

MENULIS ESAI SMA

SMA Kelas 11

“Mengukur Potensi Industri Kreatif dalam Kemajuan Sektor Ekonomi Negeri dengan Kuliner Autentik Indonesia Sebagai Senjata Utama”

Karya: Muhammad Rifky Ramadhan

SMA Mega Islamic Boarding School

OSEBI 2024

## MENULIS ESAI

Mengukur Potensi Industri Kreatif dalam Kemajuan Sektor Ekonomi Negeri  
dengan Kuliner Autentik Indonesia Sebagai Senjata Utama  
Karya: Muhammad Rifky Ramadhan

Keberagaman. Suatu hal yang tentunya sudah sangat familiar bagi semua orang, terutama masyarakat Indonesia. Mulai dari agama, ras, hingga suku daerah, semua itu merupakan bukti nyata keberagaman yang tak terpisahkan dalam kultur masyarakat Indonesia. Namun, suatu hal yang harus kita sadari bersama bahwa keberagaman diciptakan bukan untuk ditentang atau diperdebatkan, melainkan justru untuk dimanfaatkan dengan tujuan mencapai persatuan dan kesatuan sebagai kunci kemajuan bangsa.

Antara dan Yogantari (2018) menyatakan bahwa Indonesia adalah sebuah negara kepulauan di Asia Tenggara yang memiliki sekitar 17.504 pulau. Sekitar 6.000 di antaranya tidak berpenghuni, yang menyebar di sekitar khatulistiwa. Dengan tersebarnya wilayah Indonesia yang berbentuk kepulauan inilah yang menyebabkan adanya keberagaman baik itu dari sisi sosial maupun budaya.

Apabila diteliti lebih dalam, maka terdapat sejumlah indikator keberagaman yang melekat dalam tatanan sosial budaya masyarakat Indonesia. Mulai dari mata pencaharian, cara berpakaian, tutur bahasa, hingga kuliner sekalipun. Sayangnya, banyak orang tidak menyadari bahwa keberagaman yang tersebar luas di Indonesia besar sekali peluangnya untuk dimanfaatkan menjadi sebuah *income* tersendiri bagi masyarakat.

Bagaimana tidak? Di era industri 5.0 saat ini, peluang sekecil apa pun dapat dimanfaatkan menjadi suatu penghasilan fantastis apabila kita cermat dan jeli dalam memperhatikan dan menganalisisnya. Tentunya dengan memaksimalkan teknologi yang kini telah tersebar di manapun dan dapat

digunakan kapanpun itu. Warga Indonesia sendiri seharusnya bisa melihat potensi tersebut dengan persepsi yang terkesan unik dan berbeda.

Kuliner. Apa sebenarnya yang menarik dari satu kata ini? Bisnis kuliner sudah banyak berperan dalam indikator kinerja UMKM dalam negeri. Bahkan Rosyda (2023) menempatkan bisnis warung nasi yang tak lain merupakan bisnis di bidang kuliner sebagai sebuah ide usaha yang paling menguntungkan di masa ini. Namun, justru inilah dasar yang akan kita manfaatkan sebagai langkah awal untuk menciptakan sebuah inovasi baru di kemudian hari.

Setelah membahas tentang keberagaman dan kuliner, ternyata dapat kita simpulkan bahwa kedua kata ini memiliki hubungan yang erat. Cukup didefinisikan dengan contoh simpel seperti empek-empek dari Palembang, papeda dari Papua, gudeg dari Jogja, dan lain-lain. Semua itu adalah bukti bahwa kuliner Indonesiapun berasal dari daerah yang beragam. Sama halnya dengan sebuah makanan khas yang nikmat, membangun bisnis di bidang ini juga membutuhkan suatu ‘resep’ yang efektif, efisien, serta terorganisir dengan baik.

