli dari pasar tradisional, serta menjaga keaslian rasa dan penyajian yang dianggap sakral. Dalam kerangka Bourdieu, ini merupakan bentuk habitus kolektif tradisional yang telah terinternalisasi sejak kecil melalui pengalaman hidup sehari-hari (Wibowo, 2024).

Dalam logika teori praktik Bourdieu, proses ini menunjukkan bagaimana habitus bukan entitas yang kaku, tetapi terbuka terhadap negosiasi dan reinterpretasi. Generasi muda tidak serta-merta meninggalkan nilai-nilai lama, tetapi mengolahnya menjadi bentuk baru yang tetap mengandung makna asal. Mereka melakukan apa yang disebut sebagai reinterpretasi simbolik, yakni menyampaikan nilai-nilai lama dalam bahasa dan medium yang lebih relevan dengan kondisi kontemporer. Misalnya, resep tipat blayag tetap dipertahankan sesuai ajaran nenek, tetapi disajikan dengan piring putih polos, tambahan garnish, dan deskripsi menu dalam bahasa Inggris agar menarik bagi wisatawan.

Reproduksi habitus di tempat makan kuliner tradisional juga tampak dalam pembagian kerja antargenerasi. Generasi tua lebih banyak terlibat dalam aktivitas dapur, pengawasan mutu rasa, dan relasi dengan pelanggan lama yang sudah mengenal usaha sejak awal. Sementara generasi muda lebih fokus pada promosi digital, pencatatan keuangan, inovasi menu, dan kemitraan dengan platform digital serta komunitas wirausaha muda. Keduanya bekerja dalam semangat kolaboratif yang meskipun kadang penuh ketegangan, namun tetap menghasilkan harmoni karena adanya kesadaran kolektif akan pentingnya kesinambungan usaha (Burhanuddin, 2018).

Lebih jauh lagi, proses pendekatan ini bukan hanya berlangsung di ruang privat keluarga, tetapi juga dalam ruang sosial yang lebih luas. Konsumen sendiri merupakan bagian dari proses reproduksi habitus ini. Misalnya, pelanggan generasi tua cenderung menyukai suasana tradisional dan penyajian otentik, sedangkan generasi muda lebih tertarik pada aspek visual, kemudahan akses digital, dan nilai-nilai keberlanjutan. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner tradisional terus melakukan penyesuaian tanpa harus kehilangan akar identitas. Inilah bentuk praktik adaptif yang berakar dari habitus kolektif yang lentur, reflektif, dan terbuka terhadap dinamika medan sosial yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Reproduksi habitus di tempat makan kuliner tradisional menunjukkan bagaimana adaptasi tidak berarti meninggalkan tradisi, tetapi justru memperpanjang usia tradisi melalui strategi yang lebih kontekstual. Generasi muda bertindak sebagai mediator simbolik yang menghubungkan warisan kuliner dengan realitas sosial yang terus berubah. Mereka tidak mematahkan kesinambungan nilai, tetapi membentuk kembali praktik-praktik lama dalam cara baru yang bisa diterima pasar. Dalam hal ini, adaptasi adalah bentuk aktualisasi habitus yang terus berevolusi dan mengukuhkan posisinya dalam medan kuliner lokal (Purba, 2020).

Dengan demikian, pendekatan antargenerasi di tempat makan kuliner tradisional merupakan proses penting dalam reproduksi habitus adaptif yang menjadi fondasi dari strategi kuliner mereka. Melalui pertemuan nilai-nilai lama dan wawasan baru, lahirlah praktik sosial yang tidak hanya menjaga otentisitas, tetapi juga memungkinkan transformasi yang berkelanjutan dan bermakna.

Media Digital dan Representasi Diri sebagai Bagian dari Habitus

Dalam konteks masyarakat kontemporer yang semakin terdigitalisasi, media digital tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi atau promosi usaha, tetapi juga telah menjadi ruang sosial tempat terjadinya konstruksi identitas, pembentukan citra, dan produksi makna. Dalam teori praktik Pierre Bourdieu, representasi diri bukan hanya sekadar ekspresi bebas individu, melainkan merupakan hasil dari habitus yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan struktur medan yang dihadapi. Dengan kata lain, bagaimana seseorang menampilkan dirinya di ruang publik digital merupakan refleksi dari disposisi-disposisi sosial yang telah melekat dalam dirinya (Wijaya, 2022).

