

MENYEIMBANGKAN ANTARA KEASLIAN DAN PENYESUAIAN INOVASI DALAM MEMBENTUK IDENTITAS KULINER DESA WISATA HIJAU BILEBANTE

Rizki Sumardani^{1*}, I Gede Wiramatika², Bagus Anggara³, Eman Sulistia⁴

^{1,3,4} Universitas Bumigora

²Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia

e-mail: [1rizkisumardani29@gmail.com](mailto:rizkisumardani29@gmail.com), [2wiramatika93@gmail.com](mailto:wiramatika93@gmail.com),

[3anggara@universitasbumigora.ac.id](mailto:anggara@universitasbumigora.ac.id), [4emmastyaa15@gmail.com](mailto:emmastyaa15@gmail.com)

Received: 13/10/2025; Revised: 11/11/2025; Accepted: 01/12/2025

Abstract

This study examines the meaning of Sasak culinary authenticity among business actors in Bilebante Tourism Village and the factors that influence their decisions to maintain or adapt traditional flavors. Based on an interpretive qualitative approach and Giddens' Structuration Theory, this research analyzes the dialectic between individual agency and socio-cultural structures. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation of local culinary traditions. The research findings show that authenticity in Bilebante cuisine is not a fixed concept, but rather a social construct that continues to evolve through a process of negotiation between Sasak cultural heritage and the demands of the modern tourism market. Business actors reflectively interpret authenticity both as a form of respect for ancestral traditions and as an adaptation strategy to maintain economic and social relevance. Decisions to adapt dishes are influenced by a combination of cultural, financial, and social resource factors possessed by culinary actors. This research reaches the conclusion that culinary authenticity in Bilebante is the result of a dialectic between preservation and change, reflecting the active dynamics of the local community in shaping a culinary identity that is both authentic and adaptive to the development of sustainable tourism.

Keywords: Culinary, Authenticity, Negotiation, Agency in Tourism, Bilebante Tourism Village

Pendahuluan

Era kontemporer menyaksikan transformasi signifikan dalam lanskap pariwisata global di mana terjadi pergeseran dari model massal berfokus pada keunikan visual (Su et al., 2016). Dalam pencarian pengalaman yang mendalam dan bermakna wisatawan masa kini semakin kritis dalam memilih informasi (Adongo et al., 2015). Kepuasan wisatawan tidak hanya dengan mengunjungi destinasi wisata atau hanya sekedar menikmati pemandangan alam (Blake et al., 2010). Tetapi secara aktif mencari keterlibatan sensorik dan kultural yang otentik untuk dapat memberikan cerita secara personal (Cerquetti et al., 2022). Dalam konteks pencarian makna ini kuliner telah muncul sebagai media budaya yang sangat powerful (Carvalho et al., 2023). Bertransformasi dari fungsi utilitarian pemenuh kebutuhan elemen sentral dalam narasi perjalanan (Grubor et al., 2022). Makanan

tidak hanya sekedar memuaskan rasa lapar, tetapi juga berfungsi sebagai sebuah teks dan narasi yang dapat di ceritakan dan bermakna (Akdag et al., 2018). Dalam memahami nilai-nilai sosial, sejarah, dan kuliner identitas pada destinasi unggulan kini semakin mengintegrasikan warisan kuliner (Bolborici et al., 2022). Pilar strategis dalam *branding* dan *positioning* menyadari bahwa cita rasa yang mengakar pada sebuah kuliner dan tradisi dapat menjadi pembeda yang kuat bagi Kawasan wisata tersebut (Pérez & Ortiz, 2024). Kekayaan kuliner tradisional yang sering kali masih terpelihara secara alamiah dan turun menueurn kepada generasi yang berkelanjutan (Ćurčić et al., 2021). Beranjak dari wacana global ke konteks lokal terdapat salah satu desa wisata yang memiliki cita rasa kuliner yang unik dan menarik berlokasi di Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah Desa Wisata Hijau Bilebante.

Desa Wisata Hijau Bilebante di Pulau Lombok, Indonesia, berdiri di persimpangan jalan yang menentukan bagian dari gugus wisata pulau lombok yang terkenal dengan keindahan alam dan budaya Sasaknya (Ekawati, et al., 2025). Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki potensi untuk mengembangkan ekosistem pariwisata berbasis komunitas. Kekayaan kuliner sasak dengan bahan-bahan lokal, rempah-rempah khas, dan teknik memasak tradisional seperti beleq (memasak dengan pot besar), merupakan aset intangible yang sangat berharga (Widyasari et al., 2022). Namun, dalam upaya memposisikan diri di peta persaingan, desa ini menghadapi sebuah dilema dialektis yang mendasar terjadi dalam dualisme pada kontek kuliner (Cahyani et al., 2024). Pada hal tersebut terdapat tekanan internal dan eksternal untuk mempertahankan orisinalitas dan kemurnian cita rasa warisan kuliner sebuah kualitas yang dalam literatur dikenal sebagai authenticity (Riadi et al., 2023). Nilai keaslian inilah yang menjadi daya tarik utama bagi segmen wisatawan pencari pengalaman budaya murni (Ferdianto et al., 2022). Terjadi tarik menarik antara mempertahankan tradisi dan melakukan komodifikasi dalam pengelolaan kuliner hal ini menciptakan zona ketidakpastian yang kompleks, di mana pilihan untuk tetap autentik berisiko dianggap terlalu asing, sementara adaptasi yang berlebihan berpotensi mengikis esensi budaya dan menciptakan staged authenticity yang justru mengurangi daya tarik jangka panjang.

