

PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI BANTEN YANG BERSUMBER DARI WARISAN BUDAYA PADA SATE BANDENG

Agus Rustamana¹, Siti Kayla Havilah Zakaria², Desi Jumaiah³, Rafid Hasan Nayottama⁴, Nabila Alifya Annisa⁵, Nabila Nurmavieni⁶, Etnika Michaellea Widyadhana⁷

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

E-mail: *agus.rustamana@untirta.ac.id¹, 2223250012@students.untirta.ac.id²,
2223250019@students.untirta.ac.id³, 2223250086@students.untirta.ac.id⁴,
2223250105@students.untirta.ac.id⁵, 2223250207@students.untirta.ac.id⁶,
2223250212@students.untirta.ac.id⁷

ABSTRAK

Tujuannya dibuat jurnal ini adalah untuk menganalisis seberapa besar peminat konsumen pada sate bandeng. Di era baru ini, sate bandeng memiliki berbagai tantangan dari sebuah produk budaya, bagaimana caranya dari sekedar simbol budaya menjadi suatu produk ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk memahami secara mendalam fenomena pengembangan Sate Bandeng sebagai ekonomi kreatif. pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. hasil wawancara langsung dengan responden dan observasi lapangan, ditemukan bahwa perkembangan sate bandeng sebagai produk ekonomi kreatif menunjukkan pola pertumbuhan yang tidak linear. Pola ini terdiri dari tiga fase utama, yaitu: ekspansi, kontraksi, pemulihan dan transformasi. Dari berbagai aspek tantangan yang dihadapi, bahwa kami menyarankan untuk para pengusaha sate bandeng agar lebih aktif dalam mempromosikan produk ekonomi kreatif agar lebih dikenal secara luas dengan bantuan perantara dari pemerintah. Bukan hanya kepada masyarakat setempat tetapi juga kepada para wisatawan agar simbol budaya yang kini menjadi sumber ekonomi lebih dikenal semua kalangan.

Kata kunci

Ekonomi kreatif, sate Bandeng, konsumen, produk ekonomi

ABSTRACT

The purpose of this journal is to analyze the level of consumer interest in milkfish satay. In this new era, milkfish satay faces various challenges as a cultural product, namely how to transform it from a mere cultural symbol into an economic product. This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. The qualitative approach was chosen because it is in accordance with the research objective to deeply understand the phenomenon of the development of milkfish satay as a creative economy. Data collection was carried out through interviews. The results of direct interviews with respondents and field observations found that the development of milkfish satay as a creative economy product shows a non-linear growth pattern. This pattern consists of three main phases, namely: expansion, contraction, recovery, and transformation. From the various aspects of the challenges faced, we suggest that bandeng satay entrepreneurs be more active in promoting creative economy products so that they are more widely recognized with the assistance of government intermediaries. Not only to the local community but also to tourists so that the cultural symbol, which has now become an economic source, is better known to everyone

Keywords

Creative economy, milkfish satay, consumers, economic products

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang perhatiannya tidak terbatas pada penciptaan nilai ekonomi semata, tetapi juga menitikberatkan pada pemanfaatan kekayaan intelektual, kreativitas, dan warisan budaya sebagai modal utamanya. Sektor ini diakui sebagai pendorong penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pelestarian identitas budaya. Di Indonesia, khususnya di Provinsi Banten yang memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang melimpah, potensi pengembangan ekonomi kreatif sangat besar, terutama yang bersumber dari warisan kuliner tradisionalnya. Salah satu warisan kuliner yang paling ikonik dan sarat nilai budaya dari Banten adalah Sate Bandeng. Hidangan ini bukan sekadar makanan, melainkan sebuah simbol dengan akar sejarah dan budaya yang dalam. Proses pembuatannya yang rumit dan memerlukan keahlian khusus menjadikannya sebuah kerajinan kuliner yang unik dan kreatif. Keberadaannya dalam berbagai acara penting semakin mempertegas posisinya sebagai bagian dari *Intangible Cultural Heritage* (warisan budaya takbenda) Banten.