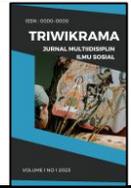
Pada tempat makan kuliner tradisional tersebut, media digital terutama Instagram, TikTok, dan Google Maps digunakan secara strategis sebagai perpanjangan dari ruang fisik usaha mereka. Platform digital tidak hanya menjadi saluran pemasaran, tetapi juga menjadi tempat di mana kuliner tradisional agar membangun dan mengartikulasikan representasi dirinya sebagai pelaku kuliner tradisional yang modern, otentik, dan relevan dengan selera generasi muda.

Pemanfaatan media digital oleh pelaku usaha kuliner tradisional tidak muncul secara tiba-tiba. Ia merupakan perwujudan dari habitus pengelola usaha yang terbentuk melalui keterpaparan pada dunia teknologi, pendidikan modern, dan pengalaman konsumsi visual melalui media sosial. Pemilik yang kini memimpin operasional usahanya memahami bahwa dalam era perhatian ekonomi keberhasilan suatu usaha kuliner tidak cukup hanya dengan menawarkan rasa yang enak, tetapi juga pengalaman visual, narasi yang kuat, dan kemampuan membangun koneksi emosional dengan konsumen secara daring.

Representasi di media sosial dibentuk melalui narasi-narasi yang konsisten dan estetik: unggahan foto makanan dengan plating modern namun berbasis menu tradisional, caption yang menjelaskan asal-usul kuliner Bali Utara seperti tipat belayag, serta konten video pendek yang menampilkan proses memasak, interaksi dengan pelanggan, hingga kegiatan di balik layar dapur. Semua ini adalah bentuk praktik simbolik yang tidak bisa dilepaskan dari habitus digital para pengelolanya yang telah memahami bahwa konsumen masa kini tidak hanya membeli produk, tetapi juga nilai, cerita, dan pengalaman.

Dalam konteks Bourdieu, praktik ini mencerminkan bagaimana modal budaya yang dimiliki pelaku (dalam bentuk pengetahuan tentang sejarah makanan, kemampuan naratif, serta estetika visual) dikonversi menjadi modal simbolik melalui media digital. Ulasan positif di Google, testimoni konsumen di Instagram, dan fitur lokasi yang mudah diakses melalui Maps bukan hanya menjadi bukti pelayanan, tetapi juga memperkuat legitimasi kultural sebagai rumah makan yang dipercaya, dihargai, dan dicintai.

Media digital juga menjadi medan kontestasi di mana usaha kuliner tradisional bersaing dengan banyak aktor lain mulai dari waralaba makanan nasional seperti mie gacoan, kober mie



setan, global seperti mcdonald's, KFC, Richeese Factory dan pelaku UMKM lokal yang lebih muda. Di sinilah pentingnya representasi diri yang kuat dan konsisten. Tempat makan kuliner tradisional tersebut menyadari bahwa mereka harus tampil tidak hanya sebagai rumah makan yang "enak", tetapi juga sebagai simbol dari perpaduan antara warisan budaya dan profesionalisme modern (Pohan, 2024).

Pemanfaatan media digital juga memungkinkan untuk menjangkau konsumen yang berada di luar Singaraja, termasuk wisatawan yang mencari rekomendasi tempat makan tradisional sebelum berkunjung. Dengan memperkuat kehadiran daring dan menyesuaikan gaya komunikasi dengan selera pasar digital (misalnya penggunaan bahasa yang santai namun informatif, emoji yang relevan, dan penggunaan *hashtag* populer seperti #kulinerbali atau #makanantradisional), agar berhasil menanamkan kesan sebagai brand lokal yang progresif, fleksibel, namun tetap memegang nilai budaya.

Namun yang paling penting adalah bahwa praktik representasi diri melalui media digital tidak semata-mata ditentukan oleh logika pasar, melainkan oleh disposisi internal pelaku yaitu habitus mereka. Habitus yang terbentuk dari nilai kekeluargaan, semangat melestarikan budaya, dan kesadaran akan pentingnya komunikasi simbolik membuat mereka mampu menghadirkan narasi yang tidak artifisial.

Dengan demikian, media digital bukan hanya alat bantu promosi, tetapi telah menjadi ruang praktis kultural di mana identitas, nilai, dan posisi sosial dipertarungkan dan dinegosiasikan. Proses ini menunjukkan bahwa dalam era digital, representasi diri adalah bagian dari habitus yang tidak hadir secara spontan, tetapi sebagai hasil dari pengalaman sosial, pembentukan modal, dan kalkulasi strategis dalam medan sosial yang dinamis.

