



**BAPPERIDA
KOTA BOGOR**

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

ISSN 2962-4045

BULETIN PEMBANGUNAN DAERAH

TAHUN 2025

Vol 4 No. 2



[bapperida.kotabogor](https://www.instagram.com/bapperida.kotabogor)

www.bapperida.kotabogor.go.id





KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT., Tuhan semesta alam atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah Kota Bogor bisa menyelesaikan penerbitan Buletin Pembangunan Daerah Vol.4 No.2. Shalawat serta salam senantiasa kami haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Buletin Pembangunan Daerah ini merupakan edisi keempat yang diterbitkan sebagai sarana komunikasi dan publikasi informasi mengenai kegiatan pembangunan di Kota Bogor.

Akhirnya, kami mengharapkan semoga buletin ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

**Kepala
Badan Perencanaan Pembangunan
Riset dan Inovasi Daerah
Kota Bogor**





SUSUNAN REDAKSI

PENGARAH:

H. Denny Mulyadi, S.E.

PENANGGUNG JAWAB:

Rudy Mashudi, S.T., MP

KETUA TIM REDAKSI :

Irma Arlini Dewi, S.T.P., M.Sc.

TIM REDAKSI:

Lusi Nurbaiti Badri, S.T, M.Si
Inolasari, S.T, M.T
Drie Sarwiedi S., S.P., M.Si
Azhar Ginandjar A.S., S.T., S.Sos., M.M
Ratu Vivi Silviani, S.T., M.Si
Sumaryanto, S.Pd., M.Si
Imam Santoso, SE, MM

DESIGN:

Dwi Hari Wibowo, S.Kom

SEKRETARIAT:

Amsal Esa Hasana, S.Stat.

MITRA BESTARI:

Dr. Eko Sakapurnama
(Universitas Indonesia)

Dr. Eka Suhardi
(Universitas Pakuan)

Ifan Muttaqien, SP, MIT
(Pusat Perpustakaan dan Literasi
Pertanian)

Sheila Savitri, S.Sos, M.AP
(Pusat Sosial Ekonomi dan
Kebijakan Pertanian)



DAFTAR ISI

- 1** **MENCIPTAKAN EKOSISTEM KEUANGAN YANG SEHAT DI KOTA BOGOR: PENDEKATAN BEHAVIORAL SCIENCE**
Siti Nursari Ismarini
- 15** **PENGEMBANGAN HERITAGE WALKING TOUR DI KOTA BOGOR**
Lintang Annisa
- 21** **SAMPAH DARI SEPIRING NASI: BUDAYA WARTEG DAN MASALAH YANG TERBAIKAN**
Suci Maudy Aulia, Evi Martha, Zakianis
- 27** **URBAN FARMING DALAM PERSPEKTIF KETAHANAN PANGAN DI KOTA BOGOR**
Gandi Aria Wijaya

MENCIPTAKAN EKOSISTEM KEUANGAN YANG SEHAT DI KOTA BOGOR: PENDEKATAN BEHAVIORAL SCIENCE

Oleh Siti Nursari Ismarini

Raka (22 tahun), mahasiswa tingkat akhir di Kota Bogor, awalnya ia hanya iseng mengklik iklan “main game bisa dapat uang” yang muncul di akun TikTok-nya. Ia kemudian tertarik mencoba judi slot online karena tampak mudah dan seru. Dengan sisa uang dari beasiswa dan kerja freelance-nya, Raka mulai bertaruh kecil. Ia sempat menang di awal, lalu mulai menaikkan taruhannya.

Namun, begitu kalah, ia terdorong untuk terus main demi “balik modal”. Dalam dua bulan, Raka kehilangan lebih dari Rp3 juta, uang yang semestinya ia simpan untuk skripsi dan biaya hidup. Setiap kali berniat berhenti, notifikasi dan konten dari teman-temannya di media sosial membuatnya tergoda lagi. Ia akhirnya meminjam dari aplikasi pinjol ilegal dengan bunga tinggi agar bisa terus bermain. Namun, begitu kalah, ia terdorong untuk terus main demi “balik modal”. Dalam dua bulan,

Kini Raka hidup dalam perangkap finansial: uangnya habis, tagihan menumpuk, dan ia merasa malu untuk minta bantuan keluarga. Ia juga merasa bersalah karena tidak punya tabungan, padahal ia sempat bertekad ingin menabung untuk modal kerja setelah lulus kuliah.

Teks paragraf Anda

Kisah Raka bukan satu-satunya, kisah ini sangat mungkin dialami juga oleh teman, saudara, anak, atau diri kita sendiri. Ia adalah cerita nyata bagaimana keputusan keuangan yang tampak "sepele" bisa berubah menjadi bencana keuangan seseorang dan membuat kita bertanya: mengapa seseorang bisa mengambil keputusan finansial yang terkesan tidak rasional dan justru merugikan dirinya?

Jawabannya terletak pada hal yang jarang kita sadari, yaitu behavioral bias atau bias perilaku. Apa itu bias perilaku? Adalah kecenderungan sistematis dalam pengambilan keputusan yang menyimpang dari

penilaian logis atau statistik, sering kali karena faktor emosional atau kognitif. Seperti apa contoh bias dan praktiknya dalam kehidupan keuangan warga sehari-hari dapat dilihat di tabel berikut.



No	Bias	Contoh sehari-hari	Risiko
1	<i>Present Bias</i>	Gagal menyisihkan uang untuk dana darurat karena kita tergoda beli makanan online, skincare, atau diskon e-commerce.	Tidak punya perlindungan saat terjadi kebutuhan mendesak, serta sulit mencapai tujuan keuangan seperti beli rumah atau pensiun.
2	<i>Overconfidence Bias</i>	Investasi di skema yang menjanjikan return 10% per bulan tanpa mengecek legalitas atau logikanya.	Kehilangan dana karena penipuan atau volatilitas pasar yang tinggi.
3	<i>FOMO (Fear of Missing Out)</i>	Membeli barang lewat <u>paylater</u> hanya karena sedang tren di TikTok, atau investasi kripto karena viral di media sosial.	Menumpuk utang konsumtif atau kehilangan dana karena ikut tren tanpa memahami produk.
4	<i>Status-Quo Bias</i>	Menyimpan seluruh tabungan di rekening biasa meskipun tahu bunganya sangat rendah	Nilai uang tergerus inflasi, serta kesempatan investasi jangka panjang hilang
5	<i>Gambler's Fallacy</i>	Contoh: "Sudah kalah terus, pasti yang berikutnya menang." Ini adalah kekeliruan logika, setiap putaran itu acak, tidak ada hubungan dengan hasil sebelumnya.	Terus berjudi untuk "mengejar kekalahan" dan makin banyak kehilangan uang.

Data tahun 2024 menunjukkan Kota Bogor masuk dalam kota dengan jumlah pengguna judi online dan pinjaman online tertinggi kedua di Indonesia dengan lebih dari 18 ribu masyarakat terlibat dalam pinjaman online ilegal, dan sekitar Rp612 miliar uang berputar dalam judi online. Menurut Pengamat Sosial Dr. Agnes Setyowati, terdapat tiga faktor utama penyebab tingginya penggunaan judol dan pinjol di Bogor, yaitu infrastruktur internet yang berkembang pesat, promosi yang masif melalui selebgram dan jaringan sosial, serta ketidakstabilan ekonomi dan tingginya tingkat pengangguran.

Kenapa Kita Sering Bikin Keputusan Keuangan yang Keliru?

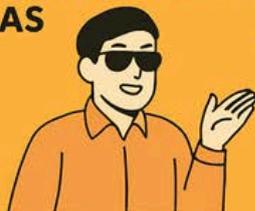
PRESENT BIAS



Ketika kita lebih pilih **KESENANGAN SESAAT** dibanding **MANFAAT MASA DEPAN**. Misal belanja *e-commerce* padahal belum ada dana darurat.

⚠️ Kalau gini terus, bisa bikin kita sulit capai tujuan keuangan (beli rumah, dana pensiun).

OVERCONFIDENCE BIAS



Ketika kita merasa **PALING TAHU** atau **YAKIN BANGET**, padahal **BELUM TENTU BENAR**. Misal, ambil investasi return 10% per bulan tanpa cek logika dan legalitas.

⚠️ Bisa bikin kita kehilangan dana karena penipuan

FOMO (FEAR OF MISSING OUT)



Ketika kita **TAKUT KETINGGALAN TREN** padahal **BELUM BUTUH** atau **BELUM PAHAM**. Misal, beli barang viral di TikTok pakai *paylater* atau beli kripto karena ikutan selebgram.

⚠️ Bisa bikin kita numpuk hutang konsumtif atau kehilangan dana

GAMBLER'S FALLACY



"Sudah kalah terus, berikutnya pasti menang". Padahal **SETIAP PUTARAN ACAK** dan tidak ada hubungan dengan hasil sebelumnya.

⚠️ Bisa bikin terus berjudi dan kehilangan uang

STATUS-QUO BIAS



Ketika kita **MALAS BERUBAH** karena **SUDAH NYAMAN**. Misal, tetap simpan uang di tabungan biasa dengan *return* rendah, tidak coba investasi.