Dinamika tarik-menarik antara autentisitas dan adaptasi ini bukanlah fenomena yang steril (Pamukçu et al., 2021). Memiliki konsekuensi nyata yang berlapis mulai dari tingkat mikro ekonomi rumah tangga hingga tingkat makro keberlanjutan budaya lokal setempat (Pamukçu et al., 2021). Pada tingkat praktis, para pelaku usaha kuliner lokal pemilik warung dan penjual makanan menghadapi kebingungan operasional sehari-hari (Sgroi, 2021). Keputusan untuk mengubah tingkat rasa makanan khas atau mengganti bahan yang sulit didapat, atau mengkreasi ulang presentasi sebuah hidangan menjadi pertimbangan yang penuh ketidakpastian (Kokkranikal & Carabelli, 2024). Dampak ekonomi langsung terasa keteguhan pada autentisitas dapat membatasi daya jual dari kuliner lokal tersebut (Pivarski et al., 2023). Sementara adaptasi apabila melakukan dapat menjebak desa dalam persaingan pasar generik yang hanya mengejar selera populer dari masyarakat (Ramli et al., 2016). Selain itu, dampak sosial kulturalnya mengkhawatirkan sebagai proses adaptasi yang tidak terkendali (Alonso 2021). Hal tersebut berpotensi mendorong komodifikasi budaya masyarakat lokal setempat termasuk pada kuliner (Boesen et al., 2017). Pada akhirnya sebuah kuliner yang khas dan unik akan kehilangan makna sakral dan historis dari sebuah hidangan yang tergerus

oleh logika pasar dan konsumen yang dapat menyebabkan erosi pengetahuan kuliner tradisional dari satu generasi ke generasi berikutnya (Vallbona, 2020).

Urgensi penelitian ini bersifat tiga dimensi. Pertama, secara ekonomi, identitas kuliner yang terdefinisi dengan baik dan dikelola secara strategis merupakan aset berkelanjutan yang dapat meningkatkan lama tinggal, pengeluaran, dan loyalitas wisatawan, sekaligus menciptakan multiplier effect bagi perekonomian lokal. Tanpa pemahaman yang empiris, kebijakan pengembangan kuliner berisiko dibuat berdasarkan asumsi, bukan data, yang dapat mengarah pada pembentukan brand yang lemah atau tidak konsisten. Kedua, dari dimensi sosial-budaya, penelitian ini berfungsi sebagai upaya pelestarian aktif. Dengan memetakan resep, teknik, dan makna di balik hidangan tradisional, penelitian ini dapat berkontribusi pada pengarsipan warisan budaya tak benda yang rentan punah. Ketiga, penelitian ini memiliki urgensi dari sisi pemberdayaan komunitas. Dengan memahami dinamika yang dihadapi pelaku usaha pada Desa Wisata Hijau Belebante.

Penelitian ini memiliki Novelty terletak pada pendekatan analitisnya yang melihat pembentukan identitas kuliner bukan sebagai sebuah produk akhir yang statis, melainkan sebagai sebuah *process of becoming* suatu proses dinamis yang terus bernegosiasi. Pendekatan ini akan terungkapnya bagaimana para pelaku lokal secara cerdas memilih elemen tradisi mana yang harus dipertahankan, aspek modern mana yang dapat diadopsi, dan bentuk hibriditas baru seperti apa yang mereka ciptakan untuk tetap relevan tanpa sepenuhnya kehilangan jati diri. Dengan demikian, kontribusi ilmiah penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah model konseptual baru tentang negotiated authenticity yang kontekstual dan aplikatif.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hurdawaty & Dahana, 2025). Penelitian ini mengkaji dampak keaslian makanan dan paparan media sosial terhadap niat untuk kembali mengunjungi, yang dimediasi oleh peran pengalaman kuliner pariwisata yang berkesan dan citra destinasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Survei dilakukan pada 400 wisatawan domestik yang telah mengalami pariwisata kuliner lokal di Kabupaten Magelang melalui penyebaran kuesioner. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keaslian makanan dan paparan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat untuk kembali mengunjungi, yang dimediasi oleh Pengalaman Wisata Kuliner yang Berkesan dan Citra Destinasi. Temuan ini memperluas Teori Perilaku Konsumen dengan mengintegrasikan unsur budaya dan digital, memperkuat Teori Stimulus–Organisme–Respons (SOR), dan mendukung pengembangan Teori Ekuitas Merek di destinasi wisata kuliner.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wareebor et al., 2025). Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara persepsi keaslian, perluasan diri konsumen, preferensi wisatawan terhadap restoran lokal, rekomendasi mulut ke mulut (WOM) yang positif, dan niat untuk mengunjungi tempat makan lokal. Studi ini juga menguji apakah perluasan diri berperan sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi keaslian dan preferensi restoran. Data dikumpulkan dari 497 wisatawan melalui kuesioner yang diisi sendiri yang dibagikan di lokasi dan dianalisis menggunakan model persamaan struktural (SEM). Hasil menunjukkan bahwa otentisitas yang dirasakan memiliki efek positif yang signifikan pada perluasan diri konsumen (0.902), yang pada gilirannya secara kuat memprediksi preferensi

terhadap restoran lokal (0.870). Preferensi juga secara signifikan mempengaruhi baik WOM positif (0.976) maupun niat kunjungan (0.949). Secara mencolok, keaslian yang dirasakan tidak secara langsung mempengaruhi preferensi restoran, menunjukkan efek mediasi parsial melalui ekspansi diri. Temuan ini menyoroti peran kritis ekspansi diri dalam memperkuat pengaruh keaslian yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan, memberikan wawasan praktis bagi pemasar industri perhotelan yang bertujuan mempromosikan pengalaman makan lokal.

