



Sejarah Bakso: Dari Bak-so Tionghoa hingga Ikon Kuliner Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perekonomian

Zakkiya Sholihubbana Indratno¹ Jelis Ayu Bunga Ardentia² Tiara Naisyela Putri³

^{1,2,3} Bahasa Mandarin untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, Universitas Sebelas Maret

¹jelisayu@student.uns.ac.id, ²tiara.naisyela@student.uns.ac.id, ³zakiya.s.indratno@student.uns.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas proses transformasi bakso dari kuliner bak-so yang berakar pada tradisi Tionghoa menjadi salah satu ikon kuliner Indonesia. Fokus penelitian diarahkan pada dinamika akulturasi budaya yang melibatkan penyesuaian bahan, teknik pengolahan, serta pola penyajian bakso agar selaras dengan nilai religius, selera, dan kebiasaan masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dengan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan terkait diaspora Tionghoa, akulturasi kuliner, dan sosiologi makanan. Hasil kajian menunjukkan bahwa bakso tidak hanya mengalami perubahan sebagai produk makanan, tetapi juga mengalami pergeseran makna dan fungsi sosial. Dalam perkembangannya, bakso bertransformasi dari hidangan berbasis tradisi migran menjadi simbol integrasi budaya yang diterima lintas etnis dan kelas sosial. Selain itu, bakso juga berkembang sebagai praktik ekonomi mikro yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa akulturasi kuliner tidak sekadar menghasilkan adaptasi resep, tetapi turut membentuk identitas sosial serta praktik ekonomi berbasis keseharian dalam konteks budaya Indonesia.

Kata Kunci: Bakso, Akulturasi Budaya, Ekonomi Mikro, Diaspora Tionghoa, Identitas Sosial

PENDAHULUAN

Mobilitas manusia lintas negara berperan penting dalam proses pertukaran budaya, termasuk dalam bidang kuliner. Di Asia Tenggara, diaspora Tionghoa yang mencakup kelompok *Huaren* dan *Huayi* memiliki kontribusi besar dalam penyebaran praktik budaya dari Tiongkok ke wilayah lain. Gelombang migrasi yang terjadi antara abad ke-15 hingga ke-19, akibat faktor politik dan perdagangan, mendorong terbentuknya permukiman Tionghoa di kota-kota pelabuhan seperti Batavia, Semarang, dan Surabaya (Wang, 2017; Suryadinata, 2015). Interaksi yang berlangsung secara intensif di wilayah-wilayah tersebut menciptakan pertukaran budaya yang berkelanjutan dengan masyarakat lokal. Kuliner merupakan salah satu unsur budaya yang paling mudah beradaptasi. Berdasarkan teori akulturasi Berry (1997), pertemuan antarbudaya tidak selalu menghilangkan budaya asal, tetapi justru dapat melahirkan bentuk budaya baru yang bersifat hibrid. Dalam konteks Indonesia, masakan Tionghoa mengalami berbagai penyesuaian, baik dari segi bahan, cita rasa, maupun cara pengolahan, agar sesuai dengan nilai budaya dan selera masyarakat setempat. Bakso merupakan contoh nyata dari proses tersebut. Secara etimologis, istilah bakso berasal dari bahasa Hokkien *bak-so* (肉酥) yang berarti daging cincang. Di Tiongkok, hidangan ini pada awalnya menggunakan daging babi sebagai bahan utama (Tan, 2019). Namun, ketika diperkenalkan ke Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, bakso mengalami serangkaian adaptasi penting, baik dari segi bahan, teknik pengolahan, maupun pola penyajian. Proses ini tidak hanya mencerminkan penyesuaian resep, tetapi juga memperlihatkan mekanisme integrasi budaya yang lebih luas. Melalui perspektif teori adaptasi lintas budaya (Kim, 2001), makanan tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga sebagai media negosiasi identitas antara kelompok pendatang dan masyarakat penerima. Dari permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses akulturasi yang melatarbelakangi transformasi bakso dari kuliner berbasis tradisi Tionghoa menjadi bagian dari identitas kuliner Indonesia. Penelitian ini secara khusus menyoroti bagaimana bakso berfungsi sebagai medium integrasi budaya sekaligus berkembang sebagai simbol sosial dan praktik ekonomi mikro dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian akulturasi budaya melalui perspektif kuliner.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi pustaka yang melalui analisis studi kasus konseptual. Secara epistemologis, studi pustaka berfungsi untuk membangun landasan teori yang kuat dengan menelaah dokumen formal maupun digital yang relevan (Arikunto, 2002). Prosedur penelitian ini dilaksanakan dalam empat tahapan utama, sebagaimana diilustrasikan pada Gambar 1. Tahapan tersebut dimulai dari identifikasi literatur hingga penarikan kesimpulan yang komprehensif.