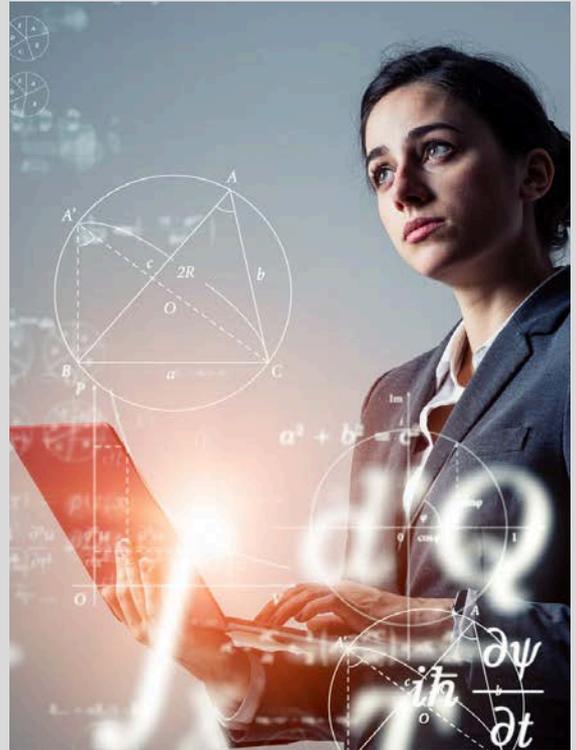
⚠️ Bikin nilai uang turun terus tergerus inflasi, kehilangan kesempatan investasi jangka panjang

Masalah keuangan sering dimulai bukan dari dompet, tapi dari **cara berpikir**.

Pemerintah Kota Bogor telah menginisiasi berbagai langkah untuk mengatasi fenomena ini, termasuk penyusunan peraturan daerah tentang larangan pinjaman ilegal dan judi online, pembentukan Satgas Pemberantasan Judi Daring, serta program edukasi keuangan melalui Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD).

Namun, di luar regulasi dan edukasi, pendekatan ilmu perilaku (behavioral science) penting untuk diintegrasikan dalam kebijakan. Ilmu perilaku adalah pendekatan interdisipliner yang menggabungkan psikologi, ekonomi, dan sosiologi untuk memahami bagaimana manusia membuat keputusan. Pendekatan ini sangat relevan untuk kebijakan publik karena mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan yang disebabkan oleh bias perilaku-penyebab terjadinya kisah keuangan Raka di atas. Studi oleh Fernandes et al. (2014)

terkait kecilnya dampak 200 program edukasi keuangan terhadap perubahan perilaku keuangan pesertanya juga menguatkan bahwa pendidikan literasi saja tidak cukup. Perlu ekosistem keuangan yang sehat yang mengintegrasikan intervensi perilaku agar warga tidak terjebak bias dalam setiap keputusan keuangan yang ia lalui.



Pemerintah Kota Bogor melalui TPKAD dapat berperan sebagai choice architect yang membantu warganya membuat keputusan keuangan yang bijak. Peran ini dapat dijalankan dengan menyediakan opsi layanan keuangan yang sesuai untuk setiap fase kehidupan warga, menggunakan pendekatan behavioral insight agar dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

Tahapan Menerapkan Behavioral Insight dalam Program Ekosistem Keuangan Sehat Kota Bogor

Secara umum untuk merancang intervensi perilaku yang tepat untuk warga dapat dibagi menjadi tujuh tahapan berikut, yaitu

- **Definisikan segmen warga dan masalah perilaku secara spesifik yang ingin diubah.** Identifikasi dahulu kelompok warga yang menjadi target intervensi, seperti pelajar, pekerja produktif, wirausaha. Lalu, tentukan perilaku keuangan apa yang ingin diubah, misalnya keterlibatan dalam judi online skala kecil/besar, tidak punya tabungan, atau terjerat pinjaman online ilegal.
- **Pahami konteks dan hambatan perilaku.** Lakukan riset secara langsung kepada warga melalui wawancara atau *Focus Group Discussion* untuk memahami profil pribadi, kondisi kehidupan finansial, motivasi dan tantangan, literasi dan perilaku keuangan saat ini, serta bias perilaku keuangan yang memengaruhi.
- **Gunakan *behavioral framework* yang teruji.** Salah satu metode yang populer adalah *EAST* (*Easy, Attractive, Simple, and Timely*) yang dikembangkan oleh *Behavioral Insights Team* dari Inggris.
- **Desain intervensi yang tepat sasaran.** Pemerintah berperan sebagai *choice architect*, merancang intervensi yang dapat memitigasi bias perilaku. Refleksikan, apakah intervensi dapat dilakukan dengan program saat ini yang sudah berjalan atau melalui program baru? Siapa saja aktor yang perlu terlibat untuk eksekusinya? Rancang intervensi sederhana, hemat biaya, tapi berdampak.
- **Uji coba dalam skala kecil.** Lakukan pilot di lingkup kecil, seperti di tingkat kelurahan dengan menggunakan metode *A/B testing* atau *Randomized Control Trial*. Tentukan durasi sesuai skala dan kompleksitas intervensi.
- **Evaluasi dampak secara signifikan.** Ukur keberhasilan intervensi melalui metrik yang jelas, misalnya jumlah warga yang berhasil lepas dari judi online, jumlah tabunga warga yang meningkat, peningkatan nilai tabungan warga. Sesuaikan dengan tesis awal problem yang ingin disasar.
- **Implementasi dengan skala yang lebih luas.** Apabila intervensi terbukti efektif, uji coba ke skala lebih luas secara bertahap, misal ke lingkup kota. Pantau dampak dan evaluasi berkala untuk menjamin keberlanjutan dampaknya.

7 Langkah Implementasi *Behavioral Insight*

Untuk Ekosistem Keuangan yang Lebih Sehat di Kota Bogor

1



Definisikan Segmen dan Masalah Perilaku secara Spesifik

Identifikasi kelompok warga, misal pelajar dan perilaku keuangan yang ingin dibangun, misal menabung.

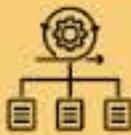
2



Pahami Konteks dan Hambatan Perilaku

Lakukan riset langsung ke warga untuk memahami kondisi finansial mereka, motivasi, tantangan dan hambatan bias yang terjadi.

3



Gunakan Kerangka Behavioral Framework yang Teruji

Terapkan *framework* seperti EAST: Easy (Mudah), Attractive (Menarik), Social (Sosial), Timely (Waktu yang Tepat).

4



Rancang Intervensi yang Tepat Sasaran

Pemerintah berperan sebagai *choice architect*, merancang intervensi yang dapat mengatasi bias perilaku.

5



Uji Coba dalam Skala Kecil

Lakukan *pilot test* di lingkup kecil, seperti kecamatan atau kelurahan.

6



Evaluasi Dampak secara Signifikan

Ukur keberhasilan intervensi melalui metrik yang jelas, seperti peningkatan jumlah warga yang menabung rutin.

7



Implementasi Skala Lebih Luas

Apabila intervensi terbukti efektif, uji coba ke skala lebih luas secara bertahap, misal ke lingkup kota. Pantau dampak dan evaluasi berkala.

Studi Kasus Proposal: Penerapan Behavioral Insight dalam Intervensi Meningkatkan Kebiasaan Menabung Warga GenZ untuk Dana Darurat

SEGMENT WARGA

Target:

Warga Gen Z (lahir 1997–2012, usia 13–28 tahun)

Wilayah: Kota Bogor

Kriteria:

- Sudah memiliki KTP
- Telah memiliki penghasilan
- Sulit menabung secara rutin
- Memiliki motivasi tinggi untuk memperbaiki kondisi finansial pribadi

PERILAKU KEUANGAN SAAT INI

- 50% Gen Z belum memiliki rekening bank
- 70% sudah menggunakan e-wallet
- Pengaruh signifikan dari influencer media sosial terhadap gaya hidup dan keputusan keuangan
- Pengeluaran terbesar untuk komunikasi dan hiburan (puls, data, game)
- Pola keuangan: belanja kebutuhan terlebih dahulu, baru mengatur sisa anggaran — membuat menabung menjadi sulit

PERILAKU YANG INGIN DISASAR

- Memiliki tabungan aktif
- Mengalokasikan 10% dari pendapatan untuk tabungan di awal gaji

TUJUAN AKHIR

- Membantu warga Gen Z punya tabungan dana darurat dan modal investasi pengembangan skill/modal usaha
- Membangun resiliensi finansial jangka panjang
- Terhindar dari perilaku keuangan berisiko: online gambling dan pinjol berlebihan

HAMBATAN (PERILAKU BIAS)

- Present bias: cenderung mengutamakan kebutuhan saat ini dibanding masa depan
 - FOMO (Fear of missing out): takut ketinggalan trend
- Status-quo bias: kecenderungan mempertahankan kebiasaan lama meskipun tidak optimal