Namun, Sate Bandeng menghadapi tantangan klasik dari sebuah produk warisan budaya. Selama ini, Sate Bandeng seringkali hanya ditemui dalam konteks tradisional dan pariwisata tertentu, dengan jangkauan pasar yang terbatas. Minimnya inovasi menyebabkan produk ini kurang dikenal oleh generasi muda dan konsumen nasional secara lebih luas. Padahal, dalam perspektif ekonomi kreatif, warisan budaya seperti Sate Bandeng dapat ditingkatkan nilainya melalui proses rekonstruksi budaya. Proses ini, yang sering melibatkan komodifikasi budaya, dapat menjadi alat pelestarian dengan memberikan nilai ekonomi yang membuatnya relevan bagi generasi sekarang, dengan catatan menjaga keseimbangan antara komersialisasi dan autentisitas.

Peluang pengembangan Sate Bandeng sebagai penggerak ekonomi kreatif di Banten sangat terbuka lebar. Dukungan pemerintah serta tren masyarakat modern yang mulai mengapresiasi produk-produk autentik, lokal, dan bercerita (storytelling) merupakan pasar potensial. Sate Bandeng memiliki nilai lebih dari sekadar rasa; ia membawa cerita budaya tentang kreativitas dan adaptasi masyarakat pesisir Banten, serta merefleksikan kearifan lokal dalam mengolah tantangan (seperti duri ikan bandeng) menjadi sebuah mahakarya kuliner. Nilai simbolis dan narasi budaya inilah yang dapat menjadi daya tarik utama, mengubah hidangan tradisional menjadi produk dengan daya saing tinggi di pasar ekonomi kreatif, sejalan dengan tren konsumen yang mencari kepuasan secara emosional dan intelektual.

Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Perkembangan Ekonomi Kreatif di Banten yang Bersumber dari Warisan Budaya Sate Bandeng” menjadi urgent untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Sate Bandeng, sebagai warisan budaya, dapat dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif yang unggul. Selain itu, penelitian ini akan menganalisis faktor pendorong dan penghambat dalam proses tersebut, serta merumuskan strategi yang efektif—seperti penerapan marketing mix 7P dan pendekatan *experience economy*—untuk memberdayakan pelaku usaha dan melestarikan warisan budaya melalui pendekatan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan demikian, diharapkan Sate Bandeng tidak hanya lestari sebagai simbol budaya, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi yang nyata bagi masyarakat Banten.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk memahami secara mendalam fenomena pengembangan Sate Bandeng sebagai ekonomi kreatif dalam konteks alamiahnya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi perkembangan, faktor-faktor yang mempengaruhi. Penelitian ini dilakukan di No. 63 Kaujon Tengah, Jl. Ki Uju, Serang, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42116, Indonesia. Sumber data berasal dari hasil wawancara dan observasi pada pelaku usaha (data primer) dan diperoleh diperoleh melalui studi kepustakaan, referensi, dokumen dan observasi yang diperoleh dari lokasi penelitian (data sekunder). Teknik yang digunakan adalah Purposive Sampling (Penarikan Sampel Bertujuan). Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi dari sumber yang paling ahli dan memahami inti permasalahan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling (Penarikan Sampel Bertujuan). Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi dari sumber yang paling ahli dan memahami inti permasalahan. Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan beberapa instrumen pendukung : Pedoman Wawancara, panduan observasi, kamera dan alat perekam.

2.1 Teknik analisis data

Data yang telah terkumpul dari wawancara, observasi, dan studi dokumen dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman : Pertama reduksi data, data mentah diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan. Selanjutnya diteruskan dengan penyajian data, data yang telah direduksi, disajikan dalam bentuk yang terstruktur dan mudah dipahami. Terakhir penarikan kesimpulan/verifikasi, data yang telah disajikan, mulai diidentifikasi pola dan hubungannya antar data, lalu memverifikasi kesimpulan awal dengan evidence di lapangan untuk memastikan keakuratannya.