Apabila kita benar-benar melihat dari sudut pandang bisnis, maka kita dapat beranggapan bahwa keunikan dan ciri khas suatu produk akan menjadi kunci penting dalam keberhasilan suatu usaha. Dengan berpedoman pada prinsip ini, maka kita bisa memulainya dengan menjual dan mempromosikan produk kita ke suatu tempat atau daerah tertentu yang hampir atau sama sekali belum pernah merasakannya. Dalam konteks ini, kuliner adalah produk yang akan kita gunakan.

Penerapan yang dilakukan sebenarnya sederhana saja. Misalkan saya adalah orang Madura asli. Saya memutuskan untuk berbisnis di bidang kuliner dengan mengandalkan salah satu makanan khas daerah saya yakni Sate Ayam Madura sebagai produk utama. Secara logika, berjualan Sate Ayam Madura justru di Kota Maduranya sendiri adalah suatu *mindset* atau pola pikir bisnis yang salah. Bagaimana tidak? Penduduk yang mayoritasnya adalah orang asli Madura, sebagian besar pasti sudah sangat mengenal makanan khas mereka, apalagi jika

mereka sudah memiliki resep dan selera favorit masing-masing. Hal ini akan menjadi suatu hambatan besar bagi saya dalam menjalankan usaha. Maka solusi dan ide kreatif yang sebaiknya saya implementasikan yaitu mencoba mempromosikan Sate Ayam Madura ke suatu daerah yang kira-kira belum terjangkau oleh produk yang satu ini, misalkan Kalimantan bagian utara atau Indonesia bagian timur.

Mungkin saya akan menyadari bahwa hal itu terkesan berat bagi saya karena mau tidak mau, saya harus meninggalkan kampung halaman untuk bisa memulai usaha yang telah saya rencanakan. Namun, bukan bisnis namanya kalau tanpa pengorbanan. Inilah konsep sederhana yang mungkin terdengar sepele bagi kebanyakan orang tetapi sebenarnya tidak boleh diabaikan. Itulah sekilas gambaran umum tentang bagaimana kita semestinya menjalankan usaha di bidang kuliner.

Di masa sekarang, kuliner Indonesia sudah marak tersebar hampir di seluruh penjuru nusantara. Soto Semarang yang eksis di Kalimantan Timur, lalu Coto Makassar yang eksis di Jakarta, dan masih banyak lagi makanan khas suatu daerah yang seakan sudah *punya nama* di tempat lain. Orang Jawa tidak perlu jauh-jauh ke Sumatera Barat untuk mencicipi kenikmatan dan citra rasa khas dari rendang. Tentu saja, kemajuan zaman akan selalu mendorong masyarakat untuk terus melakukan inovasi, mencari ide kreatif untuk kemudian diimplementasikan dalam membangun usaha mereka.

Jika memperhatikan perkembangan perekonomian saat ini, kuliner sebagai salah satu bidang dalam Industri Ekonomi Kreatif terbukti sukses di kalangan masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah industri skala mikro-kecil (IMK) sektor makanan mencapai 1.5 juta unit usaha per tahun 2020. Artinya, besar sekali peluang bagi siapa saja untuk membangun sebuah bisnis kuliner. Sebab eksistensinya sudah tidak diragukan lagi.

Namun, seiring berjalannya zaman, tantangan demi tantangan akan selalu datang silih berganti. Seperti halnya yang terjadi dengan kuliner nusantara yang selalu eksis sejak dahulu. Munculnya sejumlah restoran cepat saji di Indonesia membuat kehadiran kuliner nusantara seakan tersingkir, terutama di kalangan masyarakat menengah ke atas. Inilah yang akan menjadi suatu tantangan tersendiri bagi masyarakat untuk mempertahankan kuliner lokal Indonesia di tengah gempuran makanan-makanan cepat saji yang jumlahnya terus meningkat tersebut.