DESAIN INTERVENSI BERBASIS BEHAVIORAL

INSIGHT, METODE EAST

- Program:
- #SavingChallenge untuk Gen Z Kota Bogor (durasi 3 bulan)
- Kolaborator: Bank Kota Bogor atau platform e-wallet
- Rincian Tantangan:
- Menentukan tujuan finansial pribadi selama 3 bulan dengan prinsip SMART
- Menyisihkan 10% pendapatan bulanan ke rekening atau e-wallet khusus tabungan
- Mengaktifkan fitur autodebet untuk mempermudah konsistensi
- Fasilitas:
- return dari tabungan (deposito),
- fitur reminder/visualisasi target
- Reward:
- Pelatihan literasi keuangan gratis dari advisor profesional
- Voucher data/internet, makanan UMKM loka
- Digital badges sebagai “Duta Menabung Kelurahan/RW”
- Outcome: pembentukan kebiasaan finansial sehat untuk masa depan

METRIKS KEBERHASILAN

- Jumlah peserta yang mendaftar challenge
- Minimal 50% peserta berhasil menabung 10% dari gaji selama 3 bulan
- Kenaikan jumlah rekening/tabungan digital baru
- 60% peserta aktif di grup komunitas
- 40% peserta melanjutkan kebiasaan menabung setelah bulan ke-4

DURASI DAN TAHAPAN IMPLEMENTASI

- Present bias: cenderung mengutamakan kebutuhan saat ini dibanding masa depan
 - FOMO (Fear of missing out): takut ketinggalan trend
- Status-quo bias: kecenderungan mempertahankan kebiasaan lama meskipun tidak optimal

DESAIN INTERVENSI BERBASIS BEHAVIORAL

INSIGHT, METODE EAST

1. Uji Coba → skala kecil, di satu kecamatan, terbatas, min 50 orang diseleksi
 2. Scale up → skala menengah, di seluruh kecamatan, satu kota Bogor, min 300 warga terseleksi (tanpa media masif, fokus ke kuota)
 3. Scale up → skala keberlanjutan, di seluruh kecamatan, satu kota Bogor, dengan media masif, min. 10.000 warga → intervensi menjadi kebijakan
- Timeline: persiapan (2 bulan), intervensi (3 bulan), monitoring dan evaluasi (1 bulan) untuk setiap fase.

METRIKS KEBERHASILAN

- Jumlah peserta yang mendaftar challenge
- Minimal 50% peserta berhasil menabung 10% dari gaji selama 3 bulan
- Kenaikan jumlah rekening/tabungan digital baru
- 60% peserta aktif di grup komunitas
- 40% peserta melanjutkan kebiasaan menabung setelah bulan ke-4

Durasi dan Tahapan Implementas

1. Uji Coba → skala kecil, di satu kecamatan, terbatas, min 50 orang diseleksi.
2. Scale up → skala menengah, di seluruh kecamatan, satu kota Bogor, min 300 warga terseleksi (tanpa media masif, fokus ke kuota)
3. Scale up → skala keberlanjutan, di seluruh kecamatan, satu kota Bogor, dengan media masif, min. 10.000 warga → intervensi menjadi kebijakan

Timeline: persiapan (2 bulan), intervensi (3 bulan), monitoring dan evaluasi (1 bulan) untuk setiap fase

BERIKUT CONTOH STRATEGI INTERVENSI #SAVINGCHALLENGE YANG BISA DITERAPKAN DENGAN MENGGUNAKAN FRAMEWORK EAST.

EASY (Mudah)

1. Autodebet 10% gaji langsung masuk tabungan

Insight perilaku: memanfaatkan strategi 'default option' untuk mengotomatisasi perilaku menabung warga

2. Buat pendaftaran dan proses saving challenge seluruhnya online dan mudah diakses melalui ponsel,

misal dengan tiga klik saja

Insight perilaku: sederhanakan proses melalui digital experience, tidak perlu berpindah tempat dan tatap muka langsung mendorong penerimaan.

3. Buat template sederhana untuk tujuan keuangan

misal dana darurat, modal usaha, atau dana nikah

Insight perilaku: manfaatkan 'pesan yang sederhana' lebih mudah dipahami audiens

ATTRACTIVE (Menarik)

1. Berikan rewards menarik

Berikan rewards menarik untuk warga yang berhasil menyelesaikan tantangan misal voucher makan, paket data, tiket event lokal, atau pelatihan skill keuangan

2. Visualisasi progres tabungan lewat grafik dan badge digital

yang bisa dibagikan di media sosial untuk bangga dan memotivasi.

Insight perilaku: memanfaatkan strategi visualisasi yang menarik dan framing perilaku positif



 **SOCIAL (Sosial)**

1. Bentuk ruang interaksi “Gen Z Melek Finansial”

di media sosial dan WhatsApp/Telegram group yang difasilitasi Pemkot.
 Insight perilaku: manfaatkan ‘power of social network’ dari para warga genZ yang sudah berhasil menyelesaikan tantangan untuk saling terkoneksi dan memperkuat perubahan perilaku secara kolektif

2. Jadikan warga yang berhasil menyelesaikan tantangan menjadi duta literasi keuangan di kelurahan atau RW-nya

Insight perilaku: manfaatkan strategi ‘recipocrity’ atau gotong royong dimana warga yang sudah merasa manfaat menabung akan lebih tergerak mengajak warga lain menabung

3. Testimoni dan konten user-generated dari Gen Z yang berhasil menabung dan manfaatnya.

Insight perilaku: manfaatkan strategi ‘social norm’ untuk membentuk norma sosial baru bahwa ikut tantangan menabung sebagai warga adalah the cool thing.

 **TIMELY (Waktu yang tepat)**

1. Kirim reminder otomatis di awal bulan

notifikasi e-wallet, SMS, atau WhatsApp dari Pemkot.

2. Integrasikan tujuan keuangan warga dengan tujuan tabungannya di notifikasi pesan.

Misal, ‘kamu sudah menabung sebanyak 20% untuk dana darurat, yuk tabung lagi bulan ini!’

Insight perilaku: manfaatkan framing komunikasi ‘perjelas keuntungan masa depan di hari ini’ untuk merasakan manfaat menabung hari ini.

Untuk menjalankan intervensi perilaku ini, tentunya perlu kolaborasi lintas sektor, baik dari sisi strategis maupun operasional, diantaranya pemerintah, terutama TPAKD [Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah] Kota Bogor, dinas terkait di Kota Bogor, institusi layanan keuangan dan startup fintech, akademisi universitas, LSM dan komunitas literasi keuangan, media, dan UMKM Kota Bogor.

Aktor Terliba	Peran Strategis	Peran Operasional
<ul style="list-style-type: none"> Pemerintah Kota Bogor dan OJK Jawa Barat 	<ul style="list-style-type: none"> Dukungan kebijakan & legitimasi program (TPAKD) Mobilisasi kanal komunikasi publik: WhatsApp broadcast, kelurahan (Dinas Kominfo) 	<ul style="list-style-type: none"> Monitoring program di lapangan (TPAKD) Pengelolaan sistem reward (TPAKD)
<ul style="list-style-type: none"> Layanan Perbankan 	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan produk tabungan default (auto debit) Dukungan literasi keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan sistem tabungan yang terhubung ke challenge Pelaporan progres tabungan peserta
<ul style="list-style-type: none"> Startup E-Wallet 	<ul style="list-style-type: none"> Teknologi integrasi & UI/UX Penguatan literasi digital keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> Push notification reminder Tracking autodebit & badge sistem Analisis data perilaku
<ul style="list-style-type: none"> Akademisi/ Universitas/ Research centre (IPB, Universitas Pakuan, UI) 	<ul style="list-style-type: none"> Desain evaluasi dampak Insight teoritis dan validasi ilmiah Publikasi dan advokasi berbasis bukti 	<ul style="list-style-type: none"> Survei dan pengumpulan data lapangan Analisis data & laporan evaluasi Pendampingan sesi literasi keuangan

- Lembaga Swadaya Masyarakat/
- Komunitas Literasi Keuangan

- Validasi materi edukasi
- Pelatihan kader literasi finansial RW

- Pelatihan keuangan dasar bagi peserta challenge
- Fasilitator diskusi komunitas Gen Z

- Media (radio lokal, influencer keuangan, media kampus)

- Memperluas jangkauan publikasi tantangan

- Menyebarkan success stories & badge komunitas

- UMKM Kota Bogor (partner reward)

- Mendukung program dengan insentif lokal (voucher makan, promo)

- Menyediakan reward langsung ke peserta yang berhasil menyelesaikan tantangan

Proposal studi kasus Saving Challenge yang melibatkan kolaborasi lintas sektor di atas hanyalah satu dari beragam jenis intervensi perilaku yang dapat Kota Bogor jalankan untuk mendorong satu perilaku keuangan sehat warganya, yaitu menabung.

Bayangkan apabila di setiap fase kehidupan, Kota Bogor hadir sebagai teman perjalanan keuangan setiap warganya: melindungi, mendampingi, dan merawat cita-cita besar setiap warganya.

Ketika warga baru saja mendapat gaji pertamanya, kota hadir mengajak warganya untuk financial planning, agar tidak belanja impulsif, tapi persiapkan rencana masa depannya: apakah menikah, dana darurat, atau persiapan modal usaha. Ketika warga baru saja menikah, ada kota hadir mengajak untuk membangun komunikasi keuangan yang sehat dengan pasangan, agar tidak ribut karena uang ke depan, merencanakan tabungan untuk rumah, kendaraan, dan edukasi anak. Ketika warga baru saja terkena PHK, kota hadir mengajak warganya mendapat akses ke sertifikasi keahlian atau akses ke pelatihan dan modal usaha.

