

Potensi Makan Bajamba Sebagai Wisata Gastronomi Kampung Budaya Nagari Jawi-Jawi Sumatera Barat

Deandra Ashtyn Pakasi ¹⁾, Diena Mutiara Lemy ²⁾, Amelda Pramezwary ³⁾ Juliana ⁴⁾
Magister Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan ^{1,2)}
Pengelolaan Perhotelan, Fakultas Pariwisata, Universitas Pelita Harapan ⁴⁾
MH Thamrin Boulevard 1100, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kota Tangerang, Banten 15811
deandra.pakasi@uph.edu

Abstrak

Wisata Gastronomi memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengunjung pariwisata, dan menjadi lebih dari sekadar makanan. Salah satu cakupan dari wisata gastronomi adalah tata cara makan yang berkaitan dengan bagaimana makanan sampai ke meja dan dikonsumsi. Indonesia yang beragam pun memiliki tata cara tradisional yang kaya akan nilai filosofi, kebudayaan, dan berpotensi sebagai wisata gastronomi. Sayangnya, masih belum banyak penelitian yang mendalami wisata gastronomi khususnya dalam aspek tata cara makan sehingga kekayaan dan warisan budaya ini mulai terlupakan dan tidak dikenali. Salah satu tata cara makan khas Indonesia adalah Makan Bajamba yang berasal dari Sumatera Barat. Makan Bajamba telah ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda dan dijual sebagai produk wisata di Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi. Rumusan masalah yang dikaji dari penelitian ini adalah apakah Makan Bajamba di Kampung Budaya Nagari Jawi-Jawi berpotensi untuk menjadi aset wisata gastronomi. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan FGD (*focus group discussion*). Analisis data menggunakan tahap pengumpulan data, kondensasi data serta penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian adalah Makan Bajamba memiliki potensi wisata gastronomi yang dapat dikembangkan dan dijadikan ikon wisata.

Kata Kunci: Wisata Gastronomi, Makan Bajamba

The Potential Of Makan Bajamba As Gastronomic Tourism At Nagari Jawi-Jawi Cultural Village, West Sumatera

Abstract

Gastronomic Tourism has an important role to play in enhancing the tourism visitor experience, and being so much more than just food. One of the scopes of gastronomic tourism is eating procedures related to how food reaches the table and is consumed. Indonesia, which is diverse, has traditional procedures that are rich in philosophical, cultural values, and have potential as gastronomic tourism. Unfortunately, there is still not much research that explores gastronomic tourism, especially in the aspect of eating procedures so that this cultural wealth and heritage is starting to be forgotten and not recognized. One of the typical Indonesian eating procedures is the Bajamba meal which comes from West Sumatra. Makan Bajamba has been designated as an intangible cultural heritage and is sold as a tourism product in Nagari Jawi-jawi Cultural Village. The formulation of the problem studied from this research is whether Makan Bajamba in the Nagari Jawi-Jawi Cultural Village has the potential to become a gastronomic tourism asset. This research was conducted qualitatively with primary data sources and secondary data. Data collection techniques by conducting observations, interviews, documentation, and FGD (focus group discussion). Data analysis uses the stages of data collection, data condensation and data presentation and drawing conclusions. The results of the study are that Makan Bajamba has gastronomic tourism potential that can be developed and made into a tourism icon.

Keyword: Gastronomy Tourism, Makan Bajamba

PENDAHULUAN

Makanan yang awalnya merupakan daya dorong berubah menjadi daya tarik yang mencakup: daya tarik wisata makanan inti, daya tarik makanan tradisional dan daya tarik destinasi lokal. Hal ini dilakukan salah satunya dengan mencicipi makanan lokal dalam suasana tradisional yang ditawarkan (Su et al., 2020). Wisata yang dilakukan atas dasar motivasi untuk mengenal dan merasakan pengalaman makan yang otentik disebut juga wisata gastronomi.

