

Menciptakan Pengalaman Wisata Gastronomi Melalui Daya Tarik Wisata Kuliner Wingko Babat Kota Semarang

Dhania Febri Riziyanti¹, Vionika Emeraldal², Rohmat Santosa³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta

E-mail: dhaniafebri06@gmail.com¹, emeraldal100400@gmail.com², rohmat santoso17@gmail.com³

Article History:

Received: 21 Desember 2023

Revised: 31 Desember 2023

Accepted: 03 Januari 2024

Keywords:

Makanan
Tradisional, Gastronomi,
Wingko Babat, Daya Tarik
Wisata

Abstract: Sedikitnya informasi tentang strategi pemasaran, partisipasi masyarakat lokal, keberlanjutan, evaluasi pengalaman wisatawan yang khusus berkaitan dengan wisata kuliner wingko babat. Tujuan penulisan memberikan wawasan yang berguna bagi pemangku kepentingan dalam industri kuliner dan pariwisata, serta untuk mempromosikan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor pariwisata Kota Semarang. Metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian akan memfokuskan pada 9 komponen gastronomi seperti cita rasa, tampilan, aroma, tekstur, sejarah, budaya, keberlanjutan, promosi, dan partisipasi komunitas. Wingko babat di Semarang populer dan berdampak baik secara ekonomi dan budaya. Awalnya, banyak yang suka, tapi sekarang kurang diminati karena tren makanan modern. Tapi, masyarakat berusaha lestarian budaya kuliner ini dengan festival, variasi rasa, dan lainnya. Pabrik utama, Loe Lan Ing, mengelola produksinya dengan baik, meski perlu beberapa perbaikan. Pemilik usaha, Bapak Supriyadi Gondokusumo dan Ibu Kristiani, langsung pantau produksi untuk memastikan kualitas tetap bagus. Keberhasilan produksi ini karena rasa wingko yang tetap autentik sejak dulu.

PENDAHULUAN

Wisata gastronomi semakin mendapatkan perhatian yang meningkat sebagai bagian penting dari pariwisata budaya di seluruh dunia, makanan bukan hanya menjadi aspek dasar dari budaya, tetapi juga dapat menjadi daya tarik utama dalam perjalanan dan pengalaman pariwisata. Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang luar biasa, dan setiap daerah di negara ini memiliki makanan khasnya sendiri dan menceritakan cerita tentang budaya dan sejarah lokal. Salah satu makanan khas yang menjadi pusat perhatian adalah Wingko Babat di Kota Semarang.

Wingko Babat merupakan makanan tradisional yang menggoda, terbuat dari bahan – bahan sederhana seperti kelapa, ketan, dan gula. Wingko Babat merangkum rasa, tampilan, aroma, dan sejarah yang mendalam, mencerminkan kekayaan budaya Semarang. Selain itu Wingko Babat juga menjadi sebuah potensi untuk meningkatkan industri pariwisata Semarang dengan menjadikannya sebagai daya tarik wisata gastronomi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami Bagaimana menciptakan pengalaman wisata

gastronomi yang unik melalui Wingko Babat di Kota Semarang. Dalam pendahuluan ini, akan menjelaskan latar belakang pentingnya penelitian ini, kerangka konsep yang digunakan, dan komponen gastronomi yang akan menjadi fokus utama penelitian ini. Selanjutnya akan merinci tujuan, metode penelitian yang digunakan, serta signifikansi temuan yang diharapkan dari penelitian ini dalam konteks pengembangan pariwisata kuliner di Kota Semarang.

LANDASAN TEORI

1. Pariwisata

Pariwisata menurut WTO (1999) merupakan kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut – turut untuk tujuan bersenang – senang dan yang lainnya. Tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut untuk tujuan bersenang- senang, bisnis dan yang lainnya. Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa pariwisata merupakan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Menurut Gamal Suwanto (2002) istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang bersifat sementara yang dilakukan perorangan maupun kelompok untuk menikmati perjalanan tersebut dan untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Rahmah, 2020).