Persamaan penelitian yang akan dilakukan tentang “Balancing Authenticity and Adaptation in Shaping the Culinary Identity of Bilebante Tourism Village” memiliki beberapa kesamaan konseptual dan metodologis dengan studi yang dilakukan oleh (Hurdawaty & Dahana, 2025) serta (Wareebor et al., 2025). Ketiganya berangkat dari kerangka teori perilaku konsumen dan pariwisata kuliner yang menempatkan *authenticity* sebagai variabel sentral dalam membentuk persepsi, pengalaman, dan perilaku wisatawan. Sama seperti dua penelitian terdahulu, penelitian ini juga menekankan hubungan antara keaslian kuliner dan respons wisatawan, baik dalam bentuk persepsi positif, niat berkunjung, maupun keterlibatan emosional terhadap destinasi. Dari sisi metodologi, penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan pendekatan kuantitatif eksplanatori dan potensi penerapan Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji keterkaitan antarvariabel yang kompleks.

Perbedaan utama antara penelitian (Hurdawaty & Dahana, 2025) serta (Wareebor et al., 2025) dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai *Balancing Authenticity and Adaptation in Shaping the Culinary Identity of Bilebante Tourism Village* terletak pada tujuan, konteks, dan pendekatan analisis yang digunakan. Kedua penelitian terdahulu berfokus pada persepsi dan perilaku wisatawan terhadap keaslian kuliner, dengan orientasi pada consumer behavior dan hasilnya diukur melalui minat berkunjung kembali, preferensi restoran, positif, menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis SEM. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan di Bilebante memiliki orientasi yang lebih konseptual dan kontekstual, dengan fokus pada titik temu antara keaslian (*authenticity*) dan adaptasi (*adaptation*) dalam membentuk identitas kuliner komunitas lokal. Penelitian ini tidak hanya melihat keaslian dari sisi wisatawan, tetapi juga dari perspektif produsen dan masyarakat desa sebagai aktor budaya yang aktif menegosiasikan tradisi dengan tuntutan pasar wisata modern.

Berdasarkan uraian tersebut, maka Keunikan penelitian *Balancing Authenticity and Adaptation in Shaping the Culinary Identity of Bilebante Tourism Village* terletak pada pergeseran fokus dan pendekatan yang digunakan dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Jika studi (Hurdawaty & Dahana, 2025) serta (Wareebor et al., 2025) berfokus pada pengaruh keaslian terhadap perilaku wisatawan dari sisi konsumen (*demand-side*) dengan pendekatan kuantitatif dan model persamaan structural, maka penelitian Bilebante menonjol melalui pendekatan kualitatif interpretatif yang menggali dinamika internal di balik konstruksi keaslian itu sendiri. Penelitian ini berupaya memahami bagaimana pelaku kuliner lokal dan komunitas desa menegosiasikan keseimbangan antara mempertahankan tradisi kuliner autentik dengan kebutuhan adaptasi terhadap selera wisatawan dan tekanan pasar pariwisata modern. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan penelitian yaitu: (1) untuk mengetahui bagaimana para pelaku usaha kuliner di Desa

Wisata Bilebante memaknai konsep autentisitas dalam hidangan tradisional Sasak. (2) Faktor-faktor determinan apa saja yang mendorong masyarakat desa wisata hijau bilebante untuk memutuskan suatu hidangan perlu diadaptasi atau justru dipertahankan keasliannya?

Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Penelitian yang dilakukan oleh (Antón et al., 2019) dengan judul “Impacts of Authenticity, Degree of Adaptation and Cultural Contrast on Travellers’ Memorable Gastronomy Experiences” Gastronomi merupakan komponen penting dalam pengalaman traveling dan semakin menjadi salah satu “hal terbaik yang dapat dilakukan” di banyak destinasi. Kesan yang diperoleh dari makanan lokal, dikombinasikan dengan sikap wisatawan, dapat memengaruhi pengalaman tinggal. Artikel ini menganalisis sejauh mana keaslian makanan lokal yang dirasakan, tingkat adaptasi, dan kontras budaya menentukan pengalaman wisata yang berkesan. Selain itu, artikel ini mengusulkan efek moderasi dari pencarian keaslian dan kemampuan adaptasi. Hasil dari sampel wisatawan internasional yang mencoba hidangan khas mendukung efek positif keaslian dan kontras budaya terhadap persepsi pengalaman, sedangkan adaptasi produk mengurangi persepsi keaslian dan kontras budaya. Keaslian memiliki efek yang lebih besar pada persepsi pengalaman ketika secara aktif dicari oleh wisatawan, dan individu kurang terpengaruh oleh kontras budaya ketika mereka tidak mampu beradaptasi dengan budaya yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh (Almansouri et al., 2022) dengan judul “The heritage food concept and its authenticity risk factors-Validation by culinary professionals”. Studi ini bertujuan untuk memvalidasi konsep makanan warisan dan faktor risiko keaslian yang diidentifikasi dalam produksi hidangan makanan warisan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi makanan warisan yang telah ditentukan sebelumnya dikonfirmasi oleh para profesional. Kategori yang diidentifikasi, yaitu ‘warisan’ dan ‘keaslian resep dan cara memasak’, sesuai dengan konsep warisan, sedangkan kategori ‘lokasi bahan baku’ terkait dengan tempat. Kategori ‘kokinya yang berpengetahuan mewakili budayanya’ terkait dengan aspek manusia. Kategori lain ‘makanan warisan dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial’ muncul, yang menunjukkan bahwa keaslian tidak statis tetapi terus berkembang. Sebagian besar koki kuliner dari kedua negara mengonfirmasi faktor risiko keaslian yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Dalam penelitian ini menggunakan teori berdasarkan kerangka teoritis yang dikemukakan oleh Anthony Giddens 1984 dalam (Youn et al., 2025). Teori Strukturasi dapat dipahami bahwa hubungan antara praktik individu dan kerangka sosial membentuk suatu proses dialektis yang saling menentukan. Dalam konteks penelitian kuliner di Desa Bilebante, Struktur budaya yang mencakup norma-norma kuliner Sasak, resep turun-temurun, serta nilai-nilai tradisi tidak bertindak sebagai penentu tunggal, melainkan berinteraksi secara dinamis dengan kapasitas refleksif para pelaku usaha kuliner sebagai agen yang aktif. Melalui lensa teori ini, praktik kuliner tidak dapat direduksi sekadar sebagai upaya pelestarian warisan budaya secara pasif. Setiap keputusan untuk mempertahankan resep asli, melakukan modifikasi, atau menciptakan inovasi berdasarkan tradisi merepresentasikan suatu bentuk agensi dalam merespons dan sekaligus membentuk kembali struktur budaya yang ada. autentisitas secara terus-menerus dipertanyakan, ditafsirkan ulang, dan

diperbaharui seiring dengan perubahan konteks sosial, ekonomi, dan pariwisata. Dengan demikian, Teori Strukturasi memberikan landasan analitis yang memadai untuk menelusuri kompleksitas pembentukan identitas kuliner di Bilebante. Teori ini menegaskan bahwa keaslian dalam kuliner bukanlah suatu kebenaran absolut, melainkan produk dari interaksi timbal balik antara warisan struktural dan tindakan manusia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan desain studi kasus intrinsik, karena fokus utamanya adalah memahami secara mendalam dinamika sosial budaya yang khas dalam proses negosiasi antara autentisitas dan adaptasi kuliner di Desa Wisata Bilebante. Pendekatan ini dipilih untuk menggali makna, nilai, dan rasionalitas yang melandasi praktik kuliner masyarakat setempat. Lokasi penelitian ditetapkan di Desa Wisata Hijau Bilebante, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat, karena desa ini merepresentasikan model integrasi antara ekowisata, agrikultur, dan kuliner tradisional Sasak. Informan penelitian dipilih secara *purposive sampling* dengan prinsip teoretikal dan representatif, mencakup: pelaku usaha kuliner (juru masak, pengelola warung, pelatih kuliner desa), pengurus desa wisata, wisatawan domestik dan mancanegara yang pernah berkunjung, serta tokoh adat atau masyarakat lokal yang dianggap memiliki otoritas budaya. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif (terutama saat proses memasak dan penyajian hidangan tradisional), serta dokumentasi berupa catatan lapangan, foto, dan materi promosi kuliner desa. Wawancara dilakukan dalam suasana natural untuk menangkap wacana, narasi, dan refleksi personal mengenai makna keaslian dan adaptasi dalam konteks praktik nyata.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik (*thematic analysis*) (Braun & Clarke, 2006) dalam (Sidali et al., 2021) menyatakan bawah mengikuti langkah-langkah meliputi proses transkripsi data, open coding, kategorisasi, dan penemuan tema-tema utama. Tahapan ini memungkinkan identifikasi pola makna yang berhubungan dengan tiga dimensi utama: (1) pemaknaan autentisitas, (2) faktor-faktor determinan adaptasi, dan (3) strategi negosiasi identitas kuliner. Setiap tema kemudian diinterpretasikan melalui kerangka Teori Strukturasi Giddens, dengan menelusuri relasi antara rules (norma, tradisi, resep) dan resources (modal ekonomi, sosial, simbolik) yang dimobilisasi oleh agen. Untuk menjamin keabsahan (*trustworthiness*), digunakan teknik triangulasi sumber (membandingkan pandangan pelaku, tokoh, dan wisatawan), member checking (konfirmasi hasil interpretasi kepada informan), serta audit trail (pencatatan proses analisis secara sistematis). Peneliti juga menerapkan reflektivitas guna meminimalkan bias penafsiran, memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar merepresentasikan pandangan, pengalaman, dan praktik komunitas lokal Bilebante secara autentik.