Mengintegrasikan behavioral insight adalah kunci membangun ekosistem keuangan yang sehat dengan memanusiakan manusia. Strategi ini pula yang dapat membawa kota Bogor berpeluang menjadi kota pertama di Indonesia yang mengintegrasikan behavioral science dalam sistem keuangan publik secara komprehensif.

Karena warga yang paham dan mampu mengelola keuangannya adalah fondasi awal kota yang kuat, tangguh, dan berdaya.

Pengembangan *Heritage Walking Tour* di Kota Bogor

Lintang Annisa

Program Studi Magister Perencanaan Kepariwisata, SAPPK, ITB.



Kota Bogor merupakan kota penting dalam pemerintahan baik di zaman sebelum kolonial, masa kolonial, hingga sekarang. Hal ini tentunya memperkaya warisan cagar budaya kota Bogor yang minim pilihan destinasi obyek wisata, sehingga cagar budaya ini bisa menjadi alternatif dalam pengembangan potensi wisata daerah, salah satunya dengan kegiatan heritage walking tour. Kegiatan ini bisa menciptakan pengalaman dan perhatian khusus mengenai cagar budaya dari wisatawan setelah mengikuti heritage walking tour, sehingga cagar budaya bisa dimanfaatkan dengan baik sebagai pengembangan potensi wisata sejarah kota sekaligus pelestarian budaya sebagai identitas kota.

Pariwisata Kota Bogor

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi di Kota Bogor. MICE (meeting, incentives, convention, exhibition) dan kuliner merupakan tulang punggung sektor pariwisata Kota Bogor. Hal ini bisa terlihat dari kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bogor bahwa pajak hotel dan pajak restoran merupakan kontributor kedua dan ketiga terhadap PAD setelah pajak bumi dan bangunan.

Tabel Data Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata

No.	Jenis Pajak	2025			
		Target	Realisasi TW 1	Realisasi TW 2	JUMLAH (1 +2)
1	Pajak Hotel	115,000,000,000	31,896,955,348	14,868,942,710	46,765,898,058
2	Pajak Restoran	202,500,000,000	69,686,310,750	43,723,602,066	113,409,912,816
3	Pajak Hiburan	25,150,000,000	7,975,124,207	6,586,054,802	14,561,179,009
	JUMLAH	342,650,000,000	109,558,390,305	65,178,599,578	174,736,989,883

Sumber: Data Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor 2025

Selain itu, berdasarkan tabel di bawah, dapat diketahui bahwa beberapa tahun terakhir, wisatawan di Kota Bogor meningkat cukup signifikan tetapi kemudian jumlahnya menurun akibat pandemic covid-19. Oleh karena itu, perlu dibuat inovasi baru dalam mengembangkan pariwisata Kota Bogor sesuai potensi yang dimiliki oleh Kota Bogor yang selama ini belum tereksplorasi dengan baik. Potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan dapat menjadi daya tarik agar orang-orang mau mengunjungi tempat tersebut (Yoeti, 1983).

Tabel Kunjungan Wisatawan di Kota Bogor tahun 2018-2023

Jenis Usaha	Jenis Wisatawan	Tahun					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Daya Tarik Wisata	Nusantara	3,260,060	3,749,069	1,249,690	1,102,824	2,267,318	2,646,662
	Mancanegara	180,316	207,363	34,400	249	1,931	5,693
		3,440,376	3,956,432	1,284,090	1,103,073	2,269,249	2,652,355
Akomodasi/ Hotel	Nusantara	4,313,342	4,960,343	2,132,948	2,388,902	2,858,087	2,946,272
	Mancanegara	212,269	244,109	40,684	42,719	46,991	52,010
		4,525,611	5,204,452	2,173,632	2,431,621	2,905,078	2,998,282
Jumlah	Nusantara	7,573,402	8,709,412	3,382,638	3,491,726	5,125,405	5,592,934
	Mancanegara	392,585	451,473	75,084	42,968	48,922	57,703
		7,965,987	9,160,885	3,457,722	3,534,694	5,174,327	5,650,637

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor (2024)

Pariwisata dan Budaya

Sekarang ini, ada dua hal yang bisa menjadi faktor penentu dalam keberhasilan daya tarik wisatawan untuk wisata, yaitu eksplorasi budaya masyarakat dan pengemasan pariwisata. Eksplorasi wisata cagar budaya dan tempat bersejarah di kota-kota yang memiliki agenda budaya yang variatif membuka sudut pandang baru bagi perekonomian perkotaan (Von den Borg et al., 1996). Hal ini menjadi tantangan baru bagi industri pariwisata dalam mengelola fasilitas budaya dan lembaga publik (Swarbrooke, 1994 dalam Verbeke et al., 1999).

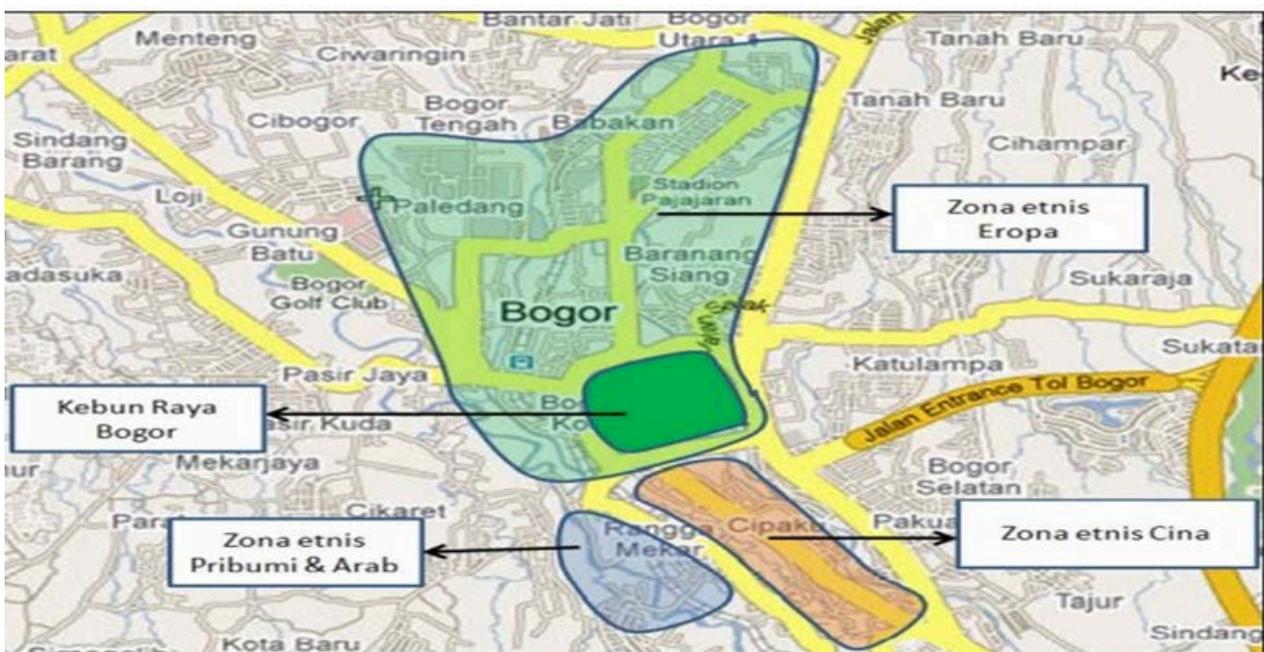
Budaya dan pariwisata memiliki hubungan saling menguntungkan, sehingga hal ini bisa digunakan untuk mencapai target perkembangan ekonomi pada suatu wilayah. Konservasi cagar budaya dan pemanfaatannya dalam industri pariwisata dapat digunakan untuk menghidupkan identitas budaya suatu wilayah di mata masyarakat ataupun regional, sehingga tercipta inovasi dan diversifikasi wisata yang menguntungkan dalam pengembangan pasar pariwisata. Akan tetapi, fungsi dari cagar budaya sebagai komoditas pariwisata perlu didukung oleh berbagai sarana dan prasarana, seperti kemudahan akses publik, waktu yang dibutuhkan untuk mengakses destinasi tersebut, kegunaan saat ini serta kompleksitas bangunan.

Pariwisata Heritage Kota Bogor

Kota Bogor merupakan kota yang sudah dibangun sejak beberapa abad silam dan sekarang berusia 540 tahun. Sepanjang sejarah, kota Bogor sering dijadikan pusat pemerintahan. Pada tahun 1482, kota Bogor menjadi pusat pemerintahan kerajaan Padjajaran, yang dipimpin oleh Prabu Siliwangi, dengan nama Pakuan. Hal ini dapat diketahui dari terjemahan prasasti batu tulis yang ada di Kota Bogor yang menceritakan mengenai kepemimpinan Prabu Siliwangi.