Marketing Research Process



Gambar 1

Untuk menjaga kredibilitas hasil penelitian, pengumpulan data dilakukan melalui dua cara utama:

1. **Studi Dokumen:** Menelaah artikel jurnal ilmiah yang berfokus pada tema diaspora Tionghoa, akulturasi kuliner, dan sosiologi makanan di Asia Tenggara.
2. **Diskusi dengan Ahli:** Melakukan konsultasi dengan dosen mata kuliah gambaran umum tiongkok guna memastikan akurasi interpretasi budaya dan etimologi istilah.

Penelitian difokuskan pada objek bakso, meliputi bahan yang digunakan dalam pembuatan bakso, cara pengolahan, serta variasi penyajian bakso ala Nusantara yang mampu menarik minat banyak orang untuk mencicipinya. Seluruh data diolah menggunakan teknik analisis tematik, dengan menitikberatkan pada dinamika adaptasi kultural yang terjadi (Kim, 2001)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asal usul bakso

Secara historis, keberadaan bakso dapat ditelusuri kembali ke masa Dinasti Ming (1368–1644) di wilayah Fuzhou, Provinsi Fujian, Tiongkok. Penciptaan hidangan ini diinisiasi oleh seorang pemuda bernama Meng Bo. Fenomena ini merepresentasikan wujud inovasi kuliner yang didorong oleh nilai-nilai bakti anak terhadap orang tua, di mana Meng Bo berupaya memodifikasi tekstur daging yang liat menjadi lebih lunak melalui teknik mekanis.

Metodologi pembuatan bakso pada awalnya mengadopsi prinsip pengolahan mochi (kue ketan). Proses ini melibatkan:

1. Penumbukan :Penghalusan serat daging secara manual untuk menghasilkan massa yang kohesif dan lembut.
2. Pembentukan :Massa daging dibentuk menjadi bulatan kecil guna mempermudah konsumsi bagi individu dengan keterbatasan fungsional gigi (geriatri).
3. Termo-proses (Boiling): Perebusan dalam kaldu untuk mempertahankan kelembapan dan cita rasa asli daging.

Secara etimologi, istilah "bakso" berakar dari dialek Hokkien (Min Nan), yakni *bak-so* (肉丸). Berdasarkan analisis linguistik:

- Bak (肉): Merujuk pada daging (secara umum dalam budaya asalnya sering diasosiasikan dengan daging babi atau sapi).
- So (酥/丸): Mengindikasikan tekstur yang halus, lumat, atau merujuk pada bentuk bola daging.

Sebelum istilah "bakso" mengalami standarisasi, masyarakat lokal di Fuzhou menggunakan nomenklatur *Gung Wang*. Secara semantik, *Gung* merepresentasikan tindakan kinetik berupa pemukulan atau penumbukan, sementara *Wang* bermakna bola kecil. Hal ini mengonfirmasi bahwa penamaan hidangan pada masa itu sangat dipengaruhi oleh proses cara tradisional yang digunakan.

Proses masuk ke Indonesia

Migrasi masyarakat Tionghoa ke Indonesia tidak hanya menyediakan tenaga kerja dan penguatan jaringan perdagangan, tetapi juga menjadi alat praktik budaya yang berkelanjutan, termasuk dalam ranah kuliner. Dalam perspektif kajian budaya dan migrasi, makanan berfungsi sebagai penanda identitas kultural sekaligus sarana interaksi sosial antara komunitas pendatang dan masyarakat lokal (Wang, 2017). Oleh karena itu, praktik kuliner yang dibawa oleh migran Tionghoa mengalami proses negosiasi dan adaptasi seiring dengan konteks sosial-budaya wilayah tujuan.

Di tiongkok, hidangan ini disebut *rouwān* (肉丸) yang dominan berbahan dasar daging menunjukkan tingkat adaptabilitas yang tinggi karena fleksibilitas dalam pemilihan bahan dan teknik pengolahan. Karakteristik tersebut memungkinkan hidangan ini untuk menyesuaikan diri dengan preferensi lokal serta norma budaya yang berlaku, sehingga memudahkan proses penerimaan di lingkungan baru. Kehadiran bakso di Indonesia dibawa oleh para migran dan pedagang Tionghoa pada rentang abad ke-17 hingga ke-19, terutama di kota-kota dengan pelabuhan besar seperti Batavia, Semarang, dan Surabaya. Awalnya bakso dominan berbahan dasar daging babi. Namun, seiring dengan wilayah Nusantara yang mayoritas beragama Islam, terjadi adaptasi religius yang mengubah bahan dasar utama.

