

Kota Kuliner Global Singapura: Buah Strategi Pembangunan atau Bonus Pertumbuhan Kawasan?

Faris Hidayat – 070912021

Program Studi S1 Hubungan Internasional, Universitas Airlangga

ABSTRACT

Singapore is a country with impressive growth in Southeast Asia. As a city-state with a small territory and limitations, Singapore able to achieve success in development and continues to grow by combining government intervention and openness to global markets. Global city image is an achievement for Singapore development. The reason Singapore regarded as a global city is the superior global information-transportation infrastructure and the rapid development of high-tech industries. Experienced build a global city and a strategic position as a hub in the region, Singapore become a global culinary city, a luxury industrial city as a gathering place for culinary variety from around the world. The emergence can be seen as one of Singapore's development strategy. On the other hand, the birth of a global culinary city also has linkages with Southeast Asian economies which continues to accelerate growth.

Key Words: *Singapore, Regional Development, Culinary city, Development Strategy*

Singapura menjadi negara dengan pertumbuhan yang mengagumkan di Asia Tenggara. Singapura sebagai negara-kota dengan teritori yang kecil dan dengan segala keterbatasannya mampu mencapai keberhasilan dalam pembangunan dan terus tumbuh dengan mengkombinasikan intervensi pemerintah dan keterbukaan terhadap pasar global. Salah satu keberhasilan pembangunan adalah melekatnya image kota global di Asia Tenggara pada Singapura. Alasan Singapura dianggap sebagai kota global adalah kekuatan infrastruktur informasi dan transportasi dan pesatnya perkembangan dan pertumbuhan industri canggih. Kini Singapura kembali menemukan kekhasannya. Berpengalaman membangun kota global serta posisi strategis sebagai hub di kawasan, dilahirkanlah industri mewah yang terus bertumbuh pesat. Singapura menjadi kota kuliner global, kota sebagai tempat berkumpulnya berbagai kuliner dari penjuru dunia. Kemunculan kota kuliner ini bisa dilihat sebagai salah satu strategi pembangunan Singapura. Disisi lain, Kelahiran kota kuliner global ini juga memiliki keterkaitan dengan perekonomian Asia Tenggara yang terus berakselerasi tumbuh.

Kata Kunci: *Singapura, Pertumbuhan Kawasan, Kota Kuliner, Strategi Pembangunan*

Industri kuliner Singapura yang berkembang dengan pesat secara kuantitas maupun kualitas, telah menjadikannya sebagai salah satu kota kuliner global dunia. Selain karena jumlah restoran dan penyedia jasa makanan lain yang besar, industri tersebut juga telah memenuhi indikator kota kuliner: *pertama*, keberadaan tenaga ahli seperti ‘*star chef*’; *kedua*, iklim pengusaha kuliner yang sangat mendukung; *ketiga*, keberadaan suplai yang mencukupi untuk mendukung industri ini (Farrer, 2010).¹ Industri pariwisata secara umum tumbuh pesat di Asia Tenggara pada dekade terakhir, namun tidak semua negara membangun industri kuliner menjadi salah satu kekuatan utama yang khas. Dalam kacamata persaingan, praktis dalam industri ini Asia Tenggara hanya menghadirkan Thailand dan Singapura sebagai kekuatan utama. Berbeda dari Thailand yang cenderung ekspansionis, pengembangan industri kuliner Singapura dikerangkakan dalam kota global sebagai tempat berkumpulnya berbagai hidangan dari penjuru dunia.

Dapat dikonfirmasi bahwa pemerintah telah melakukan kerja konkrit dengan mencetak berbagai kebijakan dalam pembangunan kota kuliner global. Melalui distribusi dan koordinasi agensi-agensi negara, kota yang lebih dikenal sebagai pelabuhan kapal-kapal pengangkut barang dan pusat bisnis selama abad ke-20, dipercanggih menjadi sebuah tempat singgah, menikmati waktu luang dan mencari pengalaman baru. Sebuah kota mewah dengan berbagai atraksi termasuk kesempatan menikmati hidangan dari berbagai penjuru dunia. Disisi lain, kawasan juga memberikan kontribusi penting bagi tumbuhnya sektor pariwisata yang sebagian besar berakar dari pertumbuhan ekonomi. Pada dasarnya kemunculan kota kuliner global Singapura terfasilitasi oleh kawasan yang tumbuh dan semakin diuntungkan dengan keberadaan jejaring yang membutuhkan hub dalam kawasan.

Dengan penjelasan tersebut, pertanyaan yang diajukan dalam tulisan ini, “Mengapa Singapura menjadi kota kuliner global?” memiliki dua pilihan penjelasan: *pertama*, sebuah kreasi strategi pembangunan dari pemerintah Singapura; *kedua*, bonus untuk Singapura dari akselerasi ekonomi kawasan. Untuk mengukur kesesuaian kedua pilihan tersebut, dijelaskan dalam tulisan ini melalui empat bagian utama. Pada bagian pertama dengan singkat akan diurikan kembali dua kemungkinan penjelasan secara teoritik. Bagian kedua menguraikan peran-peran pemerintah dalam membangun industri ini. Bagian ketiga menjelaskan ekonomi kawasan yang bertumbuh berkontribusi penting pada

¹ Istilah kota kuliner global diadaptasi dari tulisan James Farrer, “Eating the West and Beating the Rest: Culinary Occidentalism and Urban Soft Power in Asia’s Global Food Cities” yang menggunakan Global Food City untuk menjelaskan fenomena menjamurnya makanan asing di Tokyo dan Shanghai.

kemunculan kota kuliner global Singapura. Pada bagian terakhir dilihat adanya kemungkinan hubungan kedua penjelasan.