Hasil dan Pembahasan

1. Pelaku usaha kuliner di Desa Wisata Hijau Bilebante memaknai konsep autentisitas dalam hidangan tradisional sasak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi sebagian besar pelaku usaha kuliner di Desa Wisata Bilebante, autentisitas dipahami bukan semata-mata sebagai

kesetiaan mutlak terhadap resep tradisional, melainkan sebagai bentuk penghormatan terhadap ruh budaya Sasak yang terkandung dalam setiap hidangan. Mereka melihat bahwa keaslian tidak hanya terletak pada bahan dan teknik memasak, tetapi juga pada nilai-nilai yang menyertainya seperti kebersamaan, kesederhanaan, dan penghargaan terhadap hasil bumi lokal. Misalnya, beberapa juru masak menjelaskan bahwa penggunaan bumbu seperti lengkuas atau kemiri dari kebun sendiri dianggap lebih autentik daripada sekadar mengikuti resep lama tanpa memahami maknanya. Dalam perspektif Teori Strukturasi Giddens, hal ini mencerminkan bahwa struktur (aturan dan tradisi kuliner) berfungsi sebagai panduan tindakan, bukan batasan absolut. Para pelaku kuliner, sebagai agen, menafsirkan ulang norma tersebut secara refleksif sesuai dengan konteks keseharian mereka. Dengan demikian, autentisitas di Bilebante muncul sebagai hasil interaksi dialektis antara struktur budaya yang diwariskan dan tindakan agen yang terus-menerus menegosiasi maknanya melalui praktik nyata.

Temuan lapangan memperlihatkan adanya proses negosiasi intens antara nilai-nilai tradisional Sasak dengan tuntutan ekonomi dari sektor pariwisata. Para pelaku usaha menyadari bahwa wisatawan memiliki preferensi rasa dan standar penyajian yang berbeda dari masyarakat lokal. Namun, alih-alih melihat adaptasi sebagai bentuk pengkhianatan terhadap tradisi, mereka memaknainya sebagai strategi untuk menjaga kelangsungan budaya. Misalnya, beberapa pelaku usaha memilih mengurangi tingkat kepedasan peleceng kangkung atau menyajikan beberuk terong dalam porsi modern tanpa mengubah bahan dasarnya. Dalam kerangka Teori Strukturasi, tindakan ini merupakan contoh dari penggunaan resources baik alokatif (bahan, pasar wisatawan) maupun otoritatif (pengetahuan lokal, legitimasi budaya) dalam menavigasi struktur norma kuliner yang ada. Praktik adaptif tersebut memperlihatkan bagaimana agen menggunakan kapasitas refleksifnya untuk mempertahankan makna autentisitas di tengah tekanan ekonomi dan ekspektasi wisatawan, tanpa kehilangan koneksi terhadap identitas budaya Sasak yang menjadi fondasi struktur sosialnya.

Wawancara dilakukan bersama dengan pelaku usaha warung sawah Bilebante ibu Siti menyatakan bahwa:

“Kami tetap mempertahankan resep asli, terutama untuk masakan seperti ayam merangkat dan sayur ares. Tapi karena banyak tamu dari luar daerah, kadang rasa pedasnya kami sesuaikan sedikit. bukan diubah bumbunya, hanya takarannya saja. tujuannya supaya semua bisa menikmati tanpa kehilangan cita rasa khas Sasak.” (Wawancara, 10 September 2025).

Para pelaku usaha kuliner di Bilebante memperlihatkan tingkat refleksivitas yang tinggi terhadap perubahan sosial dan ekonomi yang memengaruhi praktik usaha yang dijalankan. Pedagang tidak hanya berperan sebagai penjaga tradisi, tetapi juga sebagai inovator yang secara sadar menilai ulang nilai-nilai budaya yang diwariskan. Salah satu juru masak, misalnya, menjelaskan bahwa penggunaan peralatan modern seperti kompor gas tidak dianggap mengurangi keaslian, selama cita rasa dan filosofi hidangan tetap terjaga. Fenomena ini menunjukkan bahwa struktur budaya kuliner Sasak bukanlah entitas statis, melainkan sistem dinamis yang terus diperbarui melalui praktik sosial. Dalam terminologi Giddens, hal ini merupakan wujud dari *reflexive monitoring of action*, di mana agen secara sadar

meninjau dan menyesuaikan tindakannya berdasarkan pengalaman dan kondisi baru. Dengan demikian, praktik kuliner di Bilebante bukan sekadar reproduksi tradisi, tetapi juga arena transformasi sosial yang memperlihatkan bagaimana agen berkontribusi pada reproduksi sekaligus modifikasi struktur budaya kuliner.

Kuliner khas Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki keunikan tersendiri yang mencerminkan perpaduan antara tradisi, kreativitas, dan kearifan lokal masyarakatnya. Salah satu yang paling ikonik adalah Ayam Merangkat, olahan ayam kampung suwir dengan bumbu pedas khas Sasak yang dulunya disajikan dalam ritual adat sebelum pernikahan. Kini, hidangan ini menjadi simbol identitas kuliner Bilebante yang disajikan secara autentik di warung bambu dengan pemandangan sawah, menghadirkan pengalaman makan yang berbalut nilai budaya. Selain itu, Sayur Ares, yaitu masakan dari pelepah pisang muda yang dimasak dengan santan dan rempah lokal, menjadi representasi kuliner agraris yang jarang ditemukan di luar Lombok Tengah. Hidangan ini menggambarkan filosofi kesederhanaan dan kemampuan masyarakat memanfaatkan hasil bumi secara berkelanjutan. Tak kalah menarik, inovasi seperti Tortila Rumput Laut paduan antara bahan laut dan hasil tani darat menunjukkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan produk baru berbasis potensi lokal. Ketiga kuliner ini tidak hanya memperkaya ragam cita rasa, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi pelaku usaha mikro melalui wisata kuliner dan oleh-oleh khas desa. Dengan pengemasan yang menarik, promosi digital, serta penyajian berbasis cerita budaya (food storytelling), kuliner Bilebante berpotensi menjadi ikon gastronomi Lombok yang unik, berkelanjutan, dan merepresentasikan harmoni antara budaya, alam, serta kehidupan masyarakat pedesaan.