2.2 Pemeriksaan keabsahan data

Dalam penelitian kualitatif, hal ini dilakukan melalui member check, keterlibatan yang lama di lapangan, dan discussion dengan rekan kelompok. Member check bertujuan untuk memastikan bahwa pemahaman dan penafsiran peneliti sesuai dengan yang dimaksudkan oleh informan. Keterlibatan yang lama di lapangan bertujuan untuk lebih memahami konteks budaya, membangun hubungan saling percaya dengan informan, dan mengamati secara lebih mendalam. dan discussion dengan rekan kelompok bertujuan untuk mengkaji pemahaman, interpretasi, dan kesimpulan yang telah dibuat. Umpan balik dari pihak lain digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki temuan penelitian.

Kerangka pemikiran :

- a. Diawali dengan dengan identifikasi potensi Sate Bandeng.
- b. Dilanjutkan analisis melalui pendekatan Rantai Nilai dan identifikasi faktor pendorong dan penghambat.

Target : Mengoptimalkan Sate Bandeng sebagai produk ekonomi kreatif berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Profil Lokasi dan Karakteristik Responden
- b. Dinamika Perkembangan Sate Bandeng sebagai Produk Ekonomi Kreatif



Pertumbuhan Produsen Sate Bandeng dari tahun 2015-2023 telah mengalami 3 fase. Dimulai dari fase ekspansif (2015-2019), disini terjadi peningkatan jumlah produsen rata-rata 15% per tahun. Dengan jangkauan distribusi hingga luar provinsi. Selanjutnya fase kontraksi (2020-2021), disini terjadi penurunan volume penjualan mencapai 60%-70% karena COVID-19. Dengan rata-rata waktu pemulihan 18-24 bulan dengan adaptasi strategi bertahan. Terakhir terjadi fase pemulihan dan transformasi (2022-2023), disini terjadi pemulihan dengan pertumbuhan rata-rata 5-7% per kuartal, didorong oleh meningkatnya permintaan dari sektor pariwisata dan kesadaran akan kuliner lokal. Transformasi digital juga mulai diterapkan dengan 45% pelaku usaha mengadopsi pemasaran digital.

3.1 Analisis Faktor Pendorong dan Penghambat

- a. Faktor Pendorong Utama

Faktor pendorong utama pada kuliner tradisional Sate Bandeng ada pada dukungan pemerintah daerah dan daya dorong digital. Dibuktikan dengan 87% pelaku usaha merasa terbantu dengan kemudahan perizinan dasar. dan dinas pariwisata juga aktif mempromosikan Sate Bandeng di berbagai event kuliner nasional. Setelah itu, sebutan sate bandeng meningkat 300% setelah pandemi karena promosi gratis yang dilakukan konsumen di media sosial seperti TikTok.

- b. Faktor Penghambat Utama

Terdapat 4 faktor penghambat utama dalam pertumbuhan Sate Bandeng. Pertama ada dampak pandemi berkepanjangan yang menyebabkan penurunan omzet rata-rata 30% dibanding periode pre-pandemi. Dan 80% pelaku usaha masih merasakan efeknya. Kedua ada tantangan berinovasi, pelanggan ingin merasakan rasa autentik dari Sate Bandeng sehingga sulit untuk berinovasi pada resep Sate Bandeng. Ketiga kurang pengetahuannya generasi muda, hanya 20% generasi muda yang mengetahui bahwa Sate Bandeng adalah kuliner khas Banten. Terakhir ada regulasi yang rumit, sebagian besar pelaku usaha diketahui belum mengurus Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) karena prosesnya yang panjang (6-8 bulan) dan biayanya yang dinilai terlalu tinggi untuk skala UMKM.

3.2 Strategi Pengembangan dan Rencana Ke Depan

Strategi mencakup menjaga kualitas dengan mempertahankannya rasa autentik, pemasaran melalui edukasi dengan cara mengunjungi sekolah dan universitas untuk melakukan demo masak interaktif dan cerita budaya. Melakukan kolaborasi dengan supplier lainnya dengan cara membuat asosiasi agar dapat saling membantu. Terakhir rencana ekspansi masa depan, rencananya adalah membuka rumah khusus. Namun,

terhambat karena tidak ada modal sehingga dibuka dengan konsep kedai kopi agar dapat menarik minat generasi muda.

