

Community-Based Local Gastronomy Development Model in the Solo Area Case Study: Serabi Notosuman

Model Pengembangan Gastronomi Lokal Berbasis Komunitas Kawasan Solo Studi Kasus: Serabi Notosuman

**Arimbi Kanasih Putri¹, Adimas Bagus Indrayana², Nilna Muna Sholihah³,
M. Alvano Arif Rachman⁴, Dian Yulie Reindrawati⁵**

Program Pengembangan Sumber Daya Manusia, Sekolah Pascasarjana
Universitas Airlangga

¹arimbi.kanasih.putri-2024@pasca.unair.ac.id, ²adimas.bagus.in-
2024@pasca.unair.ac.id, ³nilna.muna.olihah-2024@unair.ac.id,
⁴m.alvano.arif.rachman-2024@pasca.unair.ac.id,
⁵dian.reindrawati@vokasi.unair.ac.id

Abstract

Serabi Notosuman is a traditional Indonesian delicacy that serves not only as a market snack but also as an edible historical trace preserved since 1923 and sustained across four generations. Its continuity reflects the importance of maintaining Javanese cultural values amid modernization. Through a community-based gastronomy approach, Serabi Notosuman contributes to strengthening cultural identity, uniting local communities, and creating economic opportunities. Key factors supporting its sustainability include community involvement, the consistency of the inheriting family, and government support. Strategic efforts such as forming culinary associations, digitalization, educational tourism, and culturally rooted innovations further enhance its potential to become a national and international culinary icon. Thus, Serabi Notosuman is not merely food, but a living cultural heritage that continues to grow and evolve over time.

Keywords: *Traditional Cuisine, Community Gastronomy, Cultural Heritage, Serabi Notosuman, Cultural Identity.*

Abstrak

Serabi Notosuman merupakan kuliner tradisional yang tidak hanya berfungsi sebagai jajanan pasar, tetapi juga sebagai jejak sejarah yang diwariskan sejak tahun 1923 dan dipertahankan hingga empat generasi. Keberlanjutan kuliner ini menunjukkan pentingnya menjaga nilai-nilai budaya Jawa di tengah arus modernisasi. Melalui pendekatan gastronomi berbasis komunitas, Serabi Notosuman berperan dalam memperkuat identitas budaya, menyatukan masyarakat, serta membuka peluang ekonomi lokal. Faktor kunci yang mendukung keberlanjutan tersebut meliputi keterlibatan masyarakat, konsistensi keluarga pewaris, dan dukungan pemerintah. Berbagai strategi seperti pembentukan paguyuban, digitalisasi, pengembangan wisata edukatif, dan inovasi yang tetap berakar pada budaya mendorong Serabi Notosuman untuk berpotensi menjadi ikon kuliner nasional maupun internasional. Dengan demikian, Serabi Notosuman bukan sekadar makanan, tetapi sebuah warisan budaya yang hidup dan terus berkembang seiring waktu.

Kata Kunci: *Kuliner Tradisional, Gastronomi Komunitas, Warisan Budaya, Serabi Notosuman, Identitas Budaya.*

1. Pendahuluan

Kota Surakarta, atau yang lebih akrab disebut Solo, dikenal luas sebagai kota budaya yang kaya dengan nilai tradisi, seni, dan kuliner. Dari batik hingga gamelan, dari pasar tradisional hingga warung legendaris, setiap sudut Solo menyimpan cerita tentang identitas dan kearifan lokal masyarakatnya. Salah satu warisan kuliner paling ikonik dari kota ini adalah Serabi Notosuman jajanan sederhana berbahan dasar

tepung beras, santan, dan gula, tetapi menyimpan makna yang jauh lebih dalam dari sekadar makanan.

Serabi Notosuman bukan hanya dikenal karena rasanya yang khas, tetapi juga karena konsistensinya menjaga keaslian resep turun-temurun selama lebih dari satu abad. Berdasarkan SK Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 372/M/2021, Serabi Notosuman ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda Indonesia dalam domain Kemahiran dan Kerajinan Tradisional. Penetapan ini bukan sekadar pengakuan atas rasa dan teknik pembuatan, tetapi juga penghargaan terhadap nilai-nilai sosial, budaya, dan ekonomi yang hidup di dalamnya.

Kisah Serabi Notosuman bermula pada tahun 1923 oleh pasangan Hoo Geng Hok dan Tan Giok Lan, yang awalnya membuat apem untuk pesanan tetangga. Dari eksperimen sederhana itulah lahir serabi, makanan yang kini menjadi ikon kuliner Kota Solo. Serabi Notosuman adalah bukti bahwa gastronomi bukan hanya tentang makanan, melainkan juga tentang cerita, tradisi, dan komunitas yang menjaganya tetap hidup.