Kemudian pada masa kolonial Belanda, Gubernur Jenderal Baron Van Imhoff membangun tempat peristirahatan yang diberi nama "Buitenzorg". Pada masa pemerintahan Herman Willem Daendels (1808-1811), Buitenzorg ditetapkan sebagai tempat istana gubernur jenderal yang sekarang digunakan sebagai istana kepresidenan Republik Indonesia. Pada tahun 1888, Buitenzorg dialihkan dari tempat peristirahatan menjadi pusat pemerintahan Hindia Belanda yang dipindahkan dari Batavia. Di tahun yang sama, pemerintah Hindia Belanda membangun Gedung Agemeene Secretarie yang dijadikan kantor pemerintahan umum di Buitenzorg.

Oleh karena letaknya yang strategis dan statusnya sebagai kota penting dalam pemerintahan baik sebelum masa kolonial maupun di masa kolonial, Kota Bogor berkembang menjadi kota yang heterogen dan menjadi tujuan menetap bagi para penduduk keturunan Tiongkok yang berpusat di sekitar kawasan suryakencana dan penduduk keturunan Arab yang berpusat di sekitar Empang. Hal ini tentunya memperkaya budaya sunda yang sudah ada terlebih dahulu di Kota Bogor dan sejarah yang ada di Kota Bogor sehingga bisa dieksplorasi sebagai potensi wisata sejarah dan budaya urban. Selain itu, kekayaan sejarah ini juga mewariskan berbagai cagar budaya yang sampai sekarang masih dapat ditemui di beberapa wilayah di Kota Bogor.



Gambar Peta sebaran peninggalan sejarah kolonial di Kota Bogor

Sumber: jurnal "Kota Bogor dalam tarik menarik kekuatan lokal dan regional (Tohjiwa, Soetomo, Sjahbana, & Purwanto, 2010)

Heritage Walking Tour

Salah satu cara dalam memanfaatkan cagar budaya sebagai komoditas pariwisata adalah heritage walking tour. Walking tour merupakan cara klasik dalam berwisata. Pengertian utama dari walking tour adalah tur yang dilakukan dengan berjalan kaki, baik dipandu ataupun mandiri, ke tempat-tempat yang dianggap terkenal atau menarik di suatu kota. Menurut UNWTO (United Nation-World Tourism Organisation), walking tour adalah salah satu cara yang terpopuler dalam menikmati destinasi wisata. Aspek utama dari walking tour adalah mendapatkan pengalaman yang otentik dari perjalanan yang dilakukan dan mengenal tradisi dan budaya masyarakat setempat sehingga dapat membawa dampak yang positif untuk destinasi wisata yang dikunjungi. Pada umumnya, wisata jalan kaki dapat memperkuat komunitas lokal dan secara luas dianggap sebagai aktivitas yang berkelanjutan dengan dampak yang rendah terhadap lingkungan. Banyak wisatawan yang menganggap bahwa cara terbaik dalam mengunjungi sebuah kota adalah dengan berjalan kaki disekitarnya (Thompson, 2003).

Di Indonesia, walking tour merupakan suatu hal yang baru berkembang pada tahun 2014. Terlebih setelah pandemik covid-19, peminat wisata walking tour justru meningkat secara signifikan setelah berakhirnya masa PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat) karena banyak masyarakat yang butuh berekreasi di tempat terbuka tetapi tidak jauh dari tempat tinggal mereka.

Pandemik Covid – 19 telah mengubah trend pola wisata. Setelah beberapa tahun dunia pariwisata merasakan dampak lockdown di berbagai belahan dunia, wisatawan mulai mengubah pola wisata yang mereka lakukan. Dahulu pola wisata cenderung kepada fast tourism dimana wisatawan dapat menjejalahi berbagai destinasi wisata dalam beberapa waktu yang cukup singkat dengan aktivitas yang padat (World Travel Market, 2007) sehingga pengalaman yang didapat dalam satu destinasi biasanya tidak maksimal dan hanya mengejar destinasi-destinasi yang sudah terkenal. Sementara setelah pandemic Covid 19, masyarakat cenderung melakukan slow tourism. Menurut Dickinson dan Robbins (2011), “slow tourism is characterized by reducing mobility and by taking time to explore local history and culture, while supporting the environment. The travelers’ main goals are relaxation, self-reflection, escape, novelty seeking, engagement, and discovery”. Hal ini berarti, dewasa ini para wisatawan cenderung untuk melakukan wisata yang lebih santai dan menikmati lingkungan sekitar obyek wisata secara lebih lokal dan mendalam.



Strategi Pengembangan Pariwisata Cagar Budaya

Oleh karena itu, meskipun heritage walking tour sudah mulai diperkenalkan di Indonesia di awal tahun 2000an, perkembangannya menjadi semakin pesat setelah pandemik covid-19, salah satu alasan perkembangan tersebut adalah karena adanya perubahan pola wisata dari fast tourism ke slow tourism. Hal ini dapat dijadikan peluang untuk memperkenalkan cagar budaya kepada wisatawan melalui walking tour, terlebih pada umumnya, cagar budaya menjadi komoditas penting dalam kegiatan walking tour. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang dalam membuat tema dan rute walking tour, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan titik utama tur dan memahami kelompok sasaran utama
2. Menyusun potensi-potensi obyek cagar alam yang memungkinkan untuk dimasukkan ke dalam rute heritage walking tour
3. Mempersiapkan rencana rute yang menghubungkan obyek cagar alam terpilih yang memiliki sejarah menarik
4. Mengkaji obyek cagar budaya yang dinominasikan sebagai obyek heritage walking tour

Selain itu juga diperlukan sarana infrastruktur yang mendukung untuk kegiatan walking tour ini, seperti pedestrian yang cukup lebar dan nyaman dan rambu lalu lintas. Sehingga, upaya pelestarian cagar budaya tetap bisa dilakukan meskipun disinergikan dengan pariwisata.

Daftar Pustaka

Dickinson, J.E., Lumsdon, L.M. and Robbins, D. (2011) 'Slow tourism: Exploring the discourses', *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), pp. 153-171.

Euromonitor International (2007) *The World Travel Market Global Trends Report 2007*. London: World Travel Market.

Pemerintah Kota Bogor (2022) *Rencana Induk Pariwisata Kota Bogor*. Bogor: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.

Swarbrooke, J. (1994) *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Thompson, J.L. (2003) 'The rush to the city: a geographer's perspective on walking', *Area*, 35(1), pp. 81-83.

Tohjiwa, A.D., Soetomo, S., Sjahbana, J.A. and Purwanto, E., 2010. Kota Bogor dalam tarik menarik kekuatan lokal dan regional. In *Seminar Nasional Riset Arsitektur dan Perencanaan (SERAP) 1*. Universitas Gadjah Mada.

UNWTO (2019) *Global Report on Walking Tourism*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).

Van den Borg, J., Costa, P. and Gotti, G. (1996) 'Tourism in European heritage cities', *Annals of Tourism Research*, 23(2), pp. 306-321.

Yoeti, O.A. (1983) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

SAMPAH DARI SEPIRING NASI: BUDAYA WARTEG DAN MASALAH YANG TERABAIKAN

oleh Suci Maudy Aulia, Evi Martha, Zakianis



Gambar 1. Warung Tegal

Sumber: Liputan6 (<https://www.liputan6.com/photo>)

Kedekatan Warteg dan Masyarakat

Warung Tegal atau biasa disebut dengan Warteg, telah menjadi bagian dari denyut kehidupan masyarakat di Indonesia terutama di kota-kota besar. Sajian makanan rumahan, harga terjangkau, dan suasana yang santai, menjadi solusi makan harian yang praktis dan bersahabat di kantong. Tak heran jika keberadaan warteg menjamur di berbagai sudut kota, mulai dari kawasan perkantoran, kampus, hingga lingkungan padat penduduk. Bagi banyak orang, warteg bukan sekadar tempat makan, melainkan bagian dari rutinitas, tempat berbagi cerita, bahkan simbol keberlanjutan ekonomi masyarakat kecil.

Porsi, Pilihan, dan Kebiasaan yang Mengakar

Sebagai bisnis informal, warteg memiliki banyak celah untuk memperluas kepopulerannya di tengah masyarakat. Kepopuleran warteg yang memiliki daya tarik tersendiri, membuat para pelaku bisnis warteg merasa bisnis ini cukup menjanjikan. Tidak hanya itu, warteg juga merepresentasikan budaya konsumsi khas masyarakat Indonesia yaitu dengan porsi makan yang melimpah, pilihan lauk beragam, dan kebiasaan menyendok nasi dalam jumlah besar telah menjadi ciri khas yang sering dijumpai. Dalam budaya masyarakat Indonesia, memberi atau menerima makanan dalam porsi besar kerap dianggap sebagai bentuk keramahan, rezeki, bahkan prestise. Namun tanpa disadari, kebiasaan ini juga mendorong munculnya satu persoalan yang jarang dibahas tetapi berdampak besar, yaitu food waste atau sampah makanan.

Sisa Makanan yang Terabaikan

Food waste bukan hanya sekadar sisa makanan yang tidak habis, namun menjadi gambaran nyata dari konsumsi yang tidak bijak dan produksi yang tidak terkontrol (FAO, 2019). Ketika nasi yang tidak dihabiskan dibuang begitu saja, atau lauk yang tidak terjual menjadi basi dan masuk ke tempat sampah, ada sumber daya yang hilang: air, tenaga, waktu, dan uang (Wulansari et al., 2019). Masalah ini semakin mengkhawatirkan ketika terjadi secara terus-menerus, setiap hari, di ratusan bahkan ribuan warteg yang tersebar di berbagai kota. Apalagi, dalam banyak kasus, sisa makanan tidak hanya berasal dari dapur warteg, tetapi juga dari piring-piring konsumen yang menyisakan makanannya.