Konteks Lokal Singaraja dan Tantangan Globalisasi

Singaraja sebagai kota budaya memiliki karakter masyarakat yang relatif konservatif tetapi terbuka terhadap inovasi. Hal ini menciptakan ranah sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antara nilai lama dan baru. Pelaku usaha kuliner tradisional memanfaatkan hal ini dengan merancang strategi yang tetap memperhatikan nilai adat lokal, namun dikemas dalam bentuk yang menarik bagi konsumen modern dan wisatawan. Penggunaan bahasa Bali pada penamaan menu, dekorasi tradisional, serta penyediaan opsi pembayaran digital adalah contoh konkrit bagaimana habitus tempat makan kuliner tradisional berakar pada nilai lokal tetapi tanggap terhadap globalisasi. Robertson menyebut fenomena ini sebagai glokalisasi-adaptasi budaya lokal dengan konteks global (Robertson, 1995).

Proses terbentuknya habitus strategi adaptasi di tempat makan kuliner tradisional seperti Umah Ketipat, Warung Emi, dan Siobak Khe Lok adalah contoh konkret dari bagaimana warisan sosial dan budaya dapat dimodifikasi untuk menjawab tuntutan ranah kontemporer. Dengan memanfaatkan modal, mereproduksi praktik lama dalam bentuk baru, serta memanfaatkan media digital sebagai ruang representasi yang berhasil menciptakan habitus adaptif yang fleksibel namun berakar kuat.

Dengan demikian, bukan hanya sekedar tempat makan, tetapi juga arena produksi budaya, identitas sosial, dan strategi simbolik. Dalam konteks teori Bourdieu, praktik tempat makan kuliner tradisional merupakan bukti bahwa habitus adalah medan kemungkinan-ia dibentuk, dibentuk ulang, dan terus dinegosiasikan seiring waktu.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil dari pembahasan dengan menggunakan pendekatan sejarah poststrukturalisme terlihat selaras dengan simpulan sementara yang disebutkan dalam latar belakang penelitian. Walaupun



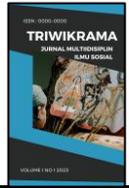
demikian, setelah melalui proses analisis sedemikian rupa, pada akhirnya penulisan dalam studi strategi adaptasi kuliner tradisional di era kuliner global ini telah sampai pada sebuah simpulan tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa habitus pelaku usaha kuliner tradisional di Singaraja bukanlah entitas statis, melainkan dinamis dan adaptif. Melalui dialektika antara warisan masa lalu, tantangan masa kini, danantisipasi masa depan, habitus ini memungkinkan mereka untuk secara strategis mengelola berbagai bentuk modal, menavigasi dinamika antargenerasi, dan memanfaatkan media digital. Praktik-praktik ini membuktikan bahwa adaptasi tidak berarti meninggalkan tradisi, melainkan memperpanjang usianya melalui reinterpretasi dan aktualisasi yang relevan dengan konteks global. Dengan demikian, tempat makan kuliner tradisional di Singaraja bukan hanya sekadar penyedia makanan, tetapi juga arena produksi budaya, identitas sosial, dan strategi simbolik yang terus berevolusi dan mengukuhkan posisinya dalam medan kuliner lokal.

