

Kecap dan Bakpao



Heri Priyatmoko
Dosen Sejarah,
Univ Sanata Dharma
Pegiat Studi Kuliner Solo

Perayaan Imlek telah berlalu. Tapi, kemeriannya masih terlihat pada acara *Kampoeng Tiongkok* di Solo Paragon Mall yang diikuti puluhan *stand* kuliner. Harus sportif diakui bahwa kita berhutang kepada etnis Tionghoa dalam perkara makanan. Kehadiran mereka berabad silam turut memperkaya budaya kuliner Indonesia, sebut saja kecap dan bakpao.

Kecap adalah hasil proses kreatif pengolahan kedelai secara khas di Hindia Timur. Bahan dasar kecap ini dibawa iring dan dikembangkan oleh bangsa Tionghoa di Nusantara. Melimpahnya kedelai bukan hanya mendorong pembudidayaannya, namun juga dibarengi pemikiran bagaimana cara terbaik untuk menikmatinya, maka lahirlah kecap alias saus kedelai (*soy-sauce*). Denys Lombard (2006) menekankan bahwa kita jangan melupakan peran kedelai dan aneka produk yang dihasilkannya. Baik sebagai makanan pokok (tahu, tempe, oncom), maupun lezat masakan dengan berbagai rasa: tauti, tauti, dan kecap.

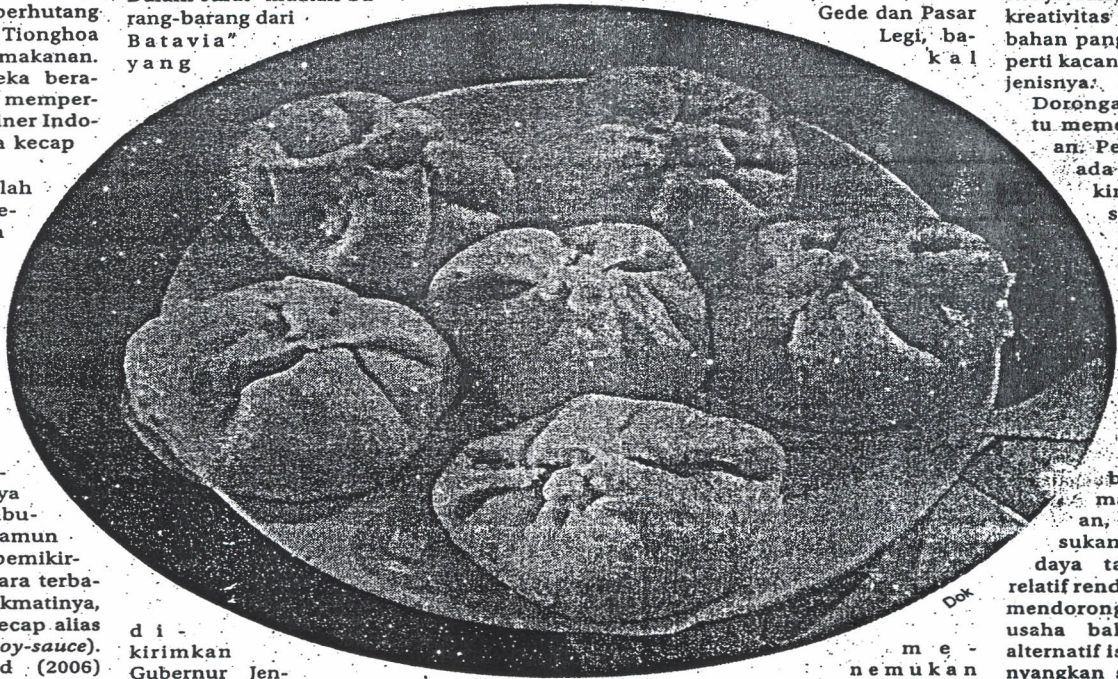
Bila diselidik lebih jauh, asal-muasal kata "kecap" itu sendiri sudah dipakai sejak pengujung abad VII. Dari penelusuran kavan Fadly Rahman (2014), kata itu telah disinggung seorang pedagang bernama William Petyt. Dalam aporan tahun 1680, ia menyebut sebuah barang yang diimpor ke Inggris: "...dan sekarang kita punya ejenis saus baru bernama *Catch-up dari Hindia Timur yang dijual seharga 1 Guinea per botol*". Kata "Catch-up" yang

diserat Petyt dengan awalan kapital, menarik disibak. Apakah ini salah pelafalannya terhadap *ketchup* atau *ketchup*? Terasa ganjil seorang Inggris seperti Petyt tak menyebut kata *soy sauce*. Namun keterangan ini menjadi gamblang tatkala ia menuding asalnya "dari Hindia Timur," sehingga apa yang dimaksudnya itu ialah kata untuk menyebut jenis saus (di/dari) Hindia Timur. Intinya, ini suatu jenis saus kedelai yang berbeda dengan jenis lainnya. Semisal, saus kedelai dari Jepang yang beredar di Hindia Timur abad XVIII tercatat dalam arsip VOC. Dalam surat "muatan barang-barang dari Batavia" yang