Dalam skala luas, food waste berdampak pada berbagai sektor. Secara lingkungan, timbunan sampah makanan berkontribusi pada meningkatnya gas rumah kaca dari tempat pembuangan akhir (Rudziak et al., 2024). Dari sisi sosial, ia mencerminkan ketimpangan. Di satu sisi makanan terbuang, sementara di sisi lain masih banyak masyarakat yang kelaparan. Dari sudut ekonomi, food waste berarti kerugian, baik bagi pelaku usaha yang menyia-nyaiakan bahan baku, maupun konsumen yang membayar untuk makanan yang tidak mereka habiskan. Bahkan, jika tidak dikelola dengan baik, sisa makanan juga berpotensi menimbulkan masalah kesehatan masyarakat akibat pembusukan dan pencemaran (Fajri & Shauki, 2023).



Ironisnya, meskipun warteg dekat dengan kehidupan masyarakat, kesadaran tentang pengelolaan sampah makanan di tempat ini masih sangat rendah. Kebanyakan warteg belum memiliki sistem pencatatan bahan yang terbuang, tidak memilah sampah organik, dan belum banyak yang menyediakan pilihan porsi yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Hal ini diperparah oleh minimnya edukasi dan dukungan dari berbagai pihak dalam mendorong warteg menjadi bagian dari gerakan pengurangan food waste.

Masalah food waste di warteg bukan sekadar soal membuang makanan, tapi menyangkut kebiasaan, sistem yang belum berjalan, dan realitas usaha kecil yang serba terbatas. Tanpa kesadaran dan dukungan yang memadai, upaya pengelolaan food waste menjadi mudah terabaikan dalam rutinitas harian. Di balik piring-piring kosong atau sisa lauk yang tak terjamah, ada gambaran nyata tentang bagaimana praktik ini berlangsung di lapangan. Melihat lebih dekat kondisi sebenarnya di warteg, dari cara belanja hingga pola konsumsi, merupakan langkah penting untuk memahami tantangan dan celah perubahan yang ada.

Temuan di Lapangan dan Tantangannya

Perilaku pengelolaan food waste di tiga warteg di Tebet, Jakarta Selatan, masih sangat bervariasi. Ada warteg yang mulai menerapkan belanja bahan makanan harian untuk mencegah bahan basi, mengatur ulang porsi nasi, hingga memanfaatkan sisa makanan untuk konsumsi internal. Namun, sebagian besar masih membuang sisa makanan langsung ke tempat sampah tanpa proses pemilahan atau upaya pengurangan. Konsumen pun sering menyisakan makanan, terutama nasi, karena tidak ada sistem porsi fleksibel yang disediakan. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan food waste di warteg masih menjadi pekerjaan rumah yang besar.

Dari hasil pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi penelitian terhadap 12 informan penelitian termasuk di dalamnya yaitu pengelola, karyawan, dan konsumen warteg, ditemukan bahwa secara umum, warteg memiliki sikap positif terhadap upaya pengurangan food waste, terutama karena alasan ekonomi dalam memaksimalkan pendapatan harian. Namun, norma sosial untuk tidak menyisakan makanan masih lemah; tidak ada tekanan atau budaya kolektif yang mendorong konsumen untuk menghabiskan makanan. Selain itu, para pelaku usaha merasakan keterbatasan kontrol karena tidak memiliki fasilitas penyimpanan memadai dan akses terhadap tempat daur ulang. Pengetahuan tentang pengelolaan food waste juga masih terbatas, dan belum ada sistem pencatatan atau evaluasi terkait jumlah makanan yang dibuang. Di sisi lain, warteg yang melakukan proses memasak sesuai kebutuhan dan menyediakan porsi lebih fleksibel menunjukkan hasil yang lebih baik dalam menekan jumlah makanan yang terbuang. Artinya, ada peluang besar untuk perbaikan jika dilakukan dengan pendekatan yang tepat.

Langkah Solutif melalui Perilaku Efektif

Solusi yang dapat dilakukan tidak harus rumit. Bagi pengelola warteg, langkah kecil seperti belanja harian, memasak sesuai kebutuhan harian, dan menyediakan variasi porsi nasi bisa menjadi awal yang baik. Selain itu, dengan memberikan edukasi kepada karyawan tentang pentingnya pemilahan sampah dan mencatat sisa makanan harian juga bisa membantu memetakan masalah dan solusi yang efisien. Sementara itu, konsumen juga memiliki peran penting. Membiasakan memilih makanan sesuai kebutuhan, menghabiskan yang sudah diambil, serta membawa pulang makanan yang belum habis dapat menjadi kebiasaan baru yang lebih bijak.



Gambar 2. Desain Menu Untuk Warteg

Kolaborasi sederhana antara warteg sebagai penyedia makanan dan konsumen sebagai penikmatnya, jika dilakukan secara konsisten, bisa berdampak besar terhadap pengurangan food waste.



Gambar 3. Poster Edukasi

Jika kita bayangkan sebuah warteg menyajikan sekitar 150 porsi makanan per hari, dan setiap porsi menghasilkan rata-rata 50 gram sisa makanan, maka akan ada sekitar 7,5 kilogram makanan terbuang setiap harinya. Dalam sebulan, jumlahnya bisa mencapai 225 kilogram. Jika 1 kilogram bahan makanan bernilai sekitar Rp20.000, maka potensi kerugian yang dialami bisa mencapai Rp4,5 juta per bulan, hanya dari satu warteg saja. Jika dikalikan dengan 100 warteg di satu kecamatan, angka ini bisa melonjak menjadi puluhan ton makanan terbuang dan ratusan juta rupiah yang hilang sia-sia setiap bulan. Sungguh angka yang mengejutkan, apalagi jika kita sadari bahwa sebagian besar makanan itu sebenarnya masih layak dikonsumsi atau dikelola dengan lebih bijak.

Sebagai langkah konkret, warteg bisa mulai merancang menu yang ramah lingkungan dan fleksibel. Misalnya, dengan menyediakan pilihan porsi nasi kecil, sedang, dan besar sesuai kebutuhan pelanggan. Menu bisa ditulis seperti ini: "Nasi Kecil – Rp3.000, Nasi Sedang – Rp5.000, Nasi Besar – Rp6.000. Silakan pilih sesuai selera dan hindari menyisakan makanan." Selain itu, poster-poster edukatif bisa ditempel di dinding warteg, seperti poster berisi pesan: "Satu sendok makanan yang tidak dihabiskan = satu butir beras yang sia-sia. Ambil secukupnya, habiskan dengan bahagia. Bumi kita, tanggung jawab kita." Dengan bahasa yang sederhana dan visual menarik, pesan ini bisa mendorong perubahan perilaku yang nyata di lapangan.



Dari Sepiring Makanan Menuju Awal Perubahan

Mengurangi food waste bukanlah tugas pemerintah semata, tetapi tanggung jawab semua pihak, termasuk pelaku usaha kecil seperti warteg dan masyarakat sebagai konsumen. Dari sepiring nasi yang kita habiskan, kita bisa berkontribusi pada pengurangan sampah, penghematan sumber daya, dan perlindungan lingkungan. Warteg yang bijak dan konsumen yang peduli bisa menjadi kekuatan besar dalam membangun budaya makan yang lebih sadar dan berkelanjutan. Karena perubahan besar selalu dimulai dari langkah-langkah kecil dalam hal ini, dari piring makan kita sendiri.

Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang budaya makan di warteg dan pola konsumsi masyarakat, kita dapat mulai melihat celah untuk perubahan. Mengangkat isu food waste bukan berarti mengubah tradisi makan secara drastis, tetapi mengajak semua pihak yaitu pengelola warteg, karyawan, hingga konsumen, untuk lebih bijak dan bertanggung jawab terhadap makanan yang diproduksi dan dikonsumsi. Karena pada akhirnya, perubahan besar selalu dimulai dari hal-hal kecil, termasuk dari sepiring nasi di warteg kesayangan kita **#WartegTanpaFoodWaste #AksiBijakMakan**.

Referensi

Ajzen, I. (1991). Teori Perilaku Terencana (Vol. 50). Perilaku Organisasi dan Proses Pengambilan Keputusan Individu.

Bandura, A. (1986). Landasan pemikiran sosial dan tindakan: Sebuah Teori Kognitif Sosial. Prentice-Hall, Inc.

Bandura, A. (2001). Teori Kognitif Sosial dalam Komunikasi Masal.

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2022, Agustus 31). Jumlah Restoran atau Rumah Makan (PODES), 2020. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTlwNyMy/jumlah-restoran-atau-rumah-makan-podes-.html>.

Bappenas. (2021). Food Loss & Waste in Indonesia.

Bappenas. (2023). Laporan Kajian Lingkungan Hidup Strategis Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional 2025-2045.

Fajri, T. N., & Shauki, E. R. (2023). Potensi Food Loss dan Food Waste pada UMKM: MFCA, Nudging dan Neutralization Theory. Jurnal Aplikasi Akuntansi, 7(2), 328–345. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i2.187>

FAO. (2019). State of Food and Agriculture 2019: Moving Forward on Food Loss and Waste Reduction. Food and Agriculture Organization (FAO).