Dua Pilihan Penjelasan: Buah Strategi Pembangunan atau Bonus Pertumbuhan Kawasan?

Industri yang tumbuh dan berkembang secara teoritis didasarkan pada dua penjelasan yang berbeda. Pendekatan pertama lebih melihat keberhasilan sebuah industri digerakkan oleh signifikansi peran produsen dalam menghasilkan produk yang dibangun berdasar *competitive advantage* (Porter, 1990; Tsai dan Horng 2012). Industri dari produk tersebut terus tumbuh dan berkembang dengan rasionalisasi *Economic of scale* (Krugman, 1980). Sementara pendekatan kedua melihat kontribusi lokasi dari industri lebih esensial dalam keberhasilan sebuah industri (Weber, 1929). Kondisi lingkungan yang ideal bagi tumbuh kembang industri didefinisikan dengan ketersediaan faktor produksi dan kedekatan lokasi industri dengan lokasi konsumsi.

Dengan menggunakan pendekatan pertama dalam menjelaskan kota kuliner global, Singapura dilihat sebagai negara kota dengan intervensi pasar yang kuat (Seok-Fang, 2001; Gerstl, 2003), mampu membangun produk pariwisata unggul. Tetapi segala keterbatasan sumberdaya, kecilnya pasar domestik dan orientasi ekonomi terbukanya, penjelasan pendekatan kedua menemui relevansi. Pertanda kemunculan kota kuliner global adalah sebuah kreasi pemerintah, dapat dilihat dari intensi Singapura dalam memproduksi kebijakan-kebijakan pariwisata. Selain itu, Singapura harus benar-benar mengoptimalkan penataan kota untuk berhasil membangun kota kuliner global dengan keterbatasan lahan. Sementara itu, kemunculan kota kuliner global juga bisa dilihat sebagai hasil dari keseluruhan proses pertumbuhan kawasan. Meskipun Singapura adalah negara dengan berbagai keterbatasan, kawasan telah menyediakan semua kebutuhan seperti produk agrikultur, tenaga kerja, pasar yang besar dan kesemuanya didukung oleh keberadaan *mode* transportasi masa yang murah. Selain itu, perkembangan kelembagaan dalam kawasan yang berwujud ASEAN, berkontribusi besar dalam pembentukan lingkungan ideal bagi kemunculan kota kuliner global di Singapura.

Strategi Pembangunan Kota Kuliner Global Singapura

Kekuatan fondasi keseluruhan industri sudah dibangun sedari Singapura menyatakan kemandiriannya sebagai negara yang merdeka. Intensi Singapura dalam membangun industri pariwisata sudah terlihat

sejak diberlakukannya berbagai kelonggaran pajak, termasuk pemberian insentif bagi perusahaan-perusahaan pionir manufaktur maupun jasa, ditambah dengan insentif susulan bagi pengembang industri. Pentingnya sektor industri pariwisata bagi Singapura mulai terlihat ketika keistimewaan insentif yang lebih besar bahkan *investment allowance* diberikan pada mereka yang bergerak dalam promosi pariwisata. (Murray dan Perera, 1996). Singapura berhasil menjadi pusat industri setelah penetrasi besar-besaran perusahaan asing (MNC). Menggunakan MNC sebagai motor industri, perekonomian Singapura terus tumbuh. Posisi sebagai salah satu pusat industri dunia secara berkelanjutan terus diperkuat ditengah industri yang terus tumbuh. *Pertama*, dengan memperkuat industri perakitan kapal, pelayanan dan pergudangan; *kedua*, pembangunan transportasi masa seperti MRT yang menghubungkan seluruh wilayah Singapura secara berkelanjutan; *ketiga*, terus memperbesar kapasitas dan mempercanggih Bandara Internasional Changi salah satunya dengan pembangunan terminal khusus untuk LCC (Phang, 2003; Hon, 2008; Lim, 2008). Semata untuk memperkuat posisi Singapura sebagai hub dari kawasan, Singapura terus membuat kemajuan dalam mengakomodasi kapital yang terus bergerak cepat dan masif.

Kekokohan industri Singapura juga didukung dengan pengaturan tenaga yang efisien. Seperti yang diketahui bahwa Singapura tidak memiliki cukup populasi dan demografi yang ideal untuk menyuplai industri yang terus tumbuh dan berkembang dengan dengan cepat. Dengan mulai diterapkannya peraturan imigrasi dan pengaturan pajak pekerja Singapura berhasil memberikan suplai yang cukup bagi industri dengan mengimpor. Selajutnya nilai pajak dan peraturan imigrasi ditambah dengan peraturan keternaga kerjaan secara fleksibel terus disesuaikan berdasar kondisi ekonomi dan kebutuhan industri (Ruppert, 1999).

Pada awal perkembangan industri, Singapura mengandalkan suplai tenaga kerja murah dari Malaysia dan sebagian besar negara-negara Asia Tenggara-Asia Selatan (NTC). Seiring dengan beralihnya orientasi Singapura pada industri ekspor –industri dengan orientasi teknologi, keterampilan dan produktivitas tinggi– jumlah pekerja murah terus dikurangi. Ditambah dengan kehadiran resesi, pengurangan jumlah pekerja terus berlangsung bersamaan dengan dilakukannya penyesuaian standar gaji. Kecanggihan industri terus mendorong Singapura untuk melakukan efisiensi penggunaan tenaga kerja. Tenaga kerja pribumi sendiri sebagian besar mengisi sektor menengah, sementara sektor teratas yang membutuhkan keahlian lebih diisi oleh pasar pekerja diluar Malaysia dan NTC, seperti Hong Kong. Seiring dengan jumlah populasi asing yang membengkak, Singapura mulai melakukan kontrol dengan memberlakukan batas atas jumlah pekerja asing. Sementara itu pasar tenaga kerja ahli Singapura terus diperluas dalam lingkup global melalui

program STAR, Manpower 21 dan International Manpower Program of EDB. Populasi pekerja asing terus meningkat dengan diberikannya berbagai keistimewaan (Ruppert, 1999; Yue, 2011; Ministry of Man Power, 2013). Untuk pertama kalinya dalam sejarah Singapura, ditahun 2013 pemerintah Singapura memperlambat pertumbuhan pekerja asing setelah gejolak kecemburuan pekerja domestik muncul. Sektor F&B berhasil menjadi lumbung dari peningkatan presentasi tenaga kerja domestik di Singapura (Bloomberg, 2011; Wong, 2013).