Wawancara dilakukan dengan Bapak Rahman selaku pengelola UMKM olahan Rumput Laut menyatakan bahwa:

“Awalnya kami ingin menciptakan oleh-oleh yang beda tapi tetap dari bahan lokal. Rumput laut dan jagung mudah didapat di sini, jadi kami padukan jadi tortila rumput laut. Rasanya tetap alami, tapi tampilannya modern. Inovasi ini kami lihat sebagai cara memperkenalkan Bilebante tanpa meninggalkan akar lokal.” (Wawancara, 10 September 2025).

Secara konseptual, hasil penelitian ini menegaskan bahwa autentisitas dalam kuliner Bilebante adalah produk dari proses dialektis yang berkelanjutan antara warisan struktural dan tindakan agen. Autentisitas bukanlah entitas esensial yang dapat ditetapkan sekali untuk selamanya, melainkan hasil dari negosiasi sosial yang berlangsung terus-menerus di antara pelaku, pengunjung, dan konteks pariwisata yang berubah. Proses ini memperlihatkan bagaimana rules dan resources saling berinteraksi dalam pembentukan makna kolektif tentang “keaslian” dan “kebaruan”. Dalam konteks ini, Teori Strukturasi Giddens memberikan kerangka analitis yang menjelaskan bahwa keaslian tidak dapat dipahami tanpa melihat tindakan reflektif agen yang terus-menerus mereproduksi struktur budaya melalui praktik kuliner mereka. Identitas kuliner Bilebante dengan demikian bukan sekadar cermin masa lalu, tetapi juga hasil konstruksi sosial yang hidup, yang berupaya menyeimbangkan antara pelestarian nilai tradisi dan kebutuhan adaptasi terhadap dinamika ekonomi, pariwisata, dan modernitas.

2. Faktor determinan yang mendorong masyarakat Desa Wisata Hijau Bilebante untuk memutuskan suatu hidangan perlu diadaptasi atau justru dipertahankan keasliannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat Bilebante untuk mengadaptasi atau mempertahankan keaslian hidangan tradisional sangat dipengaruhi oleh keberadaan struktur sosial dan norma budaya yang telah tertanam secara turun-temurun. Resep-resep warisan leluhur, cara penyajian, serta tata cara memasak dianggap sebagai rules sosial yang mengatur legitimasi suatu hidangan dapat disebut “asli” atau tidak. Namun, struktur ini tidak bersifat kaku; ia dinegosiasikan melalui praktik sehari-hari para pelaku kuliner. Misalnya, beberapa ibu rumah tangga yang menjadi pengelola warung desa menegaskan bahwa menjaga cita rasa asli sambal beberuk atau ayam rarang adalah bentuk penghormatan terhadap leluhur. Akan tetapi, mereka juga mengakui bahwa tidak semua elemen tradisional dapat dipertahankan utuh, terutama jika bertentangan dengan selera wisatawan atau ketersediaan bahan. Dalam perspektif Teori Strukturasi, praktik ini memperlihatkan bagaimana rules budaya berfungsi bukan sebagai batas mutlak, tetapi sebagai pedoman yang terus ditafsirkan ulang oleh agen sesuai konteks sosial dan ekonomi mereka.

Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Lilis selaku ketua KWT menyatakan bahwa:

“Kami selalu menekankan bahwa inovasi tidak boleh menghapus tradisi. Misalnya, warga boleh kreasikan cara penyajian, tapi tidak boleh mengubah bahan dan filosofi dasarnya. Bilebante ingin dikenal sebagai desa hijau yang punya kuliner khas, tapi tetap terbuka dengan selera wisatawan modern.” (Wawancara, 10 September 2025).

Selain norma budaya, keputusan adaptasi kuliner juga ditentukan oleh faktor sumber daya ekonomi (*allocative resources*). Temuan lapangan mengindikasikan bahwa peningkatan arus wisatawan ke Bilebante membawa perubahan signifikan dalam strategi produksi kuliner lokal. Banyak pelaku usaha menyesuaikan rasa, tekstur, atau penyajian hidangan untuk memenuhi ekspektasi pasar pariwisata, terutama wisatawan domestik dan mancanegara yang memiliki preferensi rasa lebih ringan dan tampilan estetik. Misalnya, beberapa pedagang mengganti bahan tradisional yang sulit ditemukan dengan bahan substitusi lokal agar biaya produksi tetap efisien. Keputusan tersebut bukan semata tindakan ekonomi, tetapi juga bentuk agensi yang rasional dalam memanfaatkan resources yang tersedia untuk menjaga keberlanjutan usaha. Dalam kerangka Teori Strukturasi, tindakan ini mencerminkan bagaimana agen memobilisasi sumber daya material untuk menegosiasikan stabilitas ekonomi sekaligus mempertahankan legitimasi budaya menunjukkan bahwa adaptasi bukan bentuk penyimpangan, melainkan strategi reproduksi struktur dalam konteks pasar baru.

Wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha oleh-oleh Ibu Nur selaku UMKM produsen Keripik dan sambal plecing menyatakan bahwa:

“Kami ubah tampilan kemasan agar lebih menarik dan ramah lingkungan. Dulu dijual pakai plastik biasa, sekarang pakai kertas daur ulang dengan label cerita asal-usulnya. Jadi meski tampil modern, orang tetap tahu ini produk asli

Bilebante. Inovasinya di kemasan, bukan di rasa.” (Wawancara, 10 September 2025).