Wisata Gastronomi memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengunjung pariwisata, menjadi lebih dari sekadar makanan (Chaney & Ryan, 2012; Guzel & Apaydin, 2017). Gastronomi dilakukan atas motivasi primer dan sekunder. Motivasi primer dilakukan oleh orang-orang yang mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan utama menikmati sajian kulinernya, dan motivasi sekunder, karena dilakukan oleh orang yang meskipun motivasi utama mereka bukanlah mengetahui kekayaan gastronomi suatu destinasi, tetapi menganggap opsi ini sangat penting dalam merencanakan perjalanan mereka (Pérez Gálvez et al., 2017). Wisata Gastronomi telah menjadi gaya hidup di mana orang-orang bereksperimen melalui indra mereka untuk mencari pengalaman baru sambil belajar pengetahuan selama perjalanan (Leong et al., 2017).

Gastronomi dapat menjadi nilai jual utama dalam memperkuat citra pariwisata suatu negara dan mempromosikan warisan budayanya (Lim et al., 2020). Peran wisata gastronomi Indonesia adalah memasyarakatkan masakan nasional, dengan mempelajari dan memperkenalkan hubungannya terhadap sejarah, budaya maupun tradisi dari suatu bangsa. Format Gastronomi Wisata memakai *scope* Gastronomi, yakni *Food Story* - yang berkaitan dengan cerita dibalik makanan, *Food Assessment* – berkaitan dengan bagaimana makanan sampai ke meja) dan *Table Manners* yang merupakan tata cara mengkonsumsi makanan dan minuman) (Ketaren, 2021). Tata cara makan mendefinisikan arti makanan. Makan adalah kebutuhan fisik, tetapi makan adalah ritual sosial (Jones, 2011: The Guardian Post).

Negara barat membentuk tata cara makan yang indah dan khas, tetapi di timur banyak juga tata cara makan yang terbentuk (Li, 2016). Budaya Prancis makan salad setelah hidangan utama dan yang diikuti banyak negara

Barat. Di Timur, lebih umum untuk menyajikan semua makanan bersama-sama, sering kali dalam hidangan bersama, dan memungkinkan berbagai macam sampel makanan yang berbeda. (Túry & Túry, 2008).

Indonesia dengan keberagaman budayanya, juga memiliki tata cara makan yang terbentuk dari setiap daerahnya. Salah satu daerah yang memiliki tata cara makan tradisional adalah Sumatera Barat.

Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki pantai dan pulau kecil dari ujung selatan hingga utara di Pasaman Barat yang terkenal dengan keindahannya. Masyarakatnya memiliki kehidupan sosial dan budaya yang elok. Produk wisata Sumatera Barat memiliki kelengkapan wisata alam dan budaya. Tanah Minang memiliki daya pikat alam yang indah. Daerah Sumatera Barat memiliki pesona sunset pantai Padang, pantai Air Manis yang sangat dikenali dengan cerita legenda anak durhaka Malin Kundang sebagai wisata bahari. Daya tarik alam pegunungan dapat ditemukan di daerah Bukit Tinggi, hingga Solok. Selain itu Sumatera Barat juga terkenal dengan makanannya yang beragam seperti nasi kapau, sate, gulai kepala ikan, nasi kapau, soto padang, serta rendang yang sudah mendunia. Kekayaan gastronomi yang dimiliki oleh Sumatera Barat disertai juga tata cara makan tradisional yang disebut Bajamba. Bajamba, sama seperti kebanyakan tata cara makan tradisional Indonesia yang lainnya seperti Ngeliwet, tidak melibatkan hidangan yang disajikan secara individual seperti hidangan utama, hidangan utama, dan hidangan penutup. Sebaliknya, setiap hidangan dibagikan secara kolektif. Semua makanan disajikan di atas meja, mengingat pengaruh budaya Belanda—rijsttafel atau meja nasi (Wijaya, 2019). Tata cara makan tradisional Bajamba dengan keunikan budaya, serta nilai filosofis yang terkandung di dalamnya berpotensi untuk sebagai sebuah wisata gastronomi dari Sumatera Barat. Di lansir Pemprov Sumbar dalam artikel 'Mengapa Pariwisata Sumatera Barat Berbeda?' tahun 2020, kunjungan wisatawan ke Sumbar di motivasi oleh keinginan untuk mencicipi makanan lokal yang khas. Selain itu, Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera Barat (2021) telah menetapkan Makan Bajamba Nagari Jawi-Jawi sebagai warisan budaya takbenda Indonesia.