Pertumbuhan industri dan populasi menuntut Singapura untuk menggunakan lahan secara efisien. Tuntutan tidak hanya dimaknai Singapura sebagai keterpaksaan, sebaliknya menjadi pendorong kemampuan dalam melakukan penataan kota dengan kepatadatan tinggi. Dipandu oleh *ring concept* pembangunan kota dilakukan dengan teliti (Lim, 2008). Bersamaan dengan pembangunan kota, ide-ide pariwisata lebih banyak diterapkan. Dimulai dari penataan lokasi perumahan, diikuti dengan pembersihan lingkungan kumuh seluruh kota yang didominasi oleh aktivitas pedagang makanan kaki lima. Pengolahan sampah dan pembenahan drainase mulai dijalankan bersamaan dengan pemindahan para pedagang makanan ke pusat-pusat makanan (*hawker center*). Tidak hanya dipusatkan pada fasilitas yang lebih higienis, lisensi dan standarisasi operasi bagi setiap pedagang makanan juga diterapkan. Beberapa bangunan tua dihancurkan, bebarapa lainnya dipindahkan, secara berkelanjutan taman atraksi dan hotel dibangun. Dengan iklim investasi yang menarik dan lingkungan kota yang tertata daya tarik Singapura meningkat (Ministry of Environment Singapore, 2000; Lim, 2008). Gelombang besar penetrasi waralaba asing yang bergerak dalam sektor retail, gaya hidup, biro perjalanan dan F&B berlangsung mengikuti pembangunan kota. Tidak lama berselang, bisnis waralaba lokal disektor yang sama mulai bertumbuhan (Hoon, 2008).

Pembangunan kota secara masif secara signifikan telah mengubah wajah Singapura. Respon negatif dituai, meskipun kota tumbuh dengan pesat. Penggunaan bangunan-bangunan modern yang diakomodasi dalam kebijakan 'Instant Asia' sebagai pemandangan utama dari wisata mendapat kritik dari sebagian besar populasi Singapura. Bersamaan dengan mulai menurunnya minat wisata jenis ini, Singapura mengambil tindakan terhadap kritik yang mulai meluas. Apabila sebelumnya penghancuran gedung tua dilakukan secara besar-besaran, kali ini Singapura mengucurkan dana yang besar untuk melakukan pemugaran bangunan atau situs yang memiliki ikatan sejarah diantaranya Chinatown, Little India, Kampung Glam, Sungai Singapura, Hotel Raffles dan Bugis Street. Mengikuti Orchard Road, berbagai jenis pusat makanan dan restoran sumbu subur pada lokasi-lokasi tersebut.

Berkembangnya industri kuliner dengan cepat mendorong pemerintah melakukan standarisasi *hawker center* (Brenda, 2001).

Dengan standar operasi yang tinggi dan keragamannya, nuansa kuliner berbalut kultur diperkaya dengan dikembangkannya zona-zona tematik (Savage, 2001). Berkembangnya Robertson Quay menjadi pusat industri hotel, apartemen, dan pusat perbelanjaan; Clarke Quay sebagai pusat festival; dan Boat Quay sebagai pusat *pub* dan restoran berhasil membuat aktivitas *alfresco*² lebih hidup, gaya hidup yang sangat melekat pada keseharian penduduk Singapura. Daya tarik *finedining* pada area ini semakin kuat dengan kehadiran Marina Bay Sands dan Resort World Sentosa, dua IR mewah yang dibangun oleh kerjasama pemerintah dan beberapa perusahaan internasional yang bergerak dalam sektor properti. Industri kuliner yang membentang disepanjang pesisir selatan sampai mendekati bagian timur Singapura semakin lengkap dengan mulai peroperasinya dermaga kapal pesiar Marina South Pier. Pada titik ini barulah terlihat alasan yang kuat pemerintah memindahkan bandara internasional dari wilayah selatan menuju bagian barat Singapura, penyediaan ruang khusus bagi populasi terpenting industri kuliner Singapura karena pada perkembangannya bagian selatan menjadi area hunian permanen dari penduduk kelas atas dan para ekspatriat profesional. Satu lagi agenda kebijakan industri pemerintah terungkap setelah Singapura mencapai titik pembangunan ini. Pemindahan berbagai industri berbasis pekerja ke Malaysia dan menyisakan *headquarter*-nya di Singapura bermakna ganda, selain transisi industri (Murray dan Perera, 1996), ternyata pemerintah telah melakukan seting pada populasi untuk menyediakan pasar awal bagi industri mewah seperti segmen *finedining* industri kuliner.