2. Daya Tarik Wisata

Menurut Aprilia (2017) Daya Tarik Wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata. Sedangkan menurut Marpaung (2019) daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang beranekaragam kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan wisatawan. Daya tarik wisata memiliki fokus utama dalam penggerak pariwisata di sebuah destinasi (Apriliyanti, 2020).

3. Warisan Budaya

Warisan budaya adalah keseluruhan peninggalan kebudayaan yang memiliki nilai penting sejarah, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan seni. Warisan budaya dimiliki bersama oleh suatu komunitas atau masyarakat dan mengalami perkembangan dari generasi ke generasi, dalam alur suatu tradisi. Warisan budaya merupakan jati diri suatu masyarakat atau kaum yang diwariskan dari generasi-generasi sebelumnya, yang dilestarikan untuk generasi-generasi yang akan datang. Usaha untuk melestarikan warisan budaya disebut konservasi, misalnya dengan perlindungan, dokumentasi, pemulihan, dan pengumpulan di museum. Salah satu organisasi yang mempromosikan pelestarian warisan budaya adalah UNESCO. Sedangkan warisan budaya dunia memiliki nilai universal luar biasa dan mempunyai pengaruh sangat penting terhadap budaya yang berada dalam wilayah suatu negara seperti Negara Kesatuan Republik Indonesia(Asdhiana, 2014).

4. Wisata Kuliner

Wisata Kuliner menurut Soegiarto (2018), kuliner merupakan masakan dalam artian hasil proses memasak. Wisata kuliner yaitu orang yang berpergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner. Dalam artian ini wisata kuliner bisa diartikan bahwa tempat yang menyajikan berbagai

olahan makan sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang baru mengenai kuliner.

5. Makanan Tradisional

Menurut Lily Arsanti Lestari (2018), makanan tradisional adalah produk makanan dari suatu daerah yang dibuat secara tradisional, dalam arti proses pembuatannya dilakukan dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Tradisional juga dapat didefinisikan sebagai suatu kebiasaan yang berasal dari leluhur yang diturunkan secara turun temurun dan masih banyak dijalankan oleh masyarakat saat ini. Sesuatu atau seseorang dikatakan tradisional jika sikap, cara berpikir, tindakan, atau karakteristik lainnya mengikuti adat, kebiasaan, atau norma yang diwariskan secara turun-temurun. Menurut Murdijati (2017), makanan tradisional ini dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, antara lain:

- a. Makanan tradisional yang hampir punah, Makanan tradisional yang hampir punah ini langka dan hampir jarang dapat ditemui mungkin disebabkan karena ketersediaan bahan dasarnya mulai sulit atau masyarakat pembuatnya mulai tidak mengerjakan lagi atau terdesak oleh produk makanan lain, contohnya karangan, cethot, entog-entog, getas, es semlo, dan hawuk-hawuk.
- b. Makanan tradisional yang kurang populer, kelompok makanan tradisional yang kurang populer adalah makanan tradisional yang masih mudah ditemui, tetapi makin tidak dikenal dan cenderung berkurang penggemarnya, dianggap mempunyai status sosial lebih rendah dalam masyarakat, contohnya kethak, adrem, wedang tahu, lemet, bothok sembukan, dan bajigur.
- c. Makanan tradisional yang populer (tetap eksis). Kelompok makanan tradisional yang populer merupakan makanan tradisional yang tetap disukai masyarakat dengan bukti banyak dijual, laku, dan dibeli oleh konsumen bahkan beberapa menjadi ikon daerah tertentu seperti gudeg, emping melinjo, gatot, thiwul, tempe benguk, kipo, dan sate klathak.

Saat ini masyarakat sedang merasakan akibat perubahan pola konsumsi makanan, baik di negara maju maupun berkembang, peran makanan tradisional untuk membangun pola makan sehat sangat diperlukan. Dokumentasi masyarakat tradisional diharapkan mampu memberikan informasi bagi generasi muda untuk mengenal dan menyadari pentingnya memanfaatkan produk negeri sendiri untuk membangun kesehatan dan kehidupannya.