Namun, di tengah modernisasi dan globalisasi kuliner, muncul tantangan besar: bagaimana menjaga cita rasa dan nilai budaya yang otentik tanpa kehilangan daya tarik bagi generasi baru? Di sinilah pentingnya pendekatan pengembangan gastronomi berbasis komunitas sebuah model yang menempatkan masyarakat lokal, pelaku usaha, dan budaya sebagai pusat dari pengelolaan dan inovasi kuliner. Pendekatan ini memungkinkan pelestarian tradisi berjalan seiring dengan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konteks Serabi Notosuman, komunitas di kawasan Notosuman dan sekitarnya dapat memainkan peran penting sebagai penjaga tradisi, penggerak ekonomi kreatif, sekaligus duta budaya yang membawa cita rasa Solo ke tingkat nasional dan global.

Oleh karena itu, diperlukan gagasan pengembangan yang tidak hanya menekankan pada aspek kuliner, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan partisipasi masyarakat. Melalui studi kasus Serabi Notosuman, tulisan ini berupaya memberikan rekomendasi strategis mengenai bagaimana gastronomi lokal dapat dikembangkan secara berkelanjutan melalui pendekatan berbasis komunitas.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran Serabi Notosuman dalam menggambarkan identitas gastronomi Kota Solo?
2. Bagaimana potensi pengembangan gastronomi lokal dapat dilakukan melalui pelibatan komunitas?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk menjaga keberlanjutan Serabi Notosuman di tengah perubahan zaman?

Tujuan dan Manfaat

Tulisan ini bertujuan untuk:

1. Menggali nilai-nilai gastronomi lokal yang terkandung dalam Serabi Notosuman.
2. Menganalisis peran komunitas dalam pelestarian kuliner tradisional di kawasan Solo.
3. Memberikan rekomendasi pengembangan gastronomi lokal berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Adapun manfaat dari kajian ini dapat dilihat dari berbagai sisi. Bagi para pelaku UMKM kuliner, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dalam menjaga otentisitas produk sehingga nilai budaya yang terkandung di dalamnya tetap terpelihara di tengah persaingan industri. Bagi pemerintah maupun lembaga kebudayaan, kajian ini dapat menjadi rujukan dalam merancang program pelestarian kuliner tradisional yang lebih terarah dan berbasis pada kebutuhan aktual di lapangan. Selain itu, penelitian ini juga berperan dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa kuliner tidak sekadar komoditas ekonomi, tetapi merupakan bagian dari warisan budaya yang harus dijaga keberlanjutannya.

2. Tinjauan Pustaka

Gastronomi Lokal

Gastronomi merupakan ilmu dan seni yang membahas hubungan antara makanan, budaya, dan masyarakat. Menurut Santich (2004), gastronomi adalah bentuk pemahaman mendalam terhadap makanan sebagai bagian dari identitas sosial dan budaya manusia. Dalam konteks lokal, gastronomi tidak hanya tentang rasa dan penyajian, tetapi juga tentang cara masyarakat memahami, memproduksi, dan merayakan makanan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Gastronomi lokal di Indonesia merepresentasikan kekayaan cita rasa, bahan baku, dan nilai-nilai kultural yang beragam dari Sabang sampai Merauke. Kuliner seperti serabi, gudeg, rendang, atau sate bukan hanya produk kuliner, tetapi juga refleksi dari sistem nilai, hubungan sosial, dan sejarah komunitas yang menciptakannya.

Gastronomi Berbasis Komunitas

Pendekatan berbasis komunitas (community-based gastronomy development) menempatkan masyarakat sebagai pusat dari upaya pengembangan kuliner. Timothy & Ron (2013) menjelaskan bahwa keberhasilan pelestarian kuliner tradisional bergantung pada sejauh mana masyarakat lokal dilibatkan dalam pengelolaan, produksi, hingga promosi makanan tersebut. Dengan kata lain, masyarakat bukan sekadar objek wisata kuliner, melainkan subjek aktif yang memiliki dan mengelola warisan kulinernya.

Dalam konteks Serabi Notosuman, pendekatan ini tampak jelas melalui keterlibatan keluarga besar pewaris resep, karyawan yang berasal dari lingkungan sekitar, hingga para pedagang kecil di sekitar Jalan Notosuman. Mereka bukan hanya bagian dari rantai produksi, tetapi juga komunitas sosial yang menjaga keberlanjutan tradisi.