Dilihat dari sudut pandang *competitive advantage* khas industri wisata kuliner, Singapura telah menggunakan berbagai sumberdaya wisata secara efektif, baik fasilitas, aktivitas dan *event* tetapi tidak ditemui dukungan dari keorganisasian yang khusus bergerak dalam sektor kuliner. Singapura juga berhasil mengkoordinasikan berbagai agensi pemerintah yang terkait dengan industri wisata kuliner seperti MOM, Ministry of Environment, STB, TDB, Immigration & Checkpoints Authority (ICA)³, Agri-food & Veterinary Authority Singapore (AVA)⁴ dan Urban Redevelopment Authority (URA)⁵ dalam pembangunan kota

² Kebiasaan atau gaya hidup, menikmati makanan di luar rumah. Seringkali merujuk pada kebiasaan makan malam diluar rumah sembari menikmati suasana disekitar.

³ ICA berperan dalam memproduksi regulasi-regulasi yang mengatur berbagai mobilitas produk dan manusia yang masuk kedalam teritori Singapura.

⁴ AVA berpengaruh besar dalam pola konsumsi Singapura, misalnya dalam hal kecukupan gizi, dan standar produk agrikultur.

⁵ URA lebih banyak berperan dalam perencanaan fungsi lahan dan pengembangan kota urban Singapura yang khas.

kuliner global yang kompleks. Dari koordinasi berbagai agensi ini dihasilkan sebuah area konsentrasi wisata kuliner dengan standar kualitas yang tinggi, terdukung oleh berbagai fasilitas, kaya akan keragaman dan memiliki nuansa kultural yang kuat. Selain itu, pemerintah juga berhasil membangun produk unggulan seperti IR melalui kerjasama pembangunan dengan pihak swasta seperti LVS, Genting Internasional, dan Star Cruise.⁶

Lebih lanjut tidak hanya komitmen pengembangan dari pemerintah dan efektifitas penggunaan sumberdaya yang menjadi penting dalam *competitive advantage* khas wisata kuliner, tetapi juga strategi pemasaran dan pembangunan lingkungan pendidikan kuliner. Dalam pemasaran Singapura menggunakan slogan “Singapore: the Food Capital of Asia” sebagai kekuatan daya tarik utama (Tsai dan Horng, 2012). Selain itu *Alfresco* sebagai gaya hidup yang melekat pada Singapura digunakan sebagai ide utama pengembangan segmen *finedining* sebagai kemasan produk yang menyasar kalangan atas. Selain itu, pemerintah melalui STB bekerjasama dengan berbagai koki terkenal dunia berhasil menjadikan World Gourmet Summit Series sebagai festival bergengsi tahunan dengan dayatarik yang besar. Selain *event*, Singapura juga secara berkelanjutan melakukan promosi secara meluas melalui dua website. Bekerjasama dengan Janus Pte. Ltd, pemerintah membangun guidemesingapore sebagai media informasi industri Singapura terintegrasi. Informasi penting yang dimuat dalam situs ini berkaitan dengan industri kuliner adalah panduan lengkap pendirian restoran di Singapura. Selain itu, informasi pada situs ini menjadi lebih kaya dengan disertakannya informasi berbagai kompanyon industri Singapura, seperti Federasi Bisnis Singapura. Website kedua yang dikembangkan pemerintah adalah YourSingapore. Berbeda dengan website pertama, situs ini didedikasikan untuk mempromosikan sekaligus memberikan kemudahan bagi wisatawan. Selain memuat berbagai informasi atraksi di Singapura, situs ini juga memberikan informasi berbagai fasilitas pelayanan, termasuk informasi kebutuhan visa.

Sementara strategi pemasaran berjalan dengan optimal, Singapura masih menyisakan pembangunan lingkungan pendidikan kuliner sebagai tugas yang tidak terselesaikan. Walaupun Singapura berusaha keras menghasilkan tenaga ahli, kebutuhan industri kuliner yang terus tumbuh tidak akan tercukupi. Secara mendasar Singapura memang lebih mengandalkan impor tenaga ahli. Singapura memang memiliki koki kelas dunia, tetapi sebagian besar dari mereka adalah produk dari

⁶ Berbagai Informasi tersebut dapat ditemui pada annual report yang di terbitkan Singapore Tourism Board.

jejaring global restoran (Singapore Tourism Board dan YourSingapore, 2014). Salah satunya adalah Jerome Leung yang mulai dikenal di Hong Kong, membangun reputasi di Singapura kemudian melanjutkan karir di Shanghai (Farrer, 2010).

Secara keseluruhan pembangunan kota kuliner global memuat logika *economic of scale*, misalkan optimalisasi keseluruhan area tertentu untuk industri kuliner dan perluasan bandara internasional adalah cara memperbesar output dengan memaksimalkan kapasitas. Memang dalam jangka pendek dana yang besar, tetapi dalam jangka panjang efisiensi input akan di dapat Singapura. Selain itu meningkatkan output karena menampung pasar yang lebih besar, Singapura juga memperoleh efisiensi input, salah satunya melalui pembelian produk agrikultur dalam jumlah besar sebagai suplai industri. Dengan besarnya produk yang diangkut, efisiensi ongkos transportasi dalam impor akan dicapai.