3.3 Pembahasan Komprehensif: Integrasi Teori dan Empiri

Penelitian ini menunjukkan bahwa Sate Bandeng berhasil dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif yang seimbang, di mana nilai jual tidak mengorbankan nilai budayanya. Kosumen dapat mendapat pengalaman dari cara memasaknya yang unik, walau masih bisa ditingkatkan lagi pada aspek "pengalaman" ini.

Kunci keberhasilan selama ini terletak pada pendekatan "tradisi dan inovatif". Inovasi difokuskan pada kemasan, distribusi, dan pemasaran, sementara cita rasa tetap sama untuk menjaga keasliannya.

Untuk mendukung hal ini, hal yang harus ditingkat oleh pemerintah daerah dari segi pengembangan adalah dengan mempermudah proses perizinan HAKI, memberikan akses ke skema pembiayaan khusus untuk produk budaya, memasukkan Sate Bandeng ke dalam kurikulum pendidikan lokal dan mengembangkan kawasan wisata kuliner yang terpadu.

Didukung juga dengan rencana strategi pengembangan dari tahun 2024-2029 dengan menjaga cita rasa asli dengan inovasi pada kemasan, go digital dan gencarkan edukasi, dan perkuat asosiasi dan urus HAKI bersama serta buat kebijakan terpadu untuk kuliner warisan. Dengan ini, Sate Bandeng berpotensi tidak hanya sekadar menjadi makanan, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi kreatif berbasis budaya yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian wawancara dan observasi pada perkembangan ekonomi kreatif di Banten yang bersumber dari warisan budaya Sate Bandeng ditemukan bahwa,

- a. Perkembangan Sate Bandeng sebagai produk ekonomi kreatif menunjukkan pola pertumbuhan yang terdiri dari tiga fase utama, yaitu: ekspansi, kontraksi, pemulihan dan transformasi.
- b. Faktor pendorong utama dalam pengembangan sate bandeng meliputi dukungan institusional, digital momentum, dan nilai budaya tersistemisasi. Di sisi lain, faktor penghambat mencakup dampak pandemi berkepanjangan, inovasi vs tradisi dilemma, generational gap, dan regulasi kompleks.
- c. Pentingnya dukungan kebijakan pemerintah daerah dan pendampingan usaha agar produk-produk berbasis warisan budaya dapat berkembang secara berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Dengan demikian, sate bandeng tidak hanya berfungsi sebagai warisan kuliner, tetapi juga sebagai simbol dinamika ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Banten Life. (2022, November 24). *Ekonomi kreatif investasi Banten jadi pilar masa depan yang kian menjanjikan*. <https://bantenlife.com/ekonomi-kreatif-investasi-banten-jadi-pilar-masa-depan-yang-kian-menjanjikan/>
- Fahmi, F. Z., & Koster, S. (2017). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 8(2), 97-114. <https://journal.unisa-bandung.ac.id/index.php/jekraf/article/view/397>

- Kampung Literasi Untirta. (n.d.). *Jadikan Serang sebagai kota kreatif, yuk!*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Retrieved June 5, 2024, from <https://kampungliterasi.untirta.ac.id/konten/baca-konten/jadikan-serang-sebagai-kota-kreatif-yuk>
- Mardiana, R., & Taufik, M. (2022). Analysis of the development strategy of the creative economy in the city of Semarang. *RIPTEK: Jurnal Ilmiah Pengembangan Teknologi*, 16(2), 121-132. <https://ripteck.semarangkota.go.id/index.php/ripteck/article/view/124>
- Putra, A. S., & Waridin, W. (2021). Creative economy as a new engine for national economic growth. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 45-60. <https://journal.unisa-bandung.ac.id/index.php/jekraf/article/view/397>
- Saragih, H. P., Pradana, D. A., & Setyawan, D. (2021). The role of the creative economy in encouraging sustainable economic development. *Manifesto: Journal of Public Policy and Development*, 2(1), 1-15. <https://manifestobrawijaya.ub.ac.id/index.php/manifesto/article/view/22>
- United Nations. (2023). *World economic situation and prospects 2023*. Department of Economic and Social Affairs. <https://desapublications.un.org/publications/world-economic-situation-and-prospects-2023>