Realitas kultural di atas menyembulkan sebongkah pesan arif bahwa konflik etnis yang pecah berulang kali di masa lalu tak merembet ke meja makan.

saban kota punya kecap andalan dan kebanggaan. Mari kita deretkan: merek SH dan Benteng (Tangerang), Hati Angsa (Medan), Bango, Mirama (Semarang), Cap Buah Manis (Surabaya), Sumber Baru dan Sinar (Makasar), Cap Bulan (Palembang), Djoe Hoa (Tegal), Sawi (Kediri), Banyak Mliwis (Kebu-

Cina: *bak* (daging babi) dan *pao* (roti). Selain etnis Tionghoa, komunitas pribumi dan Arab yang bercokol di Solo juga menyantapnya. Di wilayah perkotaan, makanan pengganjal perut ini merembek dan mudah didapatkan, tanpa kudu menunggu datangnya Imlek. Bila kita menyusuri sepanjang kawasan Pecinan Pasar Gede dan Pasar Legi, bak-



di kirimkan Gubernur Jenderal Andreas Valckeneir kepada Heren XVII pada 31 Januari 1739, salah satu barang yang dilaporkan, yakni 36 peti *Zoija Japance* atau kecap Jepang. Kata *Catch-up* yang dipakai Petyt agaknya merujuk pada jenis cairan kental kedelai yang diproduksi hanya di Hindia Timur dengan ciri kental manisnya (kecap manis).

Orang pribumi ikut utak-utik resep asli dari Tiongkok dan menghasilkan ciptaan baru, berbeda dengan aslinya serta unik. Bahkan, di beberapa produsen kecap ada yang kreatif menambahkan tetes tebu (*molasses*), hasil limbah produksi gula yang bertekstur kental pekat. Penambahan tetes tebu dimaksudkan demi mengurangi biaya produksi. Hampir bisa dipastikan,

men), Udang (Purwodadi), dan masih banyak lagi. Aneka kecap jawara yang mengusung tradisi sangat panjang ini lumrah hanya dapat ditemukan di toko-toko setempat (Aji Chen Bromokusumo, 2013).

Kecap yang terpapar di atas jangan dinilai sebagai "barang sepele". Sebab, manusia Indonesia yang tersebar di penjuru dunia juga mengandalkan kecap manis di tempat tinggalnya. Kecap tersebut laksana senjata pamungkas di perantaraan. Semua kerinduan akan masakan Tanah Air akan tuntas dengan kecap manis.

Bakpao

Cerita yang tak kalah menarik adalah bakpao, yang berasal dari bahasa

ayam dan daging sapi. Beberapa perusahaan dalam skala lebih kecil menjual bakpao berisi kacang hijau, dan kreasi kacang lainnya.

Merujuk laporan jurnalis majalah *Selera* (1985), aneka rupa faktor yang mendorong perkembangan kreasi bakpao, yakni adat atau kebiasaan. Diakui dalam masyarakat heterogen terdapat berbagai macam versi kepercayaan terhadap makanan. Beberapa golongan tidak makan daging babi misalnya, atau ada pula yang tidak memakan segala jenis daging dan olahannya (vegetarian). Kenyataan ini memantik kreativitas penggunaan bahan pangan nabati, seperti kacang hijau dan sejenisnya.

Dorongan lainnya, yaitu memenuhi kesehatan. Penyuka bakpao ada yang menyakini mengkonsumsi makanan tersebut lantaran telah mempertimbangkan keuntungan yang diperoleh, segi rasa, maupun nutrisi yang disuplai. Posisi bakpao sebagai makanan selingan, maka pemasukan nutrisi dan daya tahan kenyang relatif rendah. Kondisi ini mendorong kreasi pengusaha bakpao mencari alternatif isi yang mengenyangkan sekaligus terasa enak dan bergizi dengan catatan harga sediki mahal.

Bukan hanya itu, masyarakat Indonesia ternyata tidak alergi dengan bakpao. Realitas kultural di atas menyembulkan sebongkah pesan arif bahwa konflik etnis yang pecah berulang kali di masa lalu tak merembet ke meja makan. Eloknya lagi, komunitas peranakan Tionghoa tidak mengklaim itu sebagai olahan nenek moyangnya. Juga tidak melarang orang pribumi turut menyantapnya. Bakpao dan kecap sejatinya produk kuliner Nusantara khas Peranakan Tionghoa, yang tetap sanggup bertahan bahkan mampu melewati gempuran rezim masa silam yang kondang represif terhadap orang dan budaya Tionghoa di Indonesia.