

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pelestarian Tahu Gejrot sebagai kuliner khas Kota Cirebon, dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan Tahu Gejrot tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga ditopang oleh nilai sosial dan budaya yang masih dipertahankan oleh para pelaku usaha. Sistem usaha berbasis keluarga serta proses pewarisan resep secara turun-temurun menjadi faktor penting yang menjaga eksistensi Tahu Gejrot hingga saat ini. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mempertahankan cara pengolahan tradisional, mulai dari penggunaan resep keluarga hingga teknik penyajian menggunakan cobek. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa Tahu Gejrot bukan hanya dipandang sebagai produk kuliner, melainkan juga sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat Cirebon yang memiliki nilai historis dan autentisitas tinggi. Temuan ini sejalan dengan perspektif ekonomi budaya David Throsby yang menempatkan kuliner tradisional sebagai bentuk *cultural capital* atau modal budaya yang memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberlangsungan Tahu Gejrot dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Faktor internal yang menjadi kekuatan utama meliputi identitas kuliner khas Cirebon, cita rasa yang unik, harga yang terjangkau, serta keberadaan sistem usaha keluarga yang masih bertahan hingga sekarang. Namun di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan yang cukup memengaruhi perkembangan usaha, seperti minimnya inovasi produk, belum adanya pengarsipan resep secara sistematis, keterbatasan modal usaha, serta rendahnya minat generasi muda untuk melanjutkan usaha kuliner tradisional. Sementara itu, faktor eksternal menunjukkan adanya peluang yang cukup besar melalui perkembangan wisata kuliner, media digital, dan dukungan program pemerintah daerah terhadap UMKM. Akan tetapi, peluang tersebut juga diiringi oleh ancaman berupa

persaingan dengan kuliner modern, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, strategi pelestarian Tahu Gejrot perlu diarahkan pada upaya memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sekaligus meminimalkan kelemahan dan menghadapi ancaman secara lebih adaptif dan berkelanjutan.

Selain itu, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelestarian Tahu Gejrot belum dapat berjalan secara optimal apabila hanya bergantung pada pelaku usaha semata. Upaya pelestarian membutuhkan keterlibatan dan kerja sama berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, pelaku usaha, sektor pariwisata, komunitas lokal, dan generasi muda. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pemerintah daerah sebenarnya telah memberikan dukungan melalui program pembinaan UMKM dan keterlibatan dalam beberapa kegiatan promosi daerah. Namun implementasi program tersebut dinilai masih belum merata dan belum sepenuhnya menjawab kebutuhan pelaku usaha di lapangan. Penelitian ini juga menemukan bahwa promosi digital, festival kuliner, penguatan identitas produk, serta pengembangan wisata gastronomi memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik Tahu Gejrot sebagai atraksi wisata kuliner Kota Cirebon. Akan tetapi, sinergi antar pihak terkait masih belum berjalan secara maksimal sehingga pengembangan Tahu Gejrot sebagai bagian dari wisata kuliner berkelanjutan belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pelestarian yang lebih terintegrasi, tidak hanya berfokus pada menjaga keaslian produk, tetapi juga mampu mengembangkan nilai ekonomi, memperluas promosi, dan memperkuat regenerasi pelaku usaha agar keberadaan Tahu Gejrot tetap lestari dan mampu bersaing di tengah perkembangan industri kuliner modern.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pelestarian Tahu Gejrot sebagai kuliner khas Kota Cirebon, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait.

1. Bagi pelaku usaha Tahu Gejrot, diperlukan upaya untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa menghilangkan nilai autentisitas produk. Pelaku usaha dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang lebih luas, misalnya melalui pembuatan konten sederhana mengenai proses pembuatan, aktivitas penjualan, maupun sejarah Tahu Gejrot di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, kualitas rasa, penggunaan resep tradisional, serta teknik penyajian khas perlu tetap dipertahankan karena menjadi daya tarik utama Tahu Gejrot sebagai kuliner tradisional dan bagian dari identitas budaya Kota Cirebon. Pengarsipan resep dan teknik pembuatan juga penting dilakukan sebagai bentuk pelestarian pengetahuan kuliner agar tidak hilang pada generasi berikutnya.
2. Bagi pemerintah daerah, diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih optimal dan berkelanjutan terhadap pelestarian Tahu Gejrot. Dukungan tersebut tidak hanya berupa program formal, tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan nyata para pelaku usaha di lapangan. Pemerintah dapat memperluas pelatihan terkait pemasaran digital, pengelolaan usaha, inovasi produk, hingga pendampingan UMKM secara berkelanjutan. Selain itu, festival kuliner, kegiatan pariwisata daerah, serta promosi budaya lokal perlu dimanfaatkan secara maksimal sebagai media untuk memperkenalkan Tahu Gejrot kepada wisatawan. Pemerintah juga dapat mendorong penyusunan dokumentasi kuliner tradisional serta penguatan identitas Tahu Gejrot sebagai bagian dari warisan budaya kuliner Kota Cirebon.
3. Bagi generasi muda dan masyarakat, diperlukan keterlibatan yang lebih aktif dalam menjaga keberlangsungan kuliner tradisional daerah. Keterlibatan tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti membantu promosi digital, mengembangkan ide kreatif dalam pemasaran, maupun ikut terlibat dalam usaha keluarga. Pendekatan yang lebih fleksibel dan mengikuti perkembangan tren diharapkan dapat meningkatkan minat generasi muda terhadap kuliner tradisional,

sehingga proses regenerasi pelaku usaha Tahu Gejrot dapat terus berlangsung.

4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga masih terbuka peluang untuk dikembangkan lebih lanjut. Penelitian berikutnya dapat mengkaji perilaku konsumen terhadap kuliner tradisional, strategi pemasaran digital kuliner lokal, maupun pengembangan model wisata gastronomi berbasis budaya lokal. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian komparatif mengenai tingkat popularitas Tahu Gejrot dibandingkan dengan kuliner khas Cirebon lainnya, seperti Empal Gentong atau Nasi Jamblang. Kajian tersebut penting untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik dan tingkat kunjungan wisatawan terhadap masing-masing kuliner, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi pelestarian dan pengembangan wisata kuliner yang lebih efektif dan berkelanjutan.