Faktor penting lain yang mempengaruhi keputusan adaptasi atau pelestarian adalah sumber daya otoritatif (*authoritative resources*), terutama yang berkaitan dengan modal sosial dan status budaya. Tokoh adat, juru masak senior, dan pelaku kuliner yang memiliki reputasi tinggi di komunitas sering berperan sebagai penjaga legitimasi autentisitas. Mereka menjadi rujukan dalam menentukan batas “boleh” dan “tidak boleh” dalam modifikasi resep tradisional. Beberapa pelaku usaha muda mengakui bahwa mereka tidak berani mengubah komposisi utama bahan tanpa persetujuan atau contoh dari figur otoritatif tersebut. Namun demikian, generasi muda juga mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas ruang otoritas mereka sendiri, menampilkan inovasi kuliner sebagai “adaptasi kreatif” yang tetap menghormati tradisi. Fenomena ini menunjukkan bagaimana distribusi *authoritative resources* di dalam struktur sosial menjadi arena negosiasi antar-generasi, memperlihatkan dinamika antara pelestarian dan pembaruan yang hidup dalam komunitas kuliner Bilebante.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mengungkap bahwa keputusan untuk mempertahankan atau mengadaptasi hidangan tidak dapat dipahami sebagai dikotomi tradisi versus modernitas, melainkan sebagai proses dialektis yang berkelanjutan antara struktur dan agensi. Adaptasi bukan bentuk “pengkhianatan” terhadap autentisitas, melainkan mekanisme reproduksi struktur budaya dalam konteks sosial yang berubah. Setiap modifikasi rasa, bentuk penyajian, atau bahan makanan merupakan tindakan reflektif yang mempertimbangkan norma komunitas, kebutuhan ekonomi, dan tekanan wisata. Dalam kerangka Teori Strukturasi, praktik ini memperlihatkan bahwa struktur budaya kuliner Sasak di Bilebante terus diproduksi dan direproduksi melalui tindakan para agen, sehingga autentisitas tidak pernah statis, melainkan senantiasa dinegosiasikan ulang. Dengan demikian, Bilebante tidak hanya menjadi ruang konsumsi kuliner, tetapi juga arena di mana makna autentisitas dan adaptasi dipertemukan, dinegosiasikan, dan didefinisikan ulang oleh komunitasnya sendiri.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa autentisitas dalam konteks kuliner Bilebante bukanlah konsep yang statis, melainkan hasil dari proses sosial yang dinamis dan terus-menerus dinegosiasikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara struktur budaya dan tindakan agen kuliner bersifat dialektis: struktur tradisi, norma kuliner Sasak, dan nilai-nilai leluhur memberikan pedoman dasar, tetapi para pelaku usaha memiliki kapasitas reflektif untuk menafsirkan, menegosiasikan, dan bahkan mentransformasikan struktur tersebut dalam praktik sehari-hari. Keputusan untuk mempertahankan atau menyesuaikan resep, rasa, maupun penyajian tidak hanya dipengaruhi oleh ideal budaya, tetapi juga oleh faktor-faktor ekonomi, sosial, dan otoritas lokal yang membentuk jaringan sumber daya alokatif dan otoritatif. Adaptasi kuliner di Bilebante terbukti bukan bentuk komersialisasi semata, melainkan strategi reproduksi budaya yang memungkinkan tradisi tetap hidup di tengah perubahan konteks pariwisata dan pasar modern. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa autentisitas kuliner adalah hasil dari interaksi reflektif antara warisan dan inovasi, antara

pelestarian nilai budaya dan kebutuhan adaptasi ekonomi. Hasil ini tidak hanya memperkaya pemahaman teoritis tentang dinamika struktur-agensi dalam praktik budaya, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi pengembangan pariwisata kuliner berkelanjutan berbasis komunitas.

Adapun saran dalam penelitian ini Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pihak pengelola Desa Wisata Hijau Bilebante mengembangkan strategi pengelolaan kuliner yang menyeimbangkan antara pelestarian autentisitas dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar wisatawan. Pengelola perlu memperkuat peran komunitas lokal sebagai penjaga nilai-nilai kuliner tradisional Sasak dengan memberikan ruang bagi mereka untuk berinovasi secara kontekstual tanpa kehilangan identitas budaya. Selain itu, pelatihan bagi pelaku usaha kuliner mengenai storytelling gastronomi, penggunaan bahan lokal berkelanjutan, dan teknik penyajian yang menarik dapat meningkatkan nilai jual kuliner desa tanpa mengorbankan keasliannya. Kolaborasi dengan akademisi, pemerintah daerah, dan platform digital juga penting untuk mendokumentasikan, mempromosikan, serta memastikan keberlanjutan identitas kuliner Bilebante di tengah arus modernisasi pariwisata