Kota Kuliner Global di Singapura adalah Bonus dari Pertumbuhan Kawasan

Keamanan kawasan adalah faktor esensial bagi pariwisata untuk hidup. Asia Tenggara memang dikenal sebagai destinasi wisata sejak era kolonial diakhir abad sembilan belas sampai abad duapuluh, namun kemudian mati suri ketika perang dunia dan konflik berkelanjutan memasuki kawasan. Setiap negara anggota ASEAN bahkan tidak merasa tenang dalam membangun perekonomiannya sebelum ZOPFAN dihasilkan. Mulai pada titik ini konsensus untuk menjaga keamanan kawasan secara berkelanjutan terus dijaga. Lima tahun kemudian, anggota ASEAN baru bisa berkonsentrasi membangun ekonomi kawasan melalui kerjasama yang dikerangkakan dalam Declaration of ASEAN Concord. Pertumbuhan ekonomi kawasan memang berlangsung seiring peningkatan perdagangan setelah PTA diterapkan, namun tidak satupun negara anggota menikmati rendahnya tingkat pertumbuhan yang terhambat oleh segala keterbatasan PTA (Weber, 2009). Pasca resesi yang mewabah dalam kawasan dipertengahan tahun 1980, setiap negara ASEAN mulai beralih pada orientasi keterbukaan pasar, industri negara-negara ASEAN mulai beralih ke orientasi ekspor. Pertumbuhan ekonomi kawasan secara berkelanjutan berakselerasi dan mulai memberikan dampak yang signifikan. Penurunan angka kemiskinan mulai bergerak dengan cepat, pertumbuhan kelas menengah pada seluruh populasi dalam kawasan terus meningkat. Bersamaan dengan momen pertumbuhan kelas menengah dalam kawasan, sektor pariwisata dalam keseluruhan kembali hidup (Hill dan Menon : 2010).

Kawasan telah pulih dari resesi dan kembali tumbuh, bahkan akselerasi pertumbuhan terus meningkat. Satu hal yang paling mengusik kepuasan

negara-negara ASEAN adalah mereka tertinggal jauh dari Cina yang juga sedang berakselerasi tumbuh, diikuti dengan daya tarik FDI yang sangat kuat. Karena faktor ini ASEAN bergegas mempresentasikan diri sebagai pasar tunggal. Dalam upaya mengembalikan kepercayaan pasar, ASEAN berusaha membangun lingkungan yang lebih menarik bagi FDI melalui AFTA. Dalam lima belas tahun, keseluruhan kawasan diproyeksikan menjadi satu pasar bebas (Solingen, 2001). Tiga tahun setelah AFTA, ASEAN berinisiatif meliberalisasi industri jasa dengan meluncurkan AFAS, menyusul tiga tahun setelahnya AIA. Melalui tiga kerangka tersebut, ASEAN menempatkan sebelas sektor untuk diintegrasikan, salah satunya pariwisata. Meskipun sejak pulih dari resesi sektor pariwisata memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi kawasan, untuk pertama kalinya, secara resmi pariwisata dilihat sebagai sektor yang potensial dalam AFAS. Pariwisata terus tumbuh, negara-negara ASEAN menyumbang 40 persen dari keseluruhan aktivitas wisatawan dalam kawasan. Umpan balik pariwisata terhadap pertumbuhan kawasan mulai terlihat ketika dibandingkan dengan presentasi keseluruhan perdagangan intra-kawasan yang hanya berhenti di angka 20-25 persen (Perera dan Metwally, 2006). Pada tahun selanjutnya, pariwisata terbukti sebagai sektor yang rapuh dalam menghadapi ketidak-stabilan politik maupun finansial. Beruntung negara-negara ASEAN berhasil pulih dengan cepat dari krisis 1998, performa sektor pariwisata pun kembali meningkat.

Kerekatan institusi ASEAN sebagian besar digerakkan oleh pertumbuhan ekonomi. Kawasan yang semakin terintegrasi membawa keuntungan bagi pariwisata. Pariwisata dianggap sebagai industri yang memiliki nilai kultural, lapisan masyarakat ekonomi terendah sekalipun bisa terlibat dalam industri pariwisata. Pariwisata berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kawasan karena kemampuannya dalam menggerakkan ekonomi lokal, selanjutnya pertumbuhan ekonomi meningkatkan integrasi kawasan. Pariwisata secara langsung juga berkontribusi pada integrasi kawasan dengan kemampuannya dalam meningkatkan interaksi dan partisipasi keseluruhan populasi dalam kawasan. Pariwisata terus tumbuh, pada tahun 2009, wisatawan dalam kawasan berkontribusi dengan 49 persen dari *share* keseluruhan aktivitas wisatawan dalam kawasan (Chheang, 2013). Karena kontribusi penting tersebut, ASEAN secara berkelanjutan mengambil inisiatif untuk mempercanggih sektor pariwisata. *Pertama*, melalui MRA, kualitas dan mobilitas profesional sektor pariwisata dalam kawasan terus ditingkatkan. *Kedua*, dengan strategi pemasaran yang terintegrasi terwujud dalam kampanye 'visit ASEAN' dan pengembangan southeastasia.org, pariwisata kawasan terus dipromosikan. *Ketiga*, investasi asing pada sektor pariwisata terus ditingkatkan melalui ATICD. *Keempat*, peningkatan kualitas pelayanan hotel, wisata warisan sejarah, ekoturisme, penginapan, F&B dan restroom publik melalui ASEAN

Tourism Standart. *Kelima*, secara lebih spesifik melalui ATICD dilakukan peningkatan keterhubungan dan kekuatan logistik kawasan. Penguatan institusi dalam kawasan memang membawa kekuatan baru pada industri pariwisata (The ASEAN Secretariat, 2011).

Selain dampak positif dari penguatan institusi, pariwisata juga terus berkembang karena keterlibatan pihak swasta yang menjalin kerjasama dengan ASEAN seperti: Tourism Association (ASEANTA), Federation of ASEAN Travel Association (FATA), dan ASEAN Hotel & Restaurant Association (AHRA). Pertumbuhan pariwisata Asia Tenggara seperti di masa lampau memang tidak bisa dilepaskan dari kehadiran teknologi transportasi. Industri LCC mulai banyak dikembangkan oleh swasta di Asia dengan melihat keberhasilannya di Amerika dan Eropa. Kehadiran LCC sebagai transportasi masa yang murah berkontribusi dalam peningkatan mobilitas wisatawan (Hon, 2008; Chheang, 2013). Kehadiran LCC juga memiliki arti penting dalam peningkatan keterhubungan jejaring wisata. Keterhubungan jejaring wisata dalam kawasan memiliki arti penting bagi negara-negara dalam kawasan: *pertama*, daya tarik wisata semakin kuat dengan keterhubungan seluruh kawasan; *kedua*, keberadaan jejaring wisata menguntungkan bagi negara-negara seperti Singapura, Thailand ataupun Malaysia yang mengembangkan konsep hub.