Saran

- a. Disarankan agar pemerintah daerah dan lembaga terkait mengembangkan program pelatihan bagi pelaku usaha kuliner tradisional. Pelatihan ini dapat mencakup aspek pemasaran digital, manajemen usaha, dan inovasi produk, sehingga pelaku usaha dapat lebih siap menghadapi tantangan di era globalisasi. Program ini juga dapat mencakup pelatihan tentang pelestarian resep dan teknik memasak tradisional, untuk memastikan bahwa warisan budaya tetap terjaga sambil beradaptasi dengan kebutuhan pasar.
- b. Diperlukan peningkatan kerjasama antara pelaku usaha kuliner dan komunitas lokal untuk menciptakan sinergi dalam pengembangan produk. Kolaborasi ini dapat meliputi penggunaan bahan baku lokal, promosi bersama, dan penyelenggaraan acara kuliner yang menonjolkan kekayaan budaya daerah.
- c. Pelaku usaha kuliner disarankan untuk terus memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi sebagai alat pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Penggunaan platform digital yang kreatif dapat membantu dalam membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memperhatikan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah, sehingga dapat melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
- d. Dengan menerapkan teori Bourdieu dalam studi ini menunjukkan bahwa sebuah penelitian sejarah memang tidak semestinya hanya untuk kepentingan masa lampau melainkan juga masa kini. Dengan demikian, diharapkan generasi sekarang alangkah baiknya untuk akan sadar bahwa pada dasarnya manusia tidak digerakkan oleh nilai dan norma yang dianutnya tetapi hanya berkompromi dengan wacana yang dikembangkan oleh orang-orang yang mempunyai kuasa dalam berbicara.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2017). *Tipat Blayag*. Perpustakaan Digital Budaya Indonesia. <https://budaya-indonesia.org/Tipat-Blayag>
- Ardana, I. G. A. N. (2017). Penyajian Kuliner Bali dalam Industri Pariwisata. *Jurnal Pariwisata Bali*, 8(2), 34.
- Ardana, I. G. A. N. (2021). Adaptasi Kuliner Bali dengan Mengutamakan Bahan Lokal dan Keberlanjutan di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Lingkungan Dan Pariwisata*, 14(1), 16-18.
- Ardana, I. G. A. N. (2023). Pemasaran Kuliner Bali di Era Digital Pasca-COVID-19. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 13(2), 40-42.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* (Harvard University Press, 1984), Hlm. 169. Harvard University Press.



- Burhanuddin, N. H. (2018). *Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Jaya, A. H. (2024). *Sejarah Masakan Indonesia*. Scribd. <https://id.scribd.com/doc/194555749/Sejarah-Masakan-Indonesia>
- Nisa, U. (2021). *Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Dalam Perspektif Marketing Syariah*. Institut Agama Islam Negeri.
- Nurti, Y. (2017). Kajian Makanan dalam Perspektif Antropologi. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 19.
- Pohan, M. (2024). Tantangan Wirausaha Penjual Kuliner Tradisional di Tengah Popularitas Makanan Modern Era Globalisasi Saat Ini. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akutansi, Dan Pajak*, 2(4).
- Pokrud, K. (2023). *Indonesia: A Diverse Culinary Story*. Elite Magazine. <https://www.eliteplusmagazine.com/Article/detail/727>
- Purba, J. L. (2020). *Kuliner Khas Jawa Tengah dan Jawa Timur Sebagai Identitas di Denpasar 1990-2018*. Universitas Udayana.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In *Global modernities* (p. 127).
- Salam, N. (2022). *Buku Wisata Kuliner*. Insan Cendekia Mandiri.
- Sari, N. P. (2012). *Kuliner Tradisional Bali: Potensi dan Tantangannya dalam Globalisasi*. Pustaka Saraswati.
- Sidemen, I. B. (1991). *Lima Masalah Pokok dalam Teori Sejarah*. Widya Pustaka.
- Subrata, D. M. (2021). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Kuliner Bali di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kuliner*, 12(3), 56.
- Sudiarta, I. N. (2019). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Kuliner Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(3).
- Sudiarta, I. N. (2021). Adaptasi Bisnis Kuliner Bali di Masa Pandemi COVID-19: Kasus di Singaraja. *Jurnal Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, 15(2).
- Sudiarta, I. N. (2023). Pengembangan Wisata Kuliner Bali dalam Era Pascapandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata Bali*, 15(3), 33-34.
- Sujana, I. M. (2021). Pengembangan Wisata Kuliner Virtual Bali di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Pariwisata Digital*, 9(3), 33.
- Supriyasa, W. (2018). Globalisasi Kuliner dan Dampaknya Terhadap Industri Makanan Lokal di Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 21-22.
- Wibowo, R. A. (2024). Kuliner Tradisional Nusantara Sebagai Bentuk Adaptasi Budaya Pada Channel Youtube Shanti di China. *Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(4).
- Wijaya, I. N. (2021). Bagaimana Mahasiswa Sejarah S-1 Mengambil Manfaat dari Cultural Studies? In *Benang Merah Revolusi dan Historiografi Kekinian: Persembahan Purna Tugas Prof. Dr. A.A. Bagus Wirawan S.U.* Pustaka Larasan.
- Wijaya, I. N. (2022). *Sejarah Perusahaan dalam Kajian Biografi Bourdieusian: Keterpinggiran Orang Bali di Sektor Informal*. Universitas Udayana.