Rudziak, P., Batung, E., & Luginaah, I. (2024). The effects of gases from food waste on human health: A systematic review. PLoS ONE, 19(3 March). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300801>

Tri, J., & Dida, S. (2019). Makanan dan Budaya Makan; Usaha Makanan Etnik “Warung Tegal” Pada Masyarakat Multikultur Jakarta. Jurnal Visi Komunikasi (Vol. 18, Nomor 02).

United Nations Environment Programme. (2024). Food Waste Index Report 2024. Think Eat Save: Tracking progress to halve global food waste. United Nations Environment Programme. <https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024>

Wulansari, D., Ekayani, M., & Karlinasari, L. (2019). Kajian Timbulan Sampah Makanan Warung Makan (Vol. 13, Issue 2).

Urban Farming dalam Perspektif Ketahanan Pangan di Kota Bogor

DITULIS OLEH
GANDI ARIA WIJAYA

Kota Bogor perlu terus mensiasati secara aktif dan efektif untuk menciptakan serta mengembangkan potensi wilayahnya dalam mewujudkan ketahanan pangan bahkan kemandirian pangan. Hal ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan pangan maupun energi dalam kota yang semakin meningkat, seiring dengan hilangnya lahan pertanian perkotaan dari 750 hektar menjadi 320,13 hektar, terjadi dalam kurun waktu empat tahun. Kota Bogor adalah Kota Jasa dimana kebutuhan pangan sebagian besar dipasok oleh wilayah pemerintah daerah tetangga sekitarnya. Potensi serta prospektif kawasan Kota Bogor dengan luasan sisa lahan yang ada, semestinya dapat dimanfaatkan secara optimal melalui perubahan dan pengembangan yang mengarah pada produktivitas, salah satunya dengan mengembangkan ranah “urban farming” sebagai awal atau paradigma pembangunan pertanian perkotaan menuju ketahanan pangan.

Konsep Urban Farming

Dasar hukum yang melatarbelakangi urban farming di Kota Bogor antara lain Undang-undang (UU) No. 41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan; Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2009 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah Kota Bogor Tahun 2005-2025 (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2009 Nomor 7 Seri E); Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2011 tentang RTRW Kota Bogor



2011-2031; Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2002 tentang Ketahanan Pangan Peraturan Pemerintah dan Nomor 17 Tahun 2015 tentang Peraturan tentang Ketahanan Pangan dan Gizi; Peraturan Wali Kota Bogor Nomor 40 Tahun 2022 tentang Rencana Strategis Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Tahun 2019-2024.

Urban Farming atau Pertanian Kota diartikan sebagai kegiatan pertanian yang menempati sebidang lahan di perkotaan (sisa lahan). Urban farming menuju ketahanan pangan ditujukan untuk memenuhi pangan rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau (Sekretaris Daerah Kota Bogor, 2019). Ketahanan pangan didefinisikan sebagai situasi yang terjadi ketika semua orang pada setiap saat memiliki akses fisik, sosial, dan ekonomi terhadap pangan yang cukup, aman, dan

bergizi yang memenuhi kebutuhan diet dan preferensi makanan mereka untuk hidup aktif dan sehat. Ketahanan pangan akan tercapai bila ada ketersediaan pangan dari tempat produksi pangannya. Dalam hal ini, diperlukan keberlanjutan pengelolaan lahan dan produksi yang baik dimana memerlukan kebijakan untuk menjaga keberlanjutannya. Indeks Ketahanan Pangan Kota Bogor berada pada urutan 47 dari 98 Kota di Indonesia berdasarkan data dari Badan Pangan Nasional tahun 2023 dengan skor 83,78.

Pada masa pandemi beberapa tahun lalu, isu ketahanan pangan sering terdengar. Masyarakat mencoba melakukan inovasi kegiatan dimana salah satunya adalah urban farming. Kegiatan urban farming ini merupakan respon masyarakat untuk mengatasi permasalahan kebutuhan dan kecukupan pangan di perkotaan sehingga ketahanan pangan dapat dicapai. Kegiatan urban farming umumnya dilakukan di pekarangan rumah, di lokasi KT (Kelompok Tani). Kelompok Tani biasanya memanfaatkan lahan di sempadan sungai, di jalur hijau, di area-area yang tidak dibangun (perumahan, fasilitas umum dan fasilitas sosial), dan di kebun masyarakat.

Budidaya di Pekarangan

Pekarangan: Lahan yang ada di sekitar rumah; Batas lahan dan batas pemilikannya jelas; Ditanami berbagai jenis tumbuhan dan tanaman; Tempat memelihara berbagai jenis ternak & ikan; Digunakan untuk kegiatan pertanian pasca panen; Tempat bermain bagi anak-anak; Sering dimanfaatkan untuk acara kekerabatan; Tempat melakukan daur ulang berbagai bahan (Arifin HS, 2012). Ukuran Pekarangan : Pekarangan Sempit < 120 m²; Pekarangan Sedang 120 - 400 m²; Pekarangan Luas 400 - 1000 m²; dan Pekarangan Sangat Luas > 1000 m² (Arifin HS, 1998).

Persiapan Lahan Pekarangan

- Lahan dibersihkan dari tanaman liar, namun jangan menggunakan bahan kimia karena dapat merusak tanah
- Tanah dicangkul sedalam 20-30 cm kemudian diratakan, untuk memperbaiki aerasi tanah dan menghilangkan gulma
- Tanah diberikan pupuk kandang +/- 1 kg/m², kemudian dibiarkan minimal 15 hari
- Dilakukan pembuatan bedengan, dengan memperhatikan saluran drainase dan kemudahan pemeliharaan

Penataan Zonasi Pekarangan

- Halaman depan (buruan): lumbung, tanaman hias, pohon buah, tempat bermain anak, bangku taman, tempat menjemur hasil pertanian
- Halaman samping (pipir): tempat jemur pakaian, pohon penghasil kayu bakar, bedeng tanaman pangan, tanaman obat, kolam ikan, sumur dan kamar mandi
- Halaman belakang (kebon): bedeng tanaman sayuran, tanaman bumbu, kandang ternak, tanaman industri. (Arifin HS dkk, 2009).

Manajemen Pekarangan (Potensi dan Pengelolaan Pekarangan Untuk Urban Farming)

Potensi Pengembangan Urban Farming di Pekarangan:

Tanaman pangan & hortikultura: umbi-umbian, kacang-kacangan, sayuran, buah, bumbu, obat

Tanaman yang bernilai ekonomi tinggi: buah, sayuran, hias (bunga potong, tanaman pot, tanaman taman)

Ternak: unggas hias, petelor, daging, ikan hias, produksi daging, dll.

Pengelolaan Pekarangan Untuk Keberlanjutan Proses Produksi (Budidaya Tanaman dan Etika Lingkungan)

Pemanfaatan Produk Pekarangan
Produk yang dihasilkan: tanaman - ternak - ikan

Produk dipanen tergantung musim
Produk dimanfaatkan: dimakan sendiri, untuk keperluan adat, dikirim ke tetangga, dikirim ke saudara, dan dijual di sekitar rumah, di jual ke tengkulak - kadangkala ijon, di jual ke pasar.

Tujuan Pemanfaatan Pekarangan Sebagai Kebun Bergizi

1. Memenuhi kebutuhan pangan & gizi keluarga
2. Meningkatkan kemampuan keluarga dalam pemanfaatan pekarangan di perkotaan dan perdesaan.
3. Mengembangkan sumber benih/bibit untuk pelestarian tanaman pangan lokal untuk masa depan.
4. Mengembangkan kegiatan ekonomi produktif keluarga dan menciptakan lingkungan hijau yang bersih, sehat, indah, nyaman, dan aman.

Keberlanjutan Urban Farming

Untuk Keberlanjutan Urban Farming Perlu Pengelolaan Skala/Unit Kawasan yang terorganisir berupa:

1. Asosiasi Pekarangan Pangan Lestari (APPARI)

Merupakan sebuah organisasi yang menaungi kelompok tani penerima bantuan pemerintah Pekarangan Pangan Lestari (P2L). Asosiasi ini dibentuk pada Kamis, 14 Januari 2021 di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bogor. APPARI merupakan organisasi independen. Tujuan pembentukan APPARI adalah Sarana pembinaan kelompok tani penerima bantuan P2L. Sebagai sarana pemasaran dan pendistribusian hasil produksi kelompok tani penerima bantuan P2L. Anggota APPARI adalah seluruh KT yang menerima manfaat P2L.