Dalam konteks industri wisata kuliner, berkembang kawasan tidak menunjukkan perhatian khusus pada segmen industri wisata kuliner. Negara pengembang industri kuliner lebih banyak dari luar kawasan ASEAN, dari sepuluh negara anggota ASEAN hanya Singapura dan Thailand. Beberapa negara pengembang industri kuliner terdekat secara geografi dengan ASEAN adalah Australia, Hong Kong, Korea, Macao, dan Taiwan (Tsai dan Horng, 2012). Sangat beralasan jika segmen industri kuliner tidak populer bagi sebagian besar anggota ASEAN, atau sebagian besar dari mereka mulai mengembangkan tetapi tidak cukup mampu untuk menjadikannya sebagai industri wisata unggulan. Dari analisa teori lokasi khas industri kuliner, hanya muncul dua faktor pendukung yaitu: *pertama*, keberadaan mode transportasi yang murah seperti LCC; *kedua*, keberadaan pasar yang besar seperti kelas menengah yang tumbuh dengan cepat pasca resesi di pertengahan tahun 1980. Dua faktor lain tidak muncul, yaitu ketersediaan produk agrikultur dan ketersediaan tenaga kerja.

Asia Tenggara memang terkenal sebagai kawasan tropis dengan keragaman dan kekayaan hasil alam. Meskipun dengan tanah yang subur Asia Tenggara menghasilkan produk agrikultur dalam jumlah besar, iklim perdagangan intra kawasan produk tersebut tidak mendukung. Sampai saat ini PTA tidak mampu melepaskan produk pangan dari *tariff* maupun *non-tariff barirer*. Sementara itu keterangan

dari AFBA secara logis menjelaskan, ASEAN masih lemah dalam memenuhi kebutuhan nutrisi populasinya sendiri, maka lebih dulu permasalahan ini diatasi barulah sektor agrikultur bisa memberikan dukungan pada industri kuliner (ASEAN Food and Beverage Alliance, 2013). Dari faktor tenaga kerja, Asia tenggara memang menyediakan tenaga kerja murah dalam jumlah besar, tetapi tidak dengan tenaga kerja terlatih yang sekarang ini lebih banyak dibutuhkan dalam mengembangkan industri kuliner.

Dalam konteks kemunculan kota kuliner global Singapura, secara esensial memang didukung oleh kestabilan keamanan kawasan. Selain itu pertumbuhan kawasan secara keseluruhan mampu meningkatkan daya tarik investasi dan menjaga kepercayaan pasar pada negara-negara ASEAN. Industri wisata kuliner Singapura yang memiliki segmen khusus seperti *finedining* juga didukung oleh besarnya populasi kelas menengah. Singapura yang memposisikan diri sebagai hub kawasan juga semakin diuntungkan dengan kehadiran transportasi masa murah seperti LCC. Tetapi kawasan tidak memberikan dukungan yang cukup dari faktor ketersediaan tenaga kerja dan ketersediaan produk agrikultur. Dalam proses pembangunan kota, Singapura memang diuntungkan dengan suplai pekerja murah yang cukup dari sebagian besar negara-negara ASEAN, namun Singapura mulai berpaling dari Asia Tenggara ketika industri Singapura sebagian besar fasilitas siap untuk dioperasikan. Sementara itu, dalam suplai produk agrikultur, selama ini Singapura hanya mengandalkan Malaysia diantara negara-negara penyuplai produk agrikultur lainnya dalam kawasan (Tey, 2009).

Keterhubungan Dua Penjelasan

Ketika industri pariwisata dalam keseluruhan kawasan belum benar-benar hidup, ditambah dengan gejolak konflik pada negara-negara kontinen Asia Tenggara, pemerintah Singapura mengambil resiko untuk memulai proyek pemindahan dan pembangunan bandara internasional, pembangunan MRT, penataan lokasi pedagang makanan, dan perombakan besar-besaran keseluruhan kota ketika pembangunan fasilitas-fasilitas pariwisata dengan memanfaatkan suplai tenaga murah Malaysia dan NTC. Ketika sektor pariwisata secara keseluruhan tumbuh dalam kawasan mengikuti pertumbuhan kelas menengah di pertengahan tahun 1980, Singapura telah memiliki fasilitas *mode* transportasi masa laut dan udara canggih yang dihubungkan dengan transportasi ke seluruh wilayah Singapura. Singapura juga sudah memulai transisi industri berorientasi ekspor, industri kuliner mulai berkembang dengan beroperasinya area dan zona tematik yang mulai dipadati pusat makanan dan restoran. Dalam fase ini Singapura mengandalkan suplai produk agrikultur yang besar dari Malaysia dan tenaga kerja yang lebih

terlatih dari luar kawasan, seperti Hong Kong. Industri kuliner Singapura sudah berada pada fase lepas landas ketika sektor wisata baru dilihat sebagai sektor potensial dan dijadikan sebagai salah satu sektor yang diprioritaskan dalam AFTA. Dengan bermodal dua terminal canggih (terminal ketiga dalam proses pembangunan) Bandara Internasional Changi, Singapura memiliki keuntungan fasilitas ketika industri penerbangan dalam segmen LCC berkembang seiring dengan pertumbuhan sektor swasta dan pertumbuhan konsumen kelas menengah.