Akulturasi dan Inovasi Penyajian Lokal

Bakso adalah makanan tradisi kuliner Tionghoa yang bertransformasi saat masuk ke Indonesia. Varian kuliner berbasis daging ini awalnya dibawa oleh migran Tionghoa yang menetap di berbagai pusat perdagangan pesisir Nusantara dan terus berkembang melalui interaksi sosial antara komunitas Tionghoa dengan masyarakat setempat. Dinamika ini tidak hanya sekedar transfer teknik dan resep, tetapi juga melibatkan *negosiasi budaya* dalam konteks norma, preferensi, dan nilai religius lokal.

Pemahaman akulturasi bakso dapat dilihat melalui perubahan bahan dan cara pengolahan. Makanan berbasis bakso Tionghoa yang awalnya menggunakan bahan baku dasar babi, namun dalam konteks mayoritas penduduk muslim di Indonesia, bahan baku tersebut dimodifikasi dan disesuaikan menjadi daging sapi, ayam, atau ikan agar sesuai dengan nilai dan hukum lokal. Perubahan ini menunjukkan adanya adaptasi budaya yang memungkinkan bakso menjadi diterima secara luas di masyarakat Indonesia, sekaligus mempertahankan teknik inti pengolahan yang diadaptasi dari tradisi migran.

Penyesuaian ini tidak terbatas pada aspek bahan baku saja, tetapi juga pada pola penyajian dan konteks konsumsi. Dalam tradisi kuliner Cina, hidangan bakso cenderung sederhana dan terpisah dari kombinasi makanan lain. Namun, di Indonesia hidangan ini berkembang menjadi satu kesatuan mangkuk yang kompleks seperti menggabungkan mi, bihun, tahu, pangsit, hingga berbagai varian gorengan dalam kuah yang lebih gurih dan kaya rempah. Manifestasi lokal ini kemudian melahirkan kekayaan ragam varian, seperti Bakso Solo yang mempertahankan karakteristik kaldu sapi murni, serta Bakso Malang yang menonjolkan variasi pelengkap yang lebih beragam (Mufidah, 2024).

Dengan demikian, bakso di Indonesia bukan hanya sekedar hasil adaptasi teknis resep tradisional, tetapi mencerminkan proses akulturasi budaya kuliner yang berdinamika. Keberhasilan bakso dalam menembus berbagai segmen masyarakat menunjukkan bahwa makanan khas tradisional dapat berfungsi sebagai *alat* yang menyatukan identitas budaya migran dengan nilai-nilai lokal tanpa menghapus asal-usulnya, melainkan menggabungkannya dalam bentuk yang diterima secara luas oleh masyarakat.

Dampak Terhadap Perekonomian

Proses akulturasi kuliner Tionghoa di Indonesia tidak hanya berlangsung pada ranah budaya, tetapi juga merembes ke dimensi sosial-ekonomi masyarakat. Salah satu manifestasi paling nyata dari dinamika ini adalah transformasi hidangan Tionghoa termasuk bakso dari sajian domestik atau restoran etnis menjadi street food yang dijual melalui gerobak. Pergeseran ini mencerminkan pembentukan ekonomi kerakyatan berbasis usaha mikro, di mana kuliner berfungsi sebagai medium pemberdayaan sosial dan mobilitas ekonomi. Prabasmoro (2020) dalam *Jurnal Gastronomi Indonesia* menegaskan bahwa keberhasilan kuliner Tionghoa dalam mencapai popularitas luas dipengaruhi oleh strategi adaptasi pasar yang menekankan keterjangkauan, aksesibilitas, serta lokalisasi cita rasa. Temuan tersebut memperkuat teori akulturasi yang melihat interaksi budaya sebagai proses saling memengaruhi, yang mendorong berbagai kuliner untuk bergeser ke format street food ketika mengalami adopsi massal.

Gerobak kemudian berfungsi sebagai simbol ekonomi kerakyatan sekaligus teknologi sosial untuk menurunkan hambatan masuk ke sektor usaha. Suroso (2017) dalam *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* mengidentifikasi pedagang kaki lima sebagai aktor penting dalam perekonomian mikro. Penggunaan gerobak memungkinkan mereka menyediakan

pangan cepat, murah, dan mudah diakses. Selain itu, adaptasi bakso ke preferensi mayoritas Muslim melalui penyesuaian bahan dan teknik olahan turut memperluas pasarnya. Cholid (2019) dalam *Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya* menunjukkan adanya proses akulturasi signifikan, misalnya penggantian bahan non-halal dengan daging sapi atau ayam. Adaptasi ini bukan hanya strategi pasar, tetapi refleksi interaksi budaya yang terkadang memunculkan perdebatan mengenai otentisitas kuliner.