Daftar Pustaka

- Adongo, C. A., Anuga, S. W., & Dayour, F. 2015. Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15, 57–64.
- Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Suntikul, W., & Huang, W. J. 2019. Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(3), 295–313.
- Akdag, G., Guler, O., Dalgic, A., Benli, S., & Cakici, A. C. 2018. Do tourists' gastronomic experiences differ within the same geographical region? A comparative study of two Mediterranean destinations: Turkey and Spain. *British Food Journal*, 120(1), 158–171.
- Almansouri, M., Verkerk, R., Fogliano, V., & Luning, P. A. 2022. The heritage food concept and its authenticity risk factors - Validation by culinary professionals. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100523.
- Antón, C., Camarero, C., Laguna, M., & Buhalis, D. 2019. Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(7), 743–764.
- Blake, M. K., Mellor, J., & Crane, L. 2010. Buying Local Food: Shopping Practices, Place, and Consumption Networks in Defining Food as "Local." *Annals of the Association of American Geographers*, 100(2), 409–426.
- Boesen, M., Sundbo, D., & Sundbo, J. 2017. Local food and tourism: an entrepreneurial network approach. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1), 76–91.
- Bolborici, A. M., Lupu, M. I., Sorea, D., & Atudorei, I. A. 2022. Gastronomic Heritage of Făgăraș Land: A Worthwhile Sustainable Resource. *Sustainability* (Switzerland), 14(3), 1199.

- Cahyani, F. A., Safira, K. S., Putra, I. N. U., Nurhalizah, A., & Ayu, J. P. 2024. Perempuan di Desa Wisata Hijau Bilebante terhadap Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(1), 68–77.
- Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. 2023. Co-creative tourism experiences—a conceptual framework and its application to food & wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 48(5), 668–692.
- Cerquetti, M., Ferrara, C., Romagnoli, A., & Vagnarelli, G. 2022. Enhancing Intangible Cultural Heritage for Sustainable Tourism Development in Rural Areas: The Case of the “Marche Food and Wine Memories” Project (Italy). *Sustainability*, 14(24), 16893.
- Ćurčić, N., Svitlica, A. M., Brankov, J., Bjeljic, Ž., Pavlović, S., & Jandžiković, B. 2021. The role of rural tourism in strengthening the sustainability of rural areas: The case of zlakusa village. *Sustainability*, 13(12), 6747.
- Duarte Alonso, A., & Kiat Kok, S. 2021. Sense Of Place and Certainty in Uncertain Socioeconomic Conditions: Contributions of Local Cuisine to Culinary Tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 16(3), 247–262.
- Fitrisna Widyasari, B., Akiriningsih, T., & Suharto. 2022. Partisipasi Masyarakat Dalam Mendukung Kegiatan Pariwisata di Desa Wisata Hijau Bilebante Kabupaten Lombok Tengah. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 3(2), 94–103.
- Ferdianto, J., Rizkiyah, N. F., & Nurhayati, H. 2022. Pemetaan Gastronomi Pulau Lombok Melalui Pendekatan Etnogastronomi. In Seminar Nasional Kepariwisata (SENOTRITA) # 3.
- García-Pérez, L. E., & Castillo-Ortiz, I. 2024. Memorable Gastro-Tourism Experiences: A Systematic Literature Review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100158.
- Grubor, B., Pivarski, B. K., Đerčan, B., Tešanović, D., Banjac, M., Lukić, T., Živković, M. B., Udovičić, D. I., Šmugović, S., Ivanović, V., Ćirić, M., & Ćirić, I. 2022. Traditional and Authentic Food of Ethnic Groups of Vojvodina (Northern Serbia) Preservation and Potential for Tourism Development. *Sustainability*, 14(3), 1805.
- Hurdawaty, R., Dahana, W. D., & Farradia, Y. 2025. Understanding Revisit Intention in Local Culinary Tourism: The Mediating Role of Memorable Culinary Tourism Experience and Destination Image. *Tourism and Hospitality*, 6(4), 184.
- Kalenjuk Pivarski, B., Grubor, B., Banjac, M., Đerčan, B., Tešanović, D., Šmugović, S., Radivojević, G., Ivanović, V., Vujasinović, V., & Stošić, T. 2023. The Sustainability of Gastronomic Heritage and Its Significance for Regional Tourism Development. *Heritage*, 6(4), 3402–3417.
- Kokkranikal, J., & Carabelli, E. 2024. Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 161–172.
- Montserrat Crespi Vallbona. 2020. Satisfying experiences: guided tours at cultural heritage sites. *Journal of Heritage Tourism*, 16(2), 201–217.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. 2021. The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 1–13.

- Ramli, A. M., Zahari, M. S. M., Halim, N. A., & Aris, M. H. M. 2016. The Knowledge of Food Heritage Identity in Klang Valley, Malaysia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 222, 518–527.
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49.
- Sgroi, F. 2021. Food products, gastronomy and religious tourism: The resilience of food landscapes. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26, 100435.
- Sidali, K. L., Capitello, R., & Manurung, A. J. T. 2021. Development and Validation of the Perceived Authenticity Scale for Cheese Specialties with Protected Designation of Origin. *Foods*, 10(2), 248.
- Su, M. M., Wall, G., & Xu, K. 2016. Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 735–757.
- Ekawati, N. K., Budiman, B., & Sumardani, R. 2025. Development of Health and Wellness Tourism Potential in Bilebante Green Tourism Village as a Leading Tourism Attraction, West Nusa Tenggara. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 9(1), 111–123.
- Wareebor, S., Suttikun, C., & Mahasuweerachai, P. 2025. Perceived Authenticity and Tourist Behavior Toward Local Restaurants: An Empirical Study in Thailand. *Tourism and Hospitality*, 6(3), 123.
- Youn, H., Li, J., & Hai, T. 2025. The Effects of Multiple Authenticity Dimensions on Dining Intentions in Ethnic Restaurant. *SAGE Open*, 15(1), 1–15.