Makan Bajamba adalah contoh tradisi makan bersama, yaitu duduk bersama-sama – sekitar tiga sampai lima orang pada suatu ruangan, berkumpul lalu makan bersama.

Tradisi ini ditujukan buat mempererat tali persaudaraan antar sesama manusia serta menjadi bukti keakraban pada suku Minang. Berdasarkan data pre survey yang sudah dilakukan dengan *convenient sampling* sejumlah 30 responden, ditemukan bahwa 85.2 % responden tidak mengetahui mengenai tradisi tata cara makan tradisional Bajamba, meskipun 74.1 % dari mereka pernah melakukan wisata gastronomi. Data ini membuktikan bahwa tata cara makan tradisional Indonesia Bajamba belum banyak di kenal, padahal merupakan sebuah warisan budaya Indonesia tak benda yang harus dilestarikan dan memiliki potensi untuk menjadi sebuah daya tarik dan aset dari wisata gastronomi yang menciptakan nilai ekonomi. Selain itu, penelitian sebelumnya tentang Sumatera Barat sebagai atraksi wisata gastronomi dilakukan oleh Sari et. al., 2019 berfokus pada nasi Kapau. Berdasarkan pencarian di Scopus dan pencarian jurnal lainnya, penelitian ilmiah gastronomi dan kaitannya dengan tata cara makan tradisional belum banyak dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau tata cara makan tradisional Bajamba sebagai wisata gastronomi.

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata di dunia saat ini adalah salah satu sektor ekonomi yang paling penting dan kegiatan menghabiskan waktu luang, dan fakta bahwa ia memiliki efek pengganda yang besar secara ekonomi dan dapat menyebabkan aktivasi langsung dan tidak langsung di banyak sub-sektor menjadikannya sarana pembangunan yang ideal (Caglı , 2012). Pariwisata, yang mendorong dalam pembangunan masyarakat, adalah sumber pendapatan bagi mereka yang menyediakan layanan seperti yang dibelanjakan orang untuk memenuhi kebutuhan mereka ketika mereka bepergian. Ketika kebutuhan masyarakat meningkat, demikian pula kewajiban untuk memproduksi dan menawarkan lebih banyak barang dan jasa, yang meningkatkan produksi, investasi, dan pendapatan dalam masyarakat (Akgoz, 2003). Pariwisata mempengaruhi hubungan antar bangsa, masyarakat dan bangsa, dan juga mengintegrasikan fenomena budaya, warisan, ekonomi, dan lingkungan; oleh karena itu, orientasi pengembangannya, serta koordinasi dan kontrolnya merupakan isu yang sangat krusial (Caglı, 2012). Meskipun istilah yang berbeda seperti "wisata kuliner", "wisata gastronomi", dan "wisata makanan", digunakan dalam literatur untuk

mendefinisikannya, istilah gastronomi yang banyak digunakan pariwisata" didefinisikan sebagai "mencari pengalaman makan dan minum yang unik. Wisata gastronomi, yang umumnya mengacu pada orisinalitas hidangan dan keasliannya ke suatu tempat, wilayah atau negara, mencakup area utama hidangan asli (Hall & Mitchell, 2000; Groves 2001, Green & Dogherty, 2008; Caglı 2012, URL 2014).

Wisata gastronomi meliputi mengunjungi produsen makanan, festival makan, restoran dan tempat-tempat khusus yang berhubungan dengan beberapa makanan khusus bersama-sama dengan mencicipi hidangan khusus, mengamati proses produksi dan persiapannya atau makan hidangan khusus dari tangan koki yang sangat terkenal serta melihat bagaimana hidangan tertentu sedang disiapkan (Hall et al. 2003; Hall & Mitchell, 2005). Selain itu, alih-alih menyiapkan makanan di restoran dan hotel untuk wisatawan, perjalanan wisatawan untuk mencari pengalaman tentang makanan dan minuman lokal termasuk dalam lingkup wisata gastronomi (Akgol 2012). Industri wisata gastronomi, yang tidak hanya terdiri dari pemandu makanan dan restoran, mencakup segala jenis pengalaman kuliner. Di dalam sektor ini terdapat sekolah memasak, toko yang menjual buku masak, operator wisata gastronomi dan pemandu wisata; media terkait gastronomi, program dan majalah televisi, dan kegiatan, pembuat anggur, kebun anggur, tempat pembuatan bir, penyulingan, pemilik lapangan, dan produsen (Cagla, 2012).