Peran APPARI Dalam Hilirisasi Hasil Produk Hortikultura:

- Berkoordinasi dengan stakeholder terkait antara lain BKP Kementerian Pertanian; DKPP Provinsi Jawa Barat dan DKPP Kota Bogor
- Sebagai Koordinator yang Menjembatani hubungan antara kelompok tani dan dinas ketahanan pangan kota maupun provinsi; Mengkoordinir KT dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan DKPP
- Meningkatkan kualitas kemasan produk (sayur) di KT berupa Mengadakan sharing session pengemasan; Bekerja sama dengan dinas ketahanan pangan untuk memberikan pelatihan pengemasan sayuran
- Memberikan harga terbaik bagi anggota APPARI



Gambar 1. Pasar APPARI antara lain Pemberian Makanan Tambahan (PMT) Cimanggu, PMT Katulampa (dapat menjadi fasilitator Program Pemerintah Makan Bergizi Gratis saat ini), Le Farm, Bazaar di tiap kelurahan

2. Kelompok Tani (KT)

Pekarangan atau lahan dalam Kawasan/Kampung yang dikelola KT secara berurutan dimulai dari:

Pekarangan unit lahan usaha tani pada skala keluarga (subsisten), kemudian Pekarangan-pekarangan dalam agregat lahan pada satu wilayah kelurahan (pendekatan kawasan)

Pada akhirnya dikelola oleh KT untuk tujuan produksi skala komersial (produksi unggulan-cash crops)

Pengelolaan Berkelanjutan Urban Farming melalui Pembibitan, Penyuluhan dan Budidaya KT

Keberlanjutan Urban Farming salah satunya dipengaruhi oleh ketersediaan bibit dan benih secara berkelanjutan. Keberadaan kebun bibit KT merupakan persyaratan dalam pengembangan dan optimalisasi Urban Farming

Fungsi Kebun Bibit antara lain:

1. Tempat perbanyak tanaman secara vegetative dan generative;
2. Memasok kebutuhan bibit bagi anggota KT;
3. Memberi jaminan ketersediaan sejumlah bibit setiap waktu;
4. Memberi jaminan kualitas bibit yang baik, bebas hama dan penyakit

Pentingnya Penyuluhan

- Menghasilkan SDM pelaku pembangunan pertanian yang kompeten sehingga mampu mengembangkan usaha pertanian yang tangguh, bertani lebih baik (better farming),
- Berusaha tani lebih menguntungkan (better bussines), hidup lebih sejahtera (better living) dan lingkungan lebih sehat.

Budidaya dan produksi tanaman dapat dilakukan dengan :

- Media tanah (soil base culture) atau media buatan (soilless culture).
- Budidaya dengan bahan organik. Sedikit mungkin menggunakan bahan anorganik. Bahan-bahan sisa kegiatan pertanian berupa sekam, arang sekam, sabut kelapa, kulit kacang tanah, serbuk gergaji, sampah daun bambu, bahkan sampah rumah tangga dan lumpur endapan kolam ikan.
- Rekayasa pada pekarangan sempit (vertical garden/vertikultur, roof top urban farming di ruang atas rumah tinggal, perkantoran, restoran dan tabulampot) Memanfaatkan maksimal ruang dimensi tinggi (vertikal) → indeks panen/luas lahan tinggi. Bertanam dalam pot-pot gantung yang mengisi penuh ruang, yang tahan teduh di bawah dan yang lebih suka panas diletakkan di atas.



Kajian Urban Farming di Kota Bogor

Pembahasan Urban Farming tersebut diatas berkorelasi dengan Kajian Model Urban Farming Menuju Ketahanan Pangan di Kota Bogor pada tahun 2023, kerjasama Bapperida melalui bidang Riset Daerah dengan Universitas Indraprasta PGRI Jakarta. Adapun hasil prioritas strategi penerapan pengembangan kajian tersebut adalah:

1. Berkolaborasi/bermitra dengan Perguruan Tinggi/Balai Penelitian dalam bentuk pemanfaatan inovasi hasil-hasil penelitian
2. Peningkatan produktivitas dan komoditas pada pekarangan dan kebun melalui sistem agroforestri sesuai tanaman daerah setempat
3. Peningkatan pendampingan/sosialisasi/fasilitasi/pelatihan bimtek pasar dan standarisasi produk dan lainnya
4. Perluasan pasar melalui penguatan promosi dengan menggunakan saluran offline/online (media sosial)
5. Menciptakan pola konsumsi healthy lifestyle pada masyarakat perkotaan di Kota Bogor
6. Menjalani kerjasama dengan stakeholder terkait penyediaan saprodi
7. Pembentukan koperasi pertanian satu kelurahan satu koperasi untuk mendukung kegiatan urban farming
8. Peningkatan kemampuan/fasilitasi terhadap akses permodalan bagi Kelompok Tani (KT)
9. Peningkatan fasilitasi bantuan sarana produksi yang berkualitas
10. Pengelolaan limbah organik melalui penerapan pertanian terintegrasi

Beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan dan diimplementasikan untuk mengatasi masalah Urban Farming sebagai berikut:

1. Menguatkan PPL sebagai bentuk Agency atau partnership, bahkan PPL difungsikan sebagai sumber informasi, sumber pengetahuan, sumber motivasi, sumber pengalaman, sumber benih, sumber pemasaran, dan sumber lainnya, sehingga dalam mewujudkannya diperlukan penguatan “Capacity Building” PPL sebagai agency transformasi pertanian perkotaan sehingga mampu untuk :

Menciptakan dan mengembangkan mata rantai pengetahuan dengan pihak-pihak terkait (kolaborasi maupun elaborasi), dimana hasilnya berupa acuan/pedoman, bahkan rekomendasi untuk pengembangan urban farming.

Melakukan komunikasi secara formal maupun informal secara intens, terjadwal, dan kontinu, terkait menyamakan persepsi antar PPL dan KT, dimana kegiatannya membahas masalah pola maupun teknik budidaya, ragam jenis tanaman yang sesuai dengan kondisi lahannya, harga pemasaran, kondisi cuaca dan iklim, dan sebagainya.

Membuat sebuah keputusan bersama “decision making” dalam menentukan jenis tanaman yang dibudidayakan, disesuaikan dengan kapasitas/kemampuan lahan masing-masing (setiap Kecamatan Kota Bogor), di samping melakukan monitoring dan evaluasi bersama (PPL dan KT), terkait tumbuh kembang tanaman dari tanam sampai panen.

2. Membentuk Kelompok Tani (KT) yang lebih representatif dan diakui legalitasnya dan eksistensinya oleh pemerintah daerah. Untuk memudahkan dalam koordinasi seluruh KT Kecamatan Kota Bogor, terkait penunjukkan dan pengembangan pola, jenis, produktivitas, arah maupun tujuan pemasaran.

3. Membuka peluang pasar untuk hasil produktivitas urban farming yang lebih masif di Kota Bogor dengan bekerja sama dengan dinas terkait, sehingga kedepannya mampu membangun Kota Bogor berbasis urban farming, untuk mewujudkan hal ini, perlu dilakukan:

- Penentuan lokasi atau areal yang akan diciptakan dan dikembangkan pasar organik berbasis urban farming bekerja sama dengan pihak-pihak terkait.
- Pemasaran melalui media-media online hasil produktivitas urban farming di Kota Bogor terus diupayakan secara meluas kepada masyarakat kota dengan kualitasnya yang dapat dipercaya (sehat dan bergizi).
- Pengembangan sentra pasar organik Kota Bogor sehingga bukan hanya ragam jenis sayuran, tetapi juga buah-buahan dan sebagainya.
- Melakukan refleksi - evaluasi secara bersama-sama, baik PPL dan KT, bahkan dengan lembaga atau instansi terkait. Untuk mewujudkan “Kota Bogor sebagai kota lumbung kehidupan yang lestari dan berkelanjutan”
- Pengembangan pasar organik full urban farming diharapkan mampu menembus pasar perhotelan maupun restoran, bahkan ekspor komoditi khas Kota Bogor yang akan meningkatkan kesejahteraan petani kota, sekaligus peningkatan PAD Kota Bogor
 - Implementasi upaya tersebut dapat mengatasi masalah urban farming dan mempercepat program ketahanan pangan dalam urban farming.
 - Dimensi prioritas yang hendak dicapai menjadi langkah penting dan strategis agar berjalan dengan baik dan sesuai dengan sasaran yang dicapai dalam strategi pengembangan dan pengelolaan urban farming di Kota Bogor.
 - Perlu Kajian lanjutan untuk memetakan lokasi Kelompok Tani Percontohan Mutiara Bogor Raya seperti dalam gambar dibawah ini, yang sudah ditutup imbas proyek jalan alternatif ertiga di Kelurahan Katulampa Kecamatan Bogor Timur Kota Bogor



Gambar 2. Tim Kajian Model Urban Farming Menuju Ketahanan Pangan di Kota Bogor 2023

BENTUK DAN PENGGUNAAN URBAN FARMING KOTA BOGOR



Gambar 3. Beberapa Kelompok Tani (KT) yang menjadi responden Kajian Model Urban Farming Menuju Ketahanan Pangan di Kota Bogor 2023

Daftar Pustaka

ARIFIN HS, KASWANTO Pekarangan Kebun Bergizi HSC Posdaya 2015

ARIFIN HS Pekarangan Kebun Bergizi 2015

KASIYATIK APPARI Kota Bogor 2023

LAPORAN AKHIR Kajian Model Urban Farming Menuju Ketahanan Pangan di Kota Bogor 2023



**BAPPERIDA
KOTA BOGOR**



ALAMAT KORESPONDENSI

**Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan
Inovasi Daerah Kota Bogor**

Jl. Kapten Muslihat No. 21, RT.01/RW.01, Pabaton,
Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121