Banyak sekali cara yang dapat digunakan masyarakat untuk dapat berkontribusi besar dalam memajukan sektor UMKM dalam negeri. Salah satunya dengan mengandalkan aset terpenting bangsa kita, yaitu keberagaman. Kuliner nusantara merupakan satu dari sekian banyak bidang Industri Kreatif dalam negeri yang memiliki peluang yang cukup besar untuk terus dikembangkan. Namun, di atas segalanya, hal utama yang harus diterapkan di kalangan masyarakat adalah pemberian edukasi serta kesadaran nasionalisme yang tinggi untuk berperan aktif di berbagai bidang dalam menjalani kehidupan berbangsa dan bernegara. Tentunya dengan berdasarkan asas-asas dalam Pancasila serta menghargai seluruh keberagaman yang ada dengan menjunjung tinggi nilai-nilai Bhinneka Tunggal Ika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi (2022). MAYORITAS INDUSTRI MIKRO-KECIL BERGERAK DI SEKTOR MAKANAN. Diakses pada 30 November 2023. <[Mayoritas Industri Mikro-Kecil Bergerak di Sektor Makanan](#)>.
- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASI INDUSTRI KREATIF. *SENADA 2018 STD BALI*, 293. Diakses pada tanggal 23 November 2023. <[View of KERAGAMAN BUDAYA INDONESIA SUMBER INSPIRASI INOVASI INDUSTRI KREATIF](#)>.
- Fauziyah, Rosyda N. (2023). 10 IDE USAHA JUALAN YANG LARIS SETIAP HARI. Diakses pada 30 November 2023. <[10 Ide Usaha Jualan yang Laris Setiap Hari - Best Seller Gramedia](#)>.

## **Lembar Judul**

Jenjang Pendidikan : (SMA/SMK/MA)  
Kategori Naskah : Esai  
Penyusun Naskah : Muhammad Rifky Ramadhan  
Judul Naskah : Mengukur Potensi Industri Kreatif dalam  
Kemajuan Sektor Ekonomi Negeri dengan  
Kuliner Autentik Indonesia Sebagai  
Senjata Utama

## **Lembar Biodata**

Judul Esai : Mengukur Potensi Industri Kreatif dalam  
Kemajuan Sektor Ekonomi Negeri dengan  
Kuliner Autentik Indonesia Sebagai  
Senjata Utama

Nama Peserta : Muhammad Rifky Ramadhan

Tempat/Tanggal Lahir : Balikpapan, 21 September 2007

Alamat Peserta : Perumahan Borneo Paradiso, Cluster  
Oakwood, Blok A Nomor 3A, Balikpapan  
Selatan, Kalimantan Timur 76115

Nama Sekolah : SMA Mega Islamic Boarding School

Alamat Sekolah : Jl. Mr. Wuryanto, Pagersalam, Mangunsari,  
Kec. Gn. Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah  
50227

Alamat Email : rifky0301@mega.sch.id

Nomor Telepon/  
HP Guru/Pembimbing : 085601462964

Nomor Telepon/  
HP Orangtua : 081346505511

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammad Rifky Ramadhan  
Sekolah/Kelas : SMA Mega Islamic Boarding School/Kelas XIB  
Alamat : Perumahan Borneo Paradiso, Cluster Oakwood,  
Blok A Nomor 3A, Balikpapan Selatan,  
Kalimantan Timur 76115

Dengan ini saya menyatakan bahwa esai yang berjudul *Mengukur Potensi Industri Kreatif dalam Kemajuan Sektor Ekonomi Negeri dengan Kuliner Autentik Indonesia Sebagai Senjata Utama* merupakan karya saya sendiri. Saya membuatnya tanpa bantuan langsung dari guru atau orang tua. Esai ini juga bukan salinan, saduran, atau terjemahan karya orang lain. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang diterapkan panitia OSEBI 2024.

Semarang, 30 November 2023

Mengetahui,  
Orang Tua Siswa/Wali



Nama: Fitri Isnaeni, S.Pd.

Yang menyatakan,



Nama: Muhammad Rifky Ramadhan

Kepala SMA Mega Islamic Boarding School,



SEKOLAH BAHENGGAH  
ATAU (SMA) MBS  
SEMARANG

RS Dwi Prajitno Wibowo, S.T., M.Pd.