Poin penting untuk pengembangan wisata gastronomi adalah masyarakat suatu daerah melindungi produk lokal milik daerah tersebut. Beberapa pemegang saham pariwisata gastronomi adalah petani anggur individu, hotel, restoran, operator tur, paket wisata atau wisatawan individu, dan bisnis lokal (Alonso & Yiliu, 2011). Budaya, sebagai salah satu unsur wisata gastronomi, umumnya diekspresikan dengan kemauan batin orang untuk mengenal budaya yang berbeda (Kozak, 1997; Akgol, 2012). Selain wisata gastronomi sebagai wisata minat, melalui pembelajaran karakteristik budaya daerah tuan rumah berkat hidangan lokal daerah tersebut, wisatawan gastronomi juga sekaligus merupakan wisatawan budaya (Akgol, 2012).

Makan bajamba adalah budaya dari Minangkabau yang merupakan sebuah tradisi makan bersama yang dilakukan oleh masyarakat. Makanan bajamba seringkali dilakukan dalam acara/pesta baralek, seperti peringatan hari besar agama, upacara adat,

dan pertemuan penting lainnya. Banyak nilai yang ditanamkan melalui makan bajamba, di antaranya kebersamaan tanpa membedakan status sosial, mempererat tali silaturahmi, nanamkan sopan santun dan saling menghormati. (Kemenpar, 2017). Makanan Bajamba secara harfiah memiliki makna yang sangat dalam, dan tradisi makan bersama dalam lingkaran, tanpa memandang status sosial, menciptakan rasa persatuan. Melambangkan persatuan dan kesatuan yang terjaln. Tradisi ini membangkitkan semangat persatuan masyarakat (Kemenpar, 2017)..

METODE PENELITIAN

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) desain penelitian adalah rencana untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisa data berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dalam studi penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk bisa lebih memahami potensi Bajamba sebagai wisata gastronomi. Metode penelitian kualitatif sering disebut dengan naturalistik karena penelitian dilakukan pada kondisi yang alamiah (Sugiyono, 2017).

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan pada metode yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, dimana pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dalam studi difokuskan pada menemukan sifat dari peristiwa tertentu yang sedang dipelajari. Penelitian deskriptif kualitatif adalah data murni yang diturunkan dalam kode yang dihasilkan dari data selama penelitian. Seperti penelitian kualitatif lainnya pendekatan studi deskriptif kualitatif umumnya ditandai dengan pengumpulan data secara simultan dan analisis (Lambert & Lambert, 2013). Penelitian ini dilakukan di Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi, Sumatera Barat.

Penelitian diawali dengan mengunjungi Kampung Budaya dan mengobservasi lingkungan setempat, melihat aktivitas serta kebiasaan masyarakat di Kampung Budaya. Selanjutnya dilakukan FGD (*focus group discussion*) dengan Kabid Kebudayaan Dinas Pariwisata Kabupaten Solok, Wali Nagari, Ketua Kampung Budaya, dan Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) setempat, Pembahasan yang dilakukan meliputi awal

mula, tradisi makan Bajamba dalam adat, pemilihan Makan Bajamba sebagai produk wisata, menu yang disajikan, serta nilai-nilai yang terkandung dalam makan Bajamba juga keterlibatan para pemangku kepentingan. Selain itu, dilakukan juga wawancara dengan masyarakat setempat mengenai peran mereka dalam mendukung dijadikannya Makan Bajamba sebagai produk wisata gastronomi, akhirnya dilakukan dokumentasi dari Makan Bajamba yang sudah disiapkan oleh tim kuliner Pokdarwis. Analisis data menggunakan tahap pengumpulan data, kondensasi data serta penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bajamba berasal dari kata "Ba" yang artinya bersama dengan "Jamba" yang artinya wadah. Sehingga Bajamba berarti makan bersama dalam satu wadah. Tradisi ini telah dilakukan oleh masyarakat Minangkabau secara turun temurun. Tradisi makan bajamba tetap dilakukan oleh masyarakat Minangkabau pada sebagian besar kegiatan ritual adat. Tradisi ini kaya akan nilai filosofis yang tersirat dalam setiap gerak dan prosedurnya. Nilai filosofis yang diungkapkan melalui Makan Bajamba oleh masyarakat Minangkabau antara lain kebersamaan, keramahan, dan kebiasaan makan yang baik dan adil.