Peran komunitas Tionghoa dalam mentransfer keahlian kuliner juga krusial. Heriyanto (2021) dalam *Jurnal Humaniora* menjelaskan bahwa interaksi antara pedagang Tionghoa dan masyarakat lokal menghasilkan transfer keterampilan pengolahan bakso, mie, dan pangsit. Ketika resep dan teknik tersebut diadopsi oleh masyarakat lokal, model usaha pun bergeser dari produksi domestik menjadi komersialisasi melalui gerobak, mempercepat penyebaran horizontal kuliner tersebut di berbagai wilayah. Meski demikian, Heriyanto tidak banyak mengulas dampak negatif seperti potensi erosi identitas kuliner Tionghoa akibat komodifikasi.

Transformasi bakso menjadi street food juga memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi kerakyatan. Amalia dan Hapsari (2020) dalam *Jurnal Ekonomi Rakyat* menunjukkan bahwa pedagang kuliner informal berperan dalam mendistribusikan pendapatan ke kelompok menengah-bawah, meskipun penelitian tersebut masih memerlukan pendalaman kuantitatif terkait volatilitas pendapatan pedagang. Selain itu, pergeseran kuliner Tionghoa seperti bakso telah berkontribusi pada pembentukan identitas nasional baru. Widodo (2018) dalam *Jurnal Ilmu Sosial Budaya* menyatakan bahwa bakso kini dipersepsikan sebagai makanan “Indonesia”, meskipun ia memiliki akar Tionghoa, yang menunjukkan proses hibriditas budaya serta negosiasi identitas di tengah globalisasi.

Secara makro, peralihan bakso ke model gerobak dapat dipahami sebagai respons terhadap urbanisasi, keterbatasan ruang formal, dan meningkatnya kebutuhan pangan cepat. Rothenberg et al. (2016) memposisikan sektor informal sebagai “katup pengaman” ekonomi yang menyerap tenaga kerja dengan hambatan masuk rendah. Dalam konteks bakso, penggunaan gerobak mengurangi biaya operasional sehingga harga dapat tetap terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, berbeda dengan restoran formal. Bhowmik (2005) juga menekankan bahwa pedagang kaki lima di Asia bukan merupakan residu ekonomi, tetapi penyedia jasa vital dalam ekosistem perkotaan, terutama dalam akses pangan murah. Dengan demikian, transformasi bakso dari kuliner etnis menjadi street food mencerminkan proses “indigenisasi ekonomi”, yakni adaptasi produk budaya terhadap daya beli, mobilitas, dan kebutuhan masyarakat Indonesia, sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam struktur ekonomi nasional.

Bakso sebagai Ikon Kuliner Nasional

Meskipun bukan berasal dari Indonesia, bakso telah menjadi ikon kuliner yang tidak terpisahkan dari makanan tradisional Indonesia. Hal ini disebabkan oleh proses akulturasi, adaptasi, dan inovasi yang mendalam sehingga mengubah bakso menjadi hidangan yang memiliki cita rasa dan karakteristik khas Indonesia.

Berikut adalah faktor-faktor utama yang membuat bakso menjadi ikon kuliner Indonesia:

a. Inovasi dan Keragaman yang Luas

Kreativitas masyarakat Indonesia telah melahirkan beragam varian bakso yang unik di setiap daerah. Seiring waktu, inovasi bakso semakin beragam. Selain varian tradisional seperti bakso urat atau bakso telur, kini hadir kreasi modern seperti bakso berisi bakso kecil, bakso keju, hingga bakso cabai pedas. Inovasi ini membuat bakso tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang pesat. Kreativitas ini menunjukkan bahwa bakso telah sepenuhnya menyatu dengan budaya kuliner Indonesia, jauh melampaui bentuk asalnya dari Tiongkok.

b. Merakyat dan Mudah Dijangkau

Bakso adalah hidangan yang merakyat dan dapat ditemukan di mana saja, mulai dari gerobak pedagang kaki lima hingga restoran mewah. Harganya yang relatif terjangkau menjadikannya makanan favorit semua kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Kemudahan akses ini menjadikan bakso sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat.

c. Simbol Makanan yang Menyatukan

Bakso seringkali menjadi pilihan utama untuk dinikmati dalam berbagai kesempatan, baik saat santai bersama keluarga dan teman, maupun sebagai hidangan penghangat di kala hujan. Momen kebersamaan sambil menyantap semangkuk bakso panas telah menjadi bagian dari budaya sosial di Indonesia.