6. Wisata Gastronomi

Wisata gastronomi merupakan cara lain dalam menikmati objek wisata sekaligus juga melestarikan kebudayaan melalui upaya pelestarian kebudayaan di bidang makanan dan minuman atau biasa disebut wisata kuliner (Brillat-Savarin, 1994). Menurut Turgarini (2018) pariwisata gastronomi bisa diartikan dapat meningkatkan pendapatan daerah tersebut dengan menjadikan makanan khas daerah tersebut menjadi destinasi wisata bagi daerah tersebut.

METODE PENELITIAN

1. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan untuk memahami dan menjelaskan dengan lebih mendalam pengalaman wisata gastronomi dengan Wingko Babat di Kota Semarang. Selain itu dalam penelitian ini juga akan melakukan analisis terhadap materi promosi yang digunakan oleh pengusaha yang menawarkan Wingko Babat sebagai daya tarik utama. Penelitian ini akan difokuskan pada 9 komponen gastronomi, yang mencakup cita rasa, tampilan, aroma, tekstur, sejarah, budaya, keberlanjutan, promosi, dan partisipasi komunitas. Melalui analisis

komprehensif terhadap komponen – komponen ini, peneliti akan memahami Bagaimana Wingko Babat menciptakan pengalaman wisata gastronomi yang unik di Kota Semarang dan Bagaimana faktor – faktor ini berinteraksi satu sama lain. Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang pengalaman makanan lokal dengan unsur akulturasi yang merupakan aset berharga dalam pariwisata dan budaya di Kota Semarang.

2. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Semarang, sebuah kota yang terletak di bagian tengah Pulau Jawa, Indonesia. Lokasi penelitian ini dipilih karena Kota Semarang memiliki karakteristik yang representatif untuk memahami fenomena yang sedang diteliti. Dengan populasi yang beragam, kondisi geografis yang unik, dan keberagaman budaya, Kota Semarang menjadi tempat yang ideal untuk mengumpulkan data yang relevan dan mewakili konteks yang signifikan dalam ruang lingkup penelitian ini.



Gambar 1. Peta Kecamatan Gajah Mungkur Kota Semarang

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 November 2023 sebagai bagian dari upaya untuk memahami dan merekam fenomena yang terjadi pada waktu tertentu. Pemilihan tanggal ini didasarkan pada pertimbangan khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi atau kejadian yang signifikan pada hari tersebut.

4. Populasi

Populasi penelitian ini melibatkan informan utama berupa pemilik usaha yang memiliki pemahaman mendalam mengenai operasional dan dinamika bisnis di daerah tersebut. Selain itu, beberapa stakeholder yang terlibat aktif dalam lingkup bisnis di lokasi tersebut juga menjadi bagian dari populasi penelitian. Keterlibatan mereka diharapkan dapat memberikan perspektif yang komprehensif terkait dengan aspek-aspek kunci yang sedang diteliti, serta memberikan gambaran yang lebih luas tentang dampak dan dinamika lingkungan bisnis di daerah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Wingko Babat Khas Semarang

Wingko babat merupakan salah satu jajanan kuliner yang berasal dari Lamongan, Jawa Timur. Wingko babat pertama kali dibuat pada tahun 1898 yang didirikan oleh Loe Soe Siang dan istrinya Djoa Kiet Nio, mereka merupakan seorang perantau dari Tiongkok lalu menetap di Babat, Lamongan. Loe Soe Siang dalam mencukupi kebutuhan ekonomi keluarganya, ia membuat jajanan yang diberi nama “Wingko” dan pada saat itu menetap di Babat, maka jajanan tersebut dikenal dengan sebutan “Wingko Babat”, yang berarti kue wingko yang berasal dari Babat.