Penelitian ini dilakukan di Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi yang terletak di Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Jarak tempuh menuju daerah ini dari Kota Padang adalah 39,5km dengan waktu tempuh selama 60 menit. Daerah ini terletak di lereng Gunung Talang sehingga memiliki udara yang sejuk. Secara administratif, Nagari Jawi-jawi dibagi menjadi empat jorong, yaitu: jorong Balai Oli, jorong Pakan Jumat, jorong Tengah Padang, dan jorong Pinang Sinawa. Penghasilan masyarakat pada umumnya adalah bertani, dan sebagian kecil sebagai pedagang (wiraswasta) serta bekerja dalam instansi pemerintah sebagai pegawai.

Potensi seni dan budaya yang kaya membuat pemerintah Kabupaten Solok menciptakan Kampung Budaya dengan harapan dapat membawa dampak positif bagi perkembangan daerah, dan membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat. Nagari Jawi-jawi di launching sebagai Kampung Budaya sejak tahun 2017, dan sejak 2018 menjadi desa binaan Kementerian Pariwisata. Filosofi kehidupan Kampung Budaya Jawi-jawi adalah *Happiness, Harmony, Original Minangkabau*

Culture and Hospitality. Konsep pariwisata berkelanjutan yang diusung oleh Kampung Budaya ini adalah *slow tourism village* dimana produk wisata dijual dengan jumlah yang lebih sedikit, tetapi memberikan pengalaman yang berkualitas bagi setiap wisatawan. Produk wisata yang ada pada Kampung budaya ini pun fokus pada kearifan lokal, keindahan alam dan gastronomi, seperti: Makan Bajamba, *Homestay* Rumah Gadang, dan pertunjukan seni Silat Minangkabau. Kegiatan pariwisatanya di kelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nagari Jawi-jawi.

Makan tidak hanya sekedar diawali oleh ucapan pembukaan saja, tetapi juga ada aturan-aturan yang harus dipatuhi, antara lain: (1) Duduk bersimpuh, untuk perempuan. Laki-laki duduk bersila, atau menekuk kaki kanannya, sementara kaki kiri tetap dalam posisi bersila. (2) Satu dulang untuk tiga – lima orang. (3) Mulai makan dan berhenti makan harus bersamaan. (4) Makan hanya yang ada dihadapan kita, tidak boleh menyuap nasi yang berada dihadapan orang lain. (5) Nasi ditekan membentuk suapan dengan menggunakan tangan kanan, tetapi kemudian agak dilompatkan untuk masuk ke mulut. Hal ini diketahui sebagai “makan ba ambuang” yang berarti nasinya dilambungkan hingga masuk ke mulut. Tangan kiri siap menadah, jika nasi yang disuap melalui tangan kanan tidak sepenuhnya masuk ke mulut.

Makan Bajamba di Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi menyajikan makan khas daerah yang tidak dapat ditemukan di daerah lain. Menu yang disajikan antara lain: Rendang Pangicuah (Hidangan Rendang yang terbuat dari Nangka – arti namanya Pangicuah adalah mengecoh Nangka yang terlihat seperti daging dalam bumbu rendang) Patai Cino Sambal Masiak (petai kecil yang dimasak dengan sambal kering), dan Sayur Ampo-ampo (sayur campur). Filosofi dari sajian ini adalah kebersamaan, kesederhanaan dan kelestarian. Dimana menu-menu ini merupakan menu turun temurun dari Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi dan selalu dimakan secara berbarengan yang diawali dengan Ba Dato’ Dato (Pidato Adat). Bahan-bahan untuk memasak hidangan untuk Makan Bajamba dapat langsung dipetik dari pohon yang ada disekitar Kampung Budaya Nagari Jawi-jawi.