Dengan kata lain, meskipun akarnya berasal dari kuliner Tionghoa, bakso telah melalui proses "pribumisasi" yang begitu kuat. Melalui adaptasi bahan, penyesuaian bumbu, inovasi tiada henti, dan perannya dalam kehidupan sosial, bakso telah bertransformasi dan diakui sebagai hidangan yang seutuhnya milik Indonesia.

Hidangan ini bukan hanya makanan murah dan hangat yang menyatukan masyarakat, tapi juga simbol akulturasi budaya yang harmonis, di mana rasa Tiongkok berpadu sempurna dengan selera masyarakat Indonesia.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa bakso mengalami pergeseran makna dan fungsi dari makanan bakso yang berakar pada budaya Tionghoa menjadi bagian integral dari identitas kuliner Indonesia. Transformasi tersebut terjadi melalui rangkaian proses akulturasi yang melibatkan penyesuaian berkelanjutan, baik pada aspek teknik pengolahan maupun perumusan resep, sehingga sesuai dengan selera dan karakter lokal masyarakat. Dalam kerangka tersebut, bakso dapat dipahami sebagai contoh keberhasilan strategi integrasi budaya yang tidak hanya menghasilkan penyesuaian kuliner, tetapi juga melahirkan simbol sosial dan ekonomi. Dalam konteks perkembangannya, bakso tidak lagi terbatas sebagai sajian domestik, tetapi telah berkembang menjadi aktivitas ekonomi berskala mikro yang memiliki kontribusi signifikan. Keberadaan bakso dapat dijumpai secara luas, mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran di kawasan perkotaan, yang menunjukkan tingkat penerimaan sosial yang tinggi serta mengukuhkan posisinya sebagai salah satu ikon kuliner nasional. Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa akulturasi budaya tidak hanya dapat dipahami sebagai proses adaptasi simbolik, tetapi juga sebagai mekanisme pembentukan identitas sosial dan praktik ekonomi berbasis keseharian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada satu sama lain atas kerja sama tim, dukungan, dan dedikasi yang tak henti-hentinya selama proses penulisan jurnal ini. Kolaborasi kami telah menjadi kunci keberhasilan penyelesaian karya ini. Secara khusus, kami juga ingin menyampaikan apresiasi mendalam kepada Ibu Ruth Kiana atas bimbingan, masukan, dan bantuannya dalam memeriksa naskah jurnal ini, yang telah sangat berkontribusi pada kualitas akhir pekerjaan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Y. R., & Hapsari, M. T. (2020). Peran pedagang kuliner informal dalam distribusi pendapatan masyarakat. *Jurnal Ekonomi Rakyat*.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5–34. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x>
- Bhowmik, S. K. (2005). Street vendors in Asia: A review. *Economic and Political Weekly*, 40(22), 2256–2264.
- Cholid, N. (2019). Jejak akulturasi dalam tradisi lokal. *Scientia: Jurnal Hasil Penelitian*, 4(2).
- Heriyanto. (2021). Transfer keterampilan kuliner dalam interaksi sosial Tionghoa-lokal. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 12(1), 17–24.
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming intercultural: An integrative theory of communication and cross-cultural adaptation*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mufidah, F. (2020). Karakteristik bakso Malang dan Solo yang tersebar di kota Malang ditinjau dari kadar air, warna, tekstur, dan penyajian. *Skripsi, Universitas Brawijaya*.
- Prabasmoro, T. (2020). Bobotoh dan persib: Mengonsumsi identitas melalui makanan. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 12(2), 243. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v12i2.598>
- Rothenberg, A. D., Gaduh, A., Burger, N. E., Chazali, C., Tjandraningsih, I., Radikun, R., Sutera, C., & Weiland, S. (2016). Rethinking Indonesia's informal sector. *World Development*, 80, 96–113. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.11.005>

- Suroso, D. E. S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kelurahan malaka sari, duren sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 7–20.
- Suryadinata, L. (2015). *Prominent Indonesian Chinese: Biographical sketches* (4th ed.). Singapore: ISEAS – Yusof Ishak Institute.
- Wang, C. (2017). *Museum representations of Chinese diasporas: Migration histories and the cultural heritage of the homeland*. London: Routledge.