Pada tahun 1983 terdapat surat kabar yang bernama Soerabaijasch handelsblad telah

Hal ini menandakan bahwa jajanan wingko telah dijadikan oleh – oleh khas dari Babar Lmaongan jauh sebelum adanya wingko babat yang ada di Semarang. Loe Soe Siang dan Djoa Kiet Nio memiliki 2 orang anak, yaitu Loe Lan Ing dan Loe Lan Hwa. Loe Lan Ing merupakan pewaris generasi ke dua usaha wingko babat di Babat Lamongan, sedangkan Loe Lan Hwa mengikuti suami The Ek Tjong (D Mulyono) ke Semarang. Pada tahun 1944 Loe Lan Hwa bersama suaminya The Ek Tjong (D Mulyono) beserta kedua anaknya The Giok Kwie (6 tahun) dan The Gwat Kwie (4 tahun) mengungsi dari Babat ke Semarang, karena pada saat itu di Babat sedang dilanda huru-hara akibat dari dampak kekalahan Jepang pada Perang Dunia II yang ikut dirasakan warga Babat. Akhirnya Loe Lan Hwa ikut suami ke Semarang (Kurniawan, 2020). Setelah kemerdekaan Indonesia, Loe Lan Hwa dalam mencukupi kebutuhan ekonominya dan dirasa belum ada yang menjual wingko, maka pada tahun 1946 Loe Lan Hwa mulai membuat wingko yang sekaligus meneruskan usaha wingko ayahnya Loe Soe Siang di Babat untuk diteruskan di Semarang.

Penjualan wingko kemudian dititip-jualkan pada sebuah kios sederhana yang menjual makanan di stasiun kereta api Tawang Semarang. Setiap kereta berhenti, petugas kios menjajakan kue wingko beserta makanan lainnya kepada penumpang di dalam kereta api. Selain itu, wingko babat juga dijual dari rumah ke rumah. Kegigihan yang dimiliki Loe Lan Hwa dan keluarga yang berdarah Tionghoa tersebut menjadikan ia seorang yang pekerja keras dalam berdagang khususnya dalam memproduksi dan menjual wingko babat. Berkat kegigihannya tersebut lambat laun wingko babat akhirnya digemari oleh para pelanggan sampai saat ini, terbukti wingko babat dijadikan sebagai makanan khas Kota Semarang, bahkan kue wingko ini lebih dikenal di Semarang dari pada di Kota Babat Lamongan sendiri. Alasan mengapa kue wingko lebih dikenal di Semarang diantaranya, Semarang merupakan Ibukota Propinsi Jawa Tengah, dimana berarti pusat pemerintahan menjadi satu di sana, serta Semarang memiliki slogan “*The Beauty of Asia*” yang dapat diartikan memiliki banyak budaya maupun ciri khas tertentu yang dibuktikan dengan adanya berbagai tempat pariwisata bersejarah maupun wisata non sejarah. Oleh hal itu, banyak para wisatawan baik dalam maupun luar kota yang berkunjung ke Semarang, sehingga dengan adanya jajanan wingko menjadi salah satu jajanan favorit para pengunjung untuk dijadikan oleh-oleh keluarga di rumah.

Dibawah Ini adalah silsilah keluarga besar yang memproduksi usaha wingko babat jajanan khas Kota Babat Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan di “Pabrik Wingko Loe Lan Ing” :



Gambar 2. Silsilah Keluarga Besar Produksi Wingko Babat



Gambar 3. Daftar Menu Wingko Aneka Rasa di Depan Halaman Toko Loe Lan Ing

Usaha wingko Loe Lan Ing ini memiliki visi dan misi yang diuraikan didalam puisi wingko, yang bertujuan untuk mempertahankan warisan wingko babat dari buyut, mengembangkan wingko babat lebih dikenal masyarakat luas dan memberikan semangat untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Tulisan puisi wingko tersebut ditulis secara besar dan diletakkan didepan toko Loe Lan Ing, yang berbunyi “ Suatu hari nanti wingko babat akan jadi terkenal keseluruh dunia seperti pizza dari Italia, suatu hari nanti Wingko Loe Lan Ing jadi ternama. Jadi makanan kecil di Pesawat Garuda Indonesia, makanan kecil di Istana Raja dan Presiden, bukan khalayan yang ingin saya berikan, tetapi keinginan yang nyata”.

2. Wingko Babat Mulai Berkembang

Wingko babat dikenal sejak tahun 1946 dan mulai berkembang sesuai dengan selera masyarakat. Hal ini ditandai dengan berdirinya produsen-produsen wingko babat yang tersebar di berbagai daerah di Kota Semarang. Keberadaan wingko semakin digemari oleh para konsumen yang sebagian besar adalah wisatawan. Adapun beberapa industri wingko babat yang sudah terdaftar dalam UMKM Kota Semarang antara lain:

Tabel 1. Daftar UMKM Wingko Babat Kota Semarang

No	Nama Perusahaan
1.	Wingko Babat Cap Kereta Api
2.	Wingko NN Meniko
3.	Wingko Cap Bus Gaya Baru
4.	Wingko Cap Lokomotif
5.	Wingko KM Mutiara
6.	Wingko Pak Moel
7.	Wingko Cap Pesawat Jet
8.	Wingko Dyriana
9.	Wingko Hj Wiwik
10	Wingko Pratama

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang

3. Standar Pembuatan Wingko Babat

Dalam pembuatan Wingko Babat, seni kuliner tradisional melebur dengan keahlian tangan yang terampil. Dimulai dari seleksi bahan-bahan berkualitas tinggi, seperti kelapa

parut, ketan, dan gula kelapa, setiap tahap produksi dijalankan dengan cermat untuk menciptakan jajanan khas ini. Adonan yang lembut dan tekstur lapisan yang istimewa menjadi ciri khas dari proses ini, memadukan warisan rasa tradisional dengan inovasi yang menggugah selera. Dengan tahapan penggorengan yang pas dan sentuhan akhir yang mengundang selera, Wingko Babat siap menghadirkan kenikmatan yang melekat pada setiap gigitan, mengajak kita merasakan kelezatan warisan kuliner Nusantara.

a. Standar Resep Wingko

Tabel 2. Standar Resep Wingko

No	Nama Bahan	Ukuran
1.	Tepung Ketan	1kg
2.	Kelapa Muda Parut Songgrat	6 butir
3.	Gula Pasir	1,5 kg
4.	Mentega	300 gram
5.	Essense	2 sdm

Sumber : Wawancara

b. Berbagai Macam Rasa Wingko yang di Produksi.

- 1) Wingko Rasa Original
- 2) Wingko Rasa Nangka
- 3) Wingko Rasa Durian
- 4) Wingko Rasa Stroberi
- 5) Wingko Rasa Pisang
- 6) Wingko Rasa Coklat
- 7) Wingko Rasa Keju

Wingko Babat yang diproduksi pabrik Loe Lan Ing ini, memiliki berbagai bentuk ukuran, sehingga dalam menentukan harga jual juga berbeda. Ada tiga jenis ukuran yang dibuat berbeda, wingko yang berukuran kecil yang berdiameter 5 cm ini untuk rasa wingko original (asli). Wingko yang berukuran sedang berdiameter 15 cm, ukuran ini hanya untuk produksi wingko aneka rasa saja. Wingko yang berukuran besar berdiameter 25 cm, ukuran ini juga untuk wingko rasa original (asli) biasanya wingko ini yang sering dijadikan konsumen untuk seserahan acara pernikahan.

c. Pengorganisasian

Pengorganisasian produksi wingko babat di pabrik Loe Lan Ing dibuat secara terbuka dan secara langsung dari pemilik pabrik Wingko Loe Lan Ing. Setiap hari para karyawan atau tenaga kerja yang ada di dalam pabrik ini sudah langsung mengetahui pembagian tugasnya masing-masing, apa saja yang harus diselesaikan dalam satu hari, karena pada area kerja di pabrik Wingko Babat Loe Lan Ing tidak ada susunan organisasi secara tertulis, jadi langsung mengikuti komando atau perintah dari pimpinan kepada salah satu tenaga kerja yang sudah lama bekerja di pabrik Wingko Babat Loe Lan Ing, seseorang itu bisa dikatakan sebagai kepala bagian produksi, dari satu orang ini semua pembagian tugas kepada tenaga kerja yang memproduksi wingko babat di pabrik Loe Lan Ing sudah mengetahui apa saja yang harus dikerjakan dan diselesaikan. Pengorganisasian produksi wingko babat di Pabrik Loe Lan Ing dirangkum berdasarkan hasil wawancara.



Gambar 3. Struktur Organisasi Produksi Wingko Babat di Pabrik Loe Lan Ing

4. Upaya Masyarakat Terhadap Pelestarian Wingko Babat Sebagai Warisan Budaya Kuliner Khas Semarang

Salah satu warisan budaya tak benda yang menjadi ciri khas kuliner khas Semarang yaitu wingko babat. Wingko babat dikatakan sebagai warisan budaya tak benda sebab telah memiliki usia lebih dari 50 tahun sejak diproduksi wingko pada tahun 1946. Wingko babat merupakan salah satu kuliner khas Semarang yang paling diminati oleh masyarakat kota Semarang maupun para wisatawan yang berkunjung, hal ini terbukti dengan semakin bertambahnya usahawan yang memproduksi wingko babat semenjak berdirinya wingko babat tahun 1946. Namun, di era globalisasi seperti sekarang makanan-makanan Barat semakin membanjiri pasar konsumen. Adanya selera masyarakat yang mulai berkembang, maka budaya peninggalan leluhur sedikit demi sedikit akan tergerus dengan budaya baru. Sehingga muncul budaya modern. Kebudayaan menurut Koentjoroningrat merupakan pencerminan dari nilai, keyakinan, pandangan, ide yang umumnya mempunyai komunitas, sehingga dapat diartikan sebagai jati diri masyarakat (Septemuryantoro, 2020).

Dengan kondisi kuliner Semarang saat ini, maka patutlah dilakukan tindakan preventif agar kuliner wingko babat yang merupakan salah satu warisan budaya tak benda khas Semarang tetap bertahan hingga nanti. Maka, perlu adanya upaya konservasi terhadap warisan budaya tak benda. Upaya konservasi tersebut juga telah ditetapkan oleh Organisasi Pendidikan, Sosial dan Budaya - PBB (Unesco) yang pada tahun 2003 telah menetapkan *Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage* yang ditanda tangani oleh seluruh negara anggota Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) supaya setiap negara melakukan perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan warisan budaya takbenda dalam rangka mewujudkan tata kelola kehidupan masyarakat yang bermartabat di masa mendatang. Selain itu, pada tahun 2007 Pemerintah Indonesia telah meratifikasi *Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage* tersebut dan mengesahkan Perpres Nomor 78 Tahun 2007 tentang Pengesahan *Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage* (Konvensi untuk Perlindungan Warisan Budaya Takbenda) (Wahyuningasih, 2020:58).

Adanya peraturan mengenai perlindungan warisan budaya tak benda oleh pemerintah, mengharuskan warga masyarakat Semarang sadar akan pentingnya memelihara warisan budaya yang telah dimiliki. Oleh sebab itu, peran kreatif masyarakat sangat dibutuhkan untuk mendukung upaya pelestarian wingko. Upaya tersebut antara lain:

- a. Peran Pemerintah Pemerintah merupakan salah satu pelaku utama dalam mengatur kepetingan masyarakat yang berhubungan dengan kelangsungan hidup bagi masyarakat, daerah serta negaranya. Oleh karena itu, pemerintah juga berperan sebagai pengupaya

pelestarian warisan peninggalan leluhur bagi generasi millennial yang mulai menganggap bahwa budaya daerah sebagai budaya yang kuno atau ketinggalan zaman, seperti halnya kuliner tradisional. Upaya tersebut dilakukan oleh pemerintah dengan cara mengadakan festival atau acara-acara kuliner serta melakukan publikasi agar kuliner tradisional Semarang tetap diminati.

- b. Peran Wirausahawan Para pelaku wirausaha wingko babat harus mempunyai banyak inovasi agar wingko babat tetap menjadi makanan favorit bagi generasi millennial. Dengan diberikannya inovasi tersebut merupakan bentuk dari upaya pelestarian wingko sebagai kuliner khas Semarang. Upaya tersebut dilakukan dengan cara menambah varian rasa, memberikan inovasi pada bentuk wingko, modifikasi kemasan, dll.
- c. Peran Akademisi Lingkungan akademisi merupakan generasi yang terdidik, sehingga peran serta para akademisi sangat dibutuhkan dalam menjaga eksistensi kuliner tradisional khas Semarang, salah satunya wingko babat. Upaya pelestarian wingko dapat dilakukan melalui program penelitian, pengabdian, maupun praktik lapangan.
- d. Peran Masyarakat Umum Peran aktif masyarakat seperti halnya masyarakat lokal Semarang sangat penting mengingat mereka secara langsung berhadapan dengan fenomena yang ada. Keterlibatan masyarakat sekitar diharapkan sebagai pelaku atau pendukung utama dalam perkembangan wingko. Dalam upaya nguri-uri budaya yang ada serta menggalakkan minat konsumen terhadap wingko. Kesadaran itu tercermin dalam sikap akan menghargai suatu peninggalan para leluhur. Hal ini terbukti dengan wawancara dengan Ibu Mutiah seorang warga asli Semarang, mengatakan:

“Ya itu mbak kemaren saya waktu khitanke cucu ya ada wingko babatnya, ya meskipun nggak wingko babat yang asli. Biasanya saya juga kalau ke bawah pengen makanan yang manis-manis kalo ada wingko ya saya beli tho mbak, wong pengen”.

KESIMPULAN

Popularitas dan dampak ekonomi serta budaya dari munculnya wingko babat di Semarang. Kuliner ini mendapat sambutan positif dari warga dan wisatawan, memicu pertumbuhan produsen wingko di kota tersebut. Meskipun awalnya diminati, popularitas wingko mulai menurun karena adanya tren makanan Barat dan modern. Masyarakat merespons dengan upaya pelestarian warisan budaya kuliner leluhur melalui festival kuliner, variasi rasa, pengabdian, praktik lapangan, dan peningkatan konsumsi wingko. Pabrik utama, Loe Lan Ing, telah mengelola produksinya dengan baik, walaupun beberapa aspek organisasi perlu perbaikan. Meskipun demikian, manajemen produksi ini berhasil menghasilkan wingko yang memenuhi permintaan konsumen, terutama saat hari-hari besar dan musim liburan. Pemantauan langsung oleh pemilik usaha, Bapak Supriyadi Gondokusumo dan Ibu Kristiani, memastikan hasil produksi sesuai perencanaan, dengan estimasi bahan dan harga jual yang mematuhi standar. Keberhasilan manajemen produksi ini sangat dipengaruhi oleh kualitas rasa wingko yang menjaga keaslian kuliner ini sejak zaman dahulu.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilia, Eka Rosyidah. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. Vol. 51 No. 2. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & Za, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda tourist satisfaction of commercial images as a center of cultural reflection

- typical of samarinda city. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145-153.
- Asdhiana, I Made. (2014). *Sesaji Rewanda, Menjaga Keseimbangan Alam di Goa Kreo*.
- Brillat- Savarin (1994). *Pengaruh Wisata Gastronomi*
- Gamal, Suwanto. 2002. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Harmayani, E, Umar, S., & Murdijati, G. (2017). *Makanan Tradisional Indonesia Seri I*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kementrian Pariwisata. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1*
- Lily Arsanti Lestari, dkk. 2018. *Kandungan Zat Gizi Makanan Khas Yogyakarta*. Yogyakarta: UGM PRESS.
- Marpaung, B. (2019). *Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan*. Mpu Procuratio : *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.
- Rahmah, S. A. (2020). *Implementasi Kearifan Lokal Silih Asah, Silih Asih,. Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1-11.
- Soegiarto, Dwi. (2018). *Pengaruh Perilaku Wisatawan Nusantara Terhadap Wisata Kuliner di Surakarta*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol.4 No. 1 tahun 2008,
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Wahyuningsih, C.D. 2020. “Kebijakan Perlindungan Warisan Budaya Takbenda (*Intangible Culture Heritage*) Masyarakat Kota Semarang (Kajian Fasilitas Pengembangan Kuliner Berbasis Warisan Budaya)“. Semarang: UNTAG
- World Tourism Organization (WTO), 1999, International Tourism A Global Perspective, Madrid, Spain.*