Keterkaitan yang kuat antara kedua pendekatan baru bisa dijelaskan ketika kota kuliner global Singapura telah mencapai tingkat perkembangan dan pertumbuhan dalam lima tahun terakhir. Keberadaan area selatan yang padat akan keragaman kuliner dan memiliki dayatarik *finedining* yang kuat dapat dijelaskan oleh pendekatan kebijakan sebagai logika *economic of scale* yaitu mengoptimalkan kapasitas lahan untuk memperbesar *output* yang selanjutnya akan membawa pada efisiensi *input* produksi, selain itu area ini bisa dilihat sebagai efektifitas penggunaan sumberdaya wisata kuliner dan pengemasan produk untuk menyasar pasar penikmat *finedining*. Sementara itu konsentrasi fasilitas tingkat tinggi pada kota global terlebih pada sebuah area dalam kota global adalah penjelasan lokasi strategis dalam pertumbuhan industri canggih (Sassen, 2000; Dicken, 2007).

Pada beberapa tahun kedepan, perkembangan tenaga ahli menjadi lebih menarik untuk diamati. Telah cukup lama Singapura meninggalkan ketergantungan pada pasar tenaga kerja ASEAN karena kebutuhan suplai tenaga ahli yang lebih besar. Tetapi kini terjadi gejolak pekerja domestik yang mengkritik besarnya populasi pekerja asing Singapura, sementara itu ASEAN telah memfasilitasi peningkatan kualitas dan mobilitas tenaga kerja ahli sektor pariwisata dalam kawasan. Maka kedepan sangat terbuka terjadinya dua kemungkinan. *Pertama*, kemungkinan terjadinya gelombang penyebaran tenaga ahli asing yang berasal dari Singapura menuju keseluruh kawasan seiring dengan keberhasilan Singapura dalam memproduksi lebih banyak tenaga ahli lokal; atau *kedua*, kemungkinan digantikannya sebagian besar tenaga ahli global oleh tenaga ahli kawasan yang telah mengalami peningkatan kualitas. Secara keseluruhan ASEAN kini mendukung pengembangan pariwisata melalui strategi promosi, pembangunan iklim yang menarik bagi investor di sektor pariwisata, peningkatan kualitas destinasi wisata melalui standarisasi dan meningkatkan ketahanan logistik untuk mendukung pariwisata. Maka besar kemungkinan, di tahun-tahun selanjutnya baik Singapura maupun ASEAN lebih siap dalam menyuplai kebutuhan-kebutuhan kota kuliner global Singapura.

Kesimpulan

Dengan kondisi khas negara kota Singapura dengan intervensi pemerintah yang kuat dan keterbukaan ekonomi, kota kuliner global hanya bisa dibangun dengan strategi yang tepat serta kesiapan dalam memanfaatkan keuntungan-keuntungan yang dihadirkan oleh pertumbuhan kawasan. Dalam analisa, variabel-variabel strategi muncul lebih dominan, membentuk keunggulan industri pariwisata Singapura ketika industri pariwisata kawasan masih berkembang mengikuti pertumbuhan ekonomi. Keterkaitan yang kuat antara pendekatan produk dan pendekatan lokasi baru terlihat dalam perkembangan terbaru kota kuliner global Singapura yang melahirkan area atau zona selatan sebagai pusat kekayaan industri kuliner.

Diskusi tentang perkembangan tenaga kerja ahli dan penyediaan agrikultur sebagai bahan baku industri kota kuliner global Singapura muncul sebagai salah satu poin yang menarik. Kehadiran Malaysia sebagai penyuplai bahan mentah industri kuliner Singapura cukup untuk menutupi kelemahan bagian kawasan lain menimbang variabel yang diajukan oleh teori lokasi yaitu ketersediaan materi. Sementara itu kegagalan Singapura dalam memproduksi lingkungan yang mendukung bagi produksi tenaga ahli dan kegagalan kawasan dalam menyediakannya, menjadikan satu variabel dari competitive advantage khas wisata kuliner dan satu variabel dari teori lokasi tidak dapat dikonfirmasi kekuatannya dalam kasus kota kuliner global Singapura. Kehadiran dukungan institusional kawasan melalui ASEAN dalam peningkatan ketahanan logistik serta memfasilitasi peningkatan kualitas dan mobilitas tenaga ahli pariwisata, telah membawa poin ini pada dua kemungkinan terbuka pada tahun-tahun selanjutnya: *pertama*, kualitas tenaga ahli kawasan dan ketahanan logistik kawasan meningkat, sehingga di tahun-tahun selanjutnya kawasan bisa lebih memenuhi kebutuhan Singapura; atau *kedua*, di tahun-tahun berikutnya Singapura membuktikan kemampuannya dalam memproduksi lebih banyak tenaga ahli untuk memenuhi kebutuhannya secara mandiri dan memperkuat penjelasan bahwa produk ini adalah buah kematangan strategi.⁷

⁷ Ruang-ruang untuk penelitian selanjutnya telah dijelaskan dan dapat dilihat pada laporan penelitian dalam bentuk skripsi yang diadaptasikan menjadi tulisan ini.

Daftar Pustaka

Buku

- Dicken, Peter. *Global Shift: Mapping the Change Contour of the World Economy*, London: SAGE Publications, 2007.
- Murray, Geoffrey dan Audrey Perera. *Singapore: The Global City-State*, New York: St. Martin's Press, 1996.
- Weber, Alfred. *Theory of Location of Industries*, ed. C.J. Friedrich, Illinois: The University of Chicago Press, July 1929.