Gastronomi dan Ekonomi Kreatif

Gastronomi kini menjadi bagian penting dalam ekonomi kreatif. Menurut Richards (2015), kuliner tradisional yang dikembangkan secara kreatif dapat menjadi sumber ekonomi baru tanpa kehilangan nilai budayanya. Di banyak negara, gastronomi lokal menjadi daya tarik utama pariwisata karena mengandung storytelling dan pengalaman autentik yang tidak bisa direplikasi secara industri.

Kota Solo memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis gastronomi. Serabi Notosuman, dengan kisah panjangnya, bisa menjadi poros dalam membangun citra “Solo Kota Gastronomi” — di mana makanan tradisional bukan hanya dikonsumsi, tetapi juga dikisahkan, diajarkan, dan dirayakan. Model ini

telah terbukti berhasil di beberapa kota kreatif dunia, seperti Bologna di Italia dan Jeonju di Korea Selatan, yang mengangkat kuliner lokal menjadi daya tarik wisata budaya.

Nilai-Nilai Budaya dalam Gastronomi Jawa

Gastronomi Jawa mengandung filosofi yang erat dengan kehidupan sosial dan spiritual masyarakatnya. Nilai-nilai seperti rukun, gotong royong, eling lan waspada, serta prinsip keseimbangan antara manusia dan alam tercermin dalam proses pembuatan makanan. Dalam konteks Serabi Notosuman, filosofi ini tampak dari cara mereka menjaga kualitas bahan baku (beras Cendani ditumbuk sendiri), hingga etika pelayanan yang sederhana dan tulus kepada pelanggan.

Makanan bukan hanya hasil resep, melainkan cermin karakter masyarakat yang membuatnya. Karena itu, menjaga keberlanjutan Serabi Notosuman berarti juga menjaga nilai-nilai kultural yang melekat di dalamnya.

Kajian Pustaka Relevan

Beberapa kajian mendukung pentingnya pendekatan berbasis komunitas dalam pelestarian kuliner:

1. Bessière & Tibère (2013) menekankan bahwa makanan tradisional memiliki fungsi sosial yang memperkuat solidaritas komunitas.
2. Richards (2015) menunjukkan bahwa pariwisata gastronomi dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal sekaligus melestarikan budaya.
3. Penelitian-penelitian di Indonesia seperti oleh Yuliani (2020) juga menggarisbawahi pentingnya heritage gastronomy dalam mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif daerah.

3. Metode

Pendekatan Pengembangan Gastronomi Lokal

Pengembangan gastronomi lokal berbasis komunitas berangkat dari prinsip bottom-up, di mana inisiatif berasal dari masyarakat, bukan semata dari pemerintah atau investor. Pendekatan ini menekankan pentingnya:

1. Pelibatan komunitas lokal secara langsung,
2. Pemberdayaan pelaku UMKM dan keluarga pewaris tradisi, serta
3. Kolaborasi lintas sektor antara budaya, pariwisata, pendidikan, dan ekonomi kreatif. Serabi Notosuman bisa dijadikan model karena selama lebih dari satu abad, ia tumbuh tanpa kehilangan karakter lokal. Resepnya tetap sama, namun cara distribusinya menyesuaikan zaman dari tungku arang ke kompor gas, dari bungkus daun pisang ke kemasan modern, tanpa kehilangan esensi rasa dan aroma khas.

Peran Komunitas dalam Ekosistem Gastronomi Notosuman

Komunitas di sekitar Jalan Notosuman memiliki peran yang luas dalam menjaga keberlanjutan Serabi Notosuman. Mereka terdiri atas:

1. Keluarga pewaris usaha
2. Pekerja dan pembuat serabi
3. Pedagang sekitar yang menjual bahan baku dan kemasan
4. Wisatawan yang menjadi promotor alami melalui pengalaman mereka.

Sinergi antara pelaku-pelaku inilah yang membentuk gastronomic ecosystem — sistem sosial ekonomi yang hidup dari tradisi kuliner. Di masa depan, komunitas ini

dapat diformalkan menjadi Paguyuban Penjual Serabi Solo, sebagaimana paguyuban kuliner lain di kota besar. Paguyuban ini akan berperan sebagai wadah pelatihan, promosi bersama, hingga pengelolaan wisata kuliner berbasis warga.