Makanan-makanan yang disajikan saat Makan Bajamba disediakan dan disiapkan oleh para Bundo Kandung yang tergabung dalam tim kuliner Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) setempat. Makan Bajamba kemudian akan

dipimpin oleh Tokoh Adat (Ninik Mamak) yang mana prosesi Makan Bajamba dilakukan secara teratur, yaitu sebelum dan sesudah makan para Tokoh Adat (Ninik Mamak) membacakan petatah petitih.

Penyajian dari makan Bajamba adalah dengan nasi dan lauk disajikan melalui peralatan-peralatan berikut: (1) Piring kanso – sebagai wadah untuk menaruh makanan yang disajikan. (2) Jamba merupakan wadah yang lebih besar yang berfungsi sebagai tempat penyajian makan Bajamba. Jamba ini dibawa ke tempat acara dengan diletakkan diatas kepala Bundo Kandung. (3) Tudung adalah benda yang digunakan untuk menutup makanan yang ada pada Jamba. (4) Dalamak merupakan kain yang terbuat dari benang emas. Hal ini berfungsi untuk diletakkan diatas tudung sebagai aksesoris dekoratif yang menunjukkan keunikan dari Makan Bajamba. (5) Cambuang merupakan wadah nasi yang dimiliki setiap rumah. Hal ini merupakan perkakas adat yang terbuat dari aluminium.



Sumber: Hasil Olahan Data (2022)
Gambar 1 Penyajian Makan Bajamba



Sumber: Hasil Olahan Data (2022)
Gambar 2 Menu Makan Bajamba

Konsep teoritis dari gastronomi tidaklah hanya berfokus pada makanan (saja, tetapi juga mengintegrasikan faktor budaya dan perilaku manusia sebagai pendukung mulai dari pengadaan sumber makanan, cara mengolah, menyajikan, mencicipi dan memiliki pengalaman menikmatinya, hingga dengan mencari, mempelajari, meneliti sebuah hidangan (Turgarini & Sari, 2017). Wisata gastronomi dilakukan untuk mengetahui lebih mendalam tentang filosofi, sejarah, tradisi dan budaya dari makanan pada suatu daerah.

Secara empiris, Turgaini (2018) memberikan sembilan konsep gastronomi, antara lain: (1) Filosofi, sejarah, tradisi, dan kehidupan sosial. (2) Etika dan aturan. (3) Belajar mengenai makanan. (4) Pengetahuan gizi. (5) Pengalaman makan yang berbeda dan unik. (6) Bahan baku. (7) Cara masak. (8) Tata cara menghidangkan makanan. (9) Rasa.

Melihat konsep gastronomi yang sudah ada, Makan Bajamba memiliki semua komponen dari konsep ini. Tradisi ini masih dilakukan dalam acara seremonial seperti Baralek (acara pernikahan), Batagak Gala (pengukuhan penghulu suku), dan peringatan ulang tahun kabupaten yang membuktikan kekuatan budaya. Keunikan dari tata cara makan Bajamba dengan mengikuti aturan-aturan yang berlaku juga memberikan pengalaman yang unik dan berbeda dari tata cara makan lainnya yang berlaku dalam masyarakat. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri yang dapat memotivasi orang-orang untuk berkunjung dan merasakan secara langsung tradisi Makan Bajamba. Nilai-nilai filosofis yang terkandung di dalam tradisi ini pun memberikan makna yang mendalam.

PENUTUP

Makan Bajamba merupakan tata cara makan tradisional Indonesia yang kaya akan nilai dan budaya. Kekayaan budaya dalam Makan Bajamba yang mengajarkan nilai kebersamaan, kesederhanaan, penyeteraan derajat membuktikan potensi Makan Bajamba sebagai sebuah wisata gastronomi. Upaya pelestarian dari Bajamba sebagai warisan budaya Indonesia harus terus dilakukan.

Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengenai pengembangan Bajamba sebagai aset wisata gastronomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akgoz, E., (2003). Turizm İşletmelerindeki Turk Gecelerinin Turk Kulturunu Tanıtmaya Katkıları, Selcuk University, Institute of Social
- Caglı, I.B., (2012). Turkiye'de Yerel Kulturun Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Ornegi, İstanbul Technical University, Institute of Science and Technology, Department of Urban and Region Planning, Region Planning, MA Thesis, İstanbul.
- Chaney, S., & Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 309–318. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.002>
- Dindyal, S., & Dindyal, S. (2012). How Personal Factors, Including Culture And Ethnicity, Affect The Choices And Selection Of Food We Make. *The Internet Journal of Third World Medicine*, 1(2), 2–5. <https://doi.org/10.5580/2231>
- Editor. (n.d.). Makan Bajamba Jawi-Jawi Dan Dadih AIA Dingin kabupaten Solok Ditetapkan warisan Budaya Takbenda 2021. Makan Bajamba Jawi-jawi Dan Dadih Aia Dingin Kabupaten Solok Ditetapkan Warisan Budaya Takbenda 2021. Retrieved December 14, 2021, from <https://arosukapost.co.id/story/makan-bajamba-jawi-jawi-dan-dadih-aia-dingin-kabupaten-solok-ditetapkan-warisan-budaya-takbenda-2021?fbclid=IwAR0dAHji17aN-V2io-TVJcALoOKZk1Eg3pXh9oNHW8v4rNpPHrqHEVIEfhA>.
- Guzel, B., & Apaydin, M. (2017). Gastronomy Tourism : Motivations and Destinations. *Global Issues and Trends in Tourism*, January, 394–404.
- Hall, M., Mitchell, R., Sharples, L., (2003a). Consuming places: the role of food, wine tourism in regional development, *Food Tourism Around The World*, London.
- Hall, M.C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B., (2003). Food

- tourism around the world: development, management and markets, Butterworth-Heinemann: Elsevier. Sciences, Department of Public Relations and Publicity, MA Thesis, Konya.
- Hall, M., Mitchell, R., (2005). Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences, Ícinde M. Novelli (Editor), Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases, ss. 89-100
Kebudayaan sumatra Barat. sumbarprov.go.id. (n.d.). Retrieved December 14, 2021, from <https://sumbarprov.go.id/home/news/9397-kebudayaan-sumatra-barat>.
- Ketaren, I. (2021). Lecturing Series Gastronomi.
- Lambert, V. a., & Lambert, C. E. (2013). Qualitative Descriptive Research: An Acceptable Design. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 16(4), 255–256. <http://antispam.kmutt.ac.th/index.php/RIJNR/article/download/5805/5064>.
- Leong, Q. L., Ab Karim, S., Awang, K. W., & Abu Bakar, A. Z. (2017). An integrated structural model of gastronomy tourists' behaviour. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 11(4), 573–592. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2016-0047>
- Li, Y. (2016). The Comparison of Chinese and Western Table Manners. *Etmhs*, 505–508. <https://doi.org/10.2991/etmhs-16.2016.112>
- Lim, X. J., Ng, S. I., Chuah, F., Cham, T. H., & Rozali, A. (2020). I see, and I hunt: The link between gastronomy online reviews, involvement and behavioural intention towards ethnic food. *British Food Journal*, 122(6), 1777–1800. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2018-0459>
- Nissa, R. S. I. (2021, November 19). Selain Rendang Yang lezatnya Mendunia, ini 7 Makanan Khas sumatera barat. *suara.com*. Retrieved December 14, 2021, from <https://www.suara.com/lifestyle/2021/11/19/172522/selain-rendang-yang-lezatnya-mendunia-ini-7-makanan-khas-sumatera-barat>.
- Purwanto, O. A., & Purwanto, A. (2021, January 21). Provinsi Sumatera barat. *Kompaspedia*. Retrieved December 14, 2021, from https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/provinsi-sumatera-barat?status=sukses_login&status_login=login.
- Pérez Gálvez, J. C., López-Guzmán, T., Cordova Buiza, F., & Medina-Viruel, M. J. (2017). Gastronomy as an element of attraction in a tourist destination: the case of Lima, Peru. *Journal of Ethnic Foods*, 4(4), 254–261. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2017.11.002>
- Su, D. N., Johnson, L. W., & O'Mahony, B. (2020). Analysis of push and pull factors in food travel motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 572–586. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1553152>
- Túry, K., & Túry, F. (2008). Food and traditions in the mirror of the ethnical identity and the globalization. *Mentálhigiéné És Pszichoszomatika*, 9(2), 109–123. <https://doi.org/10.1556/mental.9.2008.2.1>
- Wijaya, S. (2019). Indonesian food culture mapping: a starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. 1–10.