Bab dalam Buku

- Farrer, James. "Eating the West and Beating the Rest: Culinary Occidentalism and Urban Soft Power in Asia's Global Food Cities" dalam *Globalization, Food and Social Identities in the Asia Pacific Region*, ed. James Farrer, Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture, 2010.
- Jurnal dan Paper
- Brenda S.A, et.al, "Tourism in Singapore: An Overview of Policies and Issues" *Tourism Management and Policy: Prespective From Singapore*, eds. Tan Ern Ser, 3-15 (Singapore: World Scientific, 2001).
- Chheang, Vannarith. "Tourism and Regional Integration in Southeast Asia," V.R.F.Series No.481(Mei 2013).
- Gerstl, Alfred. "To What Extent was the Economic Succes of Singapore due to Authoritarian or semi-authoritarian political control? Political Economy of East Asia (Winter, 2003) 1-12.
- Hill, Hal dan Jayant Menon, "ASEAN Economic Integration: Features, Fulfillments, Failures, and the Future," ADB Working Paper Series on Regional Economic Integration No.69 (Desember 2010).
- Hon, Teo Choon. *Impact of Low Cost Carriers on Singapore*, Thesis Departement of Geography National University od Singapore, 2008.
- Krugman, Paul. "Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade", *The American Economic Review*, Vol.70, No.5 (Desember 1980), 950-959.
- Lim, Hank. 'Infrastructure Development in Singapore', in Kumar, N. (ed.), *International Infrastructure Development in East Asia – Towards Balanced Regional Development and Integration*, ERIA Research Project Report 2007-2, Chiba:IDE-JETRO, (2008).
- Parera Nelson dan Mokhtar M. Metwally, "Long-term Relationship Between Intra-trade and Total Trade of Member Countries of ASEAN," dalam *6th Global Conference on Business & Economics Lynchburg*, ed. A.Gupta, 1-10 (Research Online, 2006).
- Phang, Sock Yong. "Strategic Development of airport and rail infrastructure: the Case of Singapore" *Transport Policy* 10 (2003).

- Porter, Michael E. "The Competitive of Nations", Harvard Business Review 90211 (April 1990).
- Ruppert, Elizabeth. "Managing Foreign Labor in Singapore and Malaysia: Are There Lessons For GCC Countries?" Policy Research Working Paper 2053 (Februari 1999), 1-39.
- Sassen, Saskia. "The Global City: Strategic Site/New Frontier" American Studies 41:2/3 (Summer/Fall 2000): 79-95.
- Savage, Victor R, Shirlena Huang dan T.C. Chang, "The Singapore River Thematic Zone: Sustainable Tourism in an Urban Context" The Geographical Journal, Vol. 170 (September 2004).
- Sim, Soek-Fang. "Asian Values, Authoritarianism and Capitalism in Singapore" The Public, Vol.8 (2001), 45-66
- Solingen, Etel. "Crisis and Tranformation: ASEAN in the New Era" Non-Traditional Security Issues in Southeast Asia No.16 (Mei 2001).
- Tey, Y.S et al, "Food Consumption and Expenditure in Singapore: Implication to Malaysia's Agricultur Export", International Food Research Journal 16 (2009), 119-126.
- Tsai, Simon dan Jeou-Shyan Horng. "Culinary Tourism Strategic Development: an Asia-Pasific Perspective", Int. J. Tourism Res 14, (2012).
- _____. "Exploring Marketing Strategy of Culinary Tourism Development in Hongkong and Singapore: A Resource-based Theory" Asia Pasific Journal of Tourism Research 3 (Juni 2012): 1-18.
- Weber, Katja. "ASEAN: A Prime Example of Regionalism in Southeast Asia" European Union Miami Analysis Vol 6, No 5 (April 2009).
- Yue, Chia Siow. "Foreign Labor in Singapore: Trends, Policies, Impacts, and Challenges" Discussion Paper Series No. 2011-24 (Desember 2011).

Dokumen Pemerintah

- ASEAN Food and Beverage Alliance, An Introduction to the ASEAN Food and Beverage Alliance, 2013.
- ASEAN Secretariat, ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2012-2015, 2012, 27.
- ASEAN Secretariat, ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015.
- Hoon, Chia Swee. Singapore: Frenchise Service, United States of America Departement of Commerce, 2008.
- Ministry of Environtment Singapore, "Hawker Management" Annual Report 2000, 67.
- Ministry of Manpower, Employment, (2013), <http://stats.mom.gov.sg/Pages/Employment-Summary-Table.aspx>
- _____, Labour Force, (2013), <http://stats.mom.gov.sg/Pages/Labour-Force-Summary-Table.aspx>
- Singapore Tourism Board, Annual Report 2000-2001, 2001.

Singapore Tourism Board, *Discovering YourSingapore: Singapore Tourism Board Annual Report 2009/2010, 2010*
The ASEAN Secretariat, *ASEAN Economic Community Factbook* (Jakarta: ASEAN Secretariat, 2011)

Artikel Online

Bloomberg, *Singapore Tighten Curbs on Foreign Workers After Backlash Over Cost of Living*, (2011),
http://articles.economictimes.indiatimes.com/2011-08-16/news/29892580_1_foreign-workers-people-s-action-party-minister-lee-hsien-loong.
Wong, Chun Han. *Singapore Tightens Hiring Rules for Foreign Skilled Labor*, (2013),
<http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702303759604579092863888803466>

Website

Singapore Tourism Board, *Culinary Chef*,
<http://www.yoursingapore.com/content/traveller/en/browse/dining/celebrity-chefs.html>.