Potensi Wisata Edukatif dan Pengalaman Kuliner

Salah satu arah pengembangan yang potensial adalah menjadikan Serabi Notosuman sebagai bagian dari wisata edukatif kuliner. Beberapa konsep yang bisa dikembangkan antara lain:

1. Museum Mini Serabi yang menceritakan sejarah keluarga dan peralatan tradisionalnya.
2. Cooking Experience atau kelas membuat serabi yang melibatkan wisatawan untuk belajar menumbuk beras, mencetak adonan, dan menikmati hasil buatan sendiri.

Tur Wisata Gastronomi Solo yang menghubungkan Serabi Notosuman dengan kuliner ikonik lain seperti tengkleng dan cabuk rambak.

Pendekatan ini tidak hanya memperkuat nilai ekonomi, tetapi juga menghidupkan kembali kebanggaan masyarakat terhadap warisan kulinernya.

Arah Pengembangan Selanjutnya

Dari perspektif rekomendasi, pendekatan berbasis komunitas dapat dikembangkan ke arah:

1. Digitalisasi dan storytelling — mengemas kisah serabi dalam bentuk video, podcast, dan media sosial.
2. Kemitraan dengan akademisi dan pemerintah — untuk riset, pelatihan, dan pengembangan usaha.
3. Festival Serabi Solo — acara tahunan yang menampilkan berbagai varian serabi dan budaya kuliner.
4. Pendidikan budaya kuliner di sekolah — mengenalkan generasi muda pada sejarah dan nilai filosofis makanan tradisional.

Penutup

Model pengembangan gastronomi lokal berbasis komunitas bukan sekadar menjaga rasa, tetapi menjaga cerita di balik rasa itu sendiri. Serabi Notosuman menjadi contoh nyata bagaimana kuliner sederhana dapat menjadi simbol identitas, pengikat komunitas, dan sumber inspirasi untuk masa depan ekonomi kreatif berbasis budaya.

4. Hasil Dan Pembahasan

Storytelling Serabi Notosuman Dan Model Pengembangan Gastronomi Berbasis Komunitas

Dari Dapur Keluarga ke Cita Rasa Legendaris

Pada sebuah pagi di tahun 1923, di sebuah rumah sederhana di kawasan Notosuman, Solo, pasangan suami istri keturunan Tionghoa bernama Hoo Geng Hok dan Tan Giok Lan sedang menyiapkan pesanan apem untuk tetangga mereka. Saat itu, mereka tidak pernah menyangka bahwa dari dapur kecil dan tungku tanah liat itu akan lahir sebuah kuliner yang kelak dikenal seantero Indonesia: Serabi Notosuman.

Cerita ini bermula dari ketidaksengajaan. Seorang pelanggan kala itu meminta apem yang bentuknya lebih pipih dan renyah di tepinya. Dengan rasa ingin tahu, Hoo

Geng Hok mencoba menyesuaikan bentuk adonan apem, lalu memanggangnya lebih tipis. Si pelanggan menyebut hasilnya “serabi,” dan dari situlah nama itu melekat.

Tak lama kemudian, warga sekitar mulai berdatangan, mencicipi, dan jatuh cinta pada cita rasa lembut serabi yang dipanggang di atas bara arang itu. Aroma harum santan dan pandan seolah menyatu dengan udara pagi Solo. Dan begitulah — Serabi Notosuman lahir dari kebetulan yang penuh berkah.

Seiring waktu, usaha kecil ini berkembang. Ny. Hoo Geng Hok dan Tan Giok Lan dikenal sebagai pembuat serabi pertama di Surakarta. Mereka memulai hari sejak pukul 3 pagi, menumbuk beras Cendani dengan lesung kayu, mengaduk santan, lalu memanggang serabi di atas wajan kecil dari tanah liat. Tidak ada mesin, tidak ada kompor modern — hanya kesabaran, ketekunan, dan doa.

Serabi buatan mereka terkenal tidak hanya karena rasanya yang lembut dan gurih, tetapi juga karena nilai yang terkandung di dalamnya: kejujuran, ketulusan, dan cinta pada tradisi.

Generasi Kedua: Menjaga Warisan dengan Cinta

Setelah pasangan pendiri wafat, usaha ini diteruskan oleh putrinya, Ny. Hoo Khik Nio, yang akrab disapa Mak Margo Hutomo. Di tangan Mak Margo, Serabi Notosuman tetap mempertahankan resep asli keluarga tanpa mengubah rasa sedikit pun. Ia yakin bahwa rahasia kelezatan sejati bukan pada inovasi berlebihan, tetapi pada konsistensi dan niat baik saat membuatnya.

Pada masa inilah, pelanggan Serabi Notosuman makin beragam. Presiden pertama Republik Indonesia, Ir. Soekarno, bahkan pernah mencicipinya dan jatuh hati. Sejak itu, serabi sederhana dari kampung Notosuman menjelma menjadi kuliner berkelas istana.

Meski demikian, Mak Margo tidak pernah tergoda membuka banyak cabang. Ia tetap setia pada prinsip “lebih baik sedikit tapi asli.” Setiap pagi, aroma santan dan daun pisang memenuhi udara Jalan Mohammad Yamin (dulu Notosuman), menjadi penanda kehidupan yang hangat di tengah kota budaya ini.

Generasi Ketiga dan Keempat: Antara Tradisi dan Inovasi

Memasuki generasi ketiga, usaha ini dipegang oleh Ny. Lidiawati (Ny. Lidia), anak kelima dari Mak Margo. Beliau mewarisi bukan hanya resep, tapi juga nilai: kesetiaan pada rasa dan tanggung jawab pada pelanggan. Di masa ini, Serabi Notosuman mulai memperkenalkan inovasi pengemasan — serabi digulung rapi dengan daun pisang, dikemas dalam kotak hijau, dan dijadikan oleh-oleh khas Solo. Inovasi ini dilakukan bukan demi tren, tetapi untuk memudahkan pelanggan tanpa mengurangi sentuhan tradisi.

Pada tahun 1992, Serabi Notosuman resmi mematenkan mereknya dan mendapat sertifikat halal dari MUI. Ini menjadi tonggak penting bahwa tradisi dan profesionalitas bisa berjalan beriringan. Tak berhenti di situ, generasi keempat — anak-anak Ny. Lidia — mulai membuka cabang di Kudus, Boyolali, dan Yogyakarta. Namun, mereka tetap mempertahankan jiwa asli serabi yang dimasak di depan pelanggan, agar aroma dan suasananya tetap otentik.

Hingga kini, lebih dari 100 tahun berlalu, Serabi Notosuman tidak sekadar bertahan, tapi hidup di hati masyarakat. Ia bukan hanya makanan, tetapi kenangan yang bisa dicicipi.

Komunitas Notosuman: Ekosistem Rasa dan Kehangatan

Di balik kesuksesan Serabi Notosuman, ada komunitas lokal yang menjadi bagian penting dari ekosistemnya: para pemasok beras Cendani, pengrajin daun pisang, pedagang kecil di sekitar toko, dan warga yang setiap pagi menikmati aroma serabi hangat sambil bercengkerama.

Kawasan Notosuman kini bukan hanya tempat membeli makanan, tapi ruang sosial yang mempertemukan orang dari berbagai latar belakang. Inilah esensi dari gastronomi berbasis komunitas — bahwa makanan bisa menjadi perekat sosial, sumber ekonomi, dan wadah ekspresi budaya.

Nilai Filosofis Serabi dalam Budaya Jawa

Serabi melambangkan keseimbangan dan kebersamaan. Bentuknya yang bulat mencerminkan prinsip urip iku sawang-sinawang — hidup yang saling melengkapi. Sementara warna putih santannya melambangkan kesucian niat, dan aroma daun pisangnya menghadirkan kedamaian. Nilai-nilai ini yang membuat Serabi Notosuman lebih dari sekadar kuliner: ia adalah doa yang dimasak dengan cinta.

Strategi dan Rekomendasi Pengembangan Membangun Identitas Nasional “Serabi Solo”

Langkah pertama untuk mengangkat Serabi Notosuman ke level nasional adalah memperkuat brand identity sebagai ikon kuliner Indonesia. Narasi “Serabi Solo” perlu diciptakan — sebuah cerita yang menggabungkan sejarah, budaya, dan keunikan rasa. Pemerintah Kota Surakarta bersama Kemenparekraf dapat menjadikan Serabi Notosuman bagian dari kampanye “100 Ikon Kuliner Nusantara.” Selain itu, perlu dibuat heritage logo atau label khas “Authentic Serabi Solo” untuk menjaga konsistensi rasa dan keaslian produk di seluruh cabang.

Pembentukan Paguyuban Penjual Serabi Solo

Sebagaimana Paguyuban Penyetan Purnama berhasil mempersatukan pelaku kuliner di Surabaya, Paguyuban Serabi Solo dapat menjadi wadah kolaborasi antarpengjual serabi di berbagai titik kota.

Paguyuban ini bisa berfungsi sebagai:

1. Penjaga kualitas dan cita rasa
2. Wadah pelatihan dan sertifikasi
3. Pusat promosi bersama
4. Sarana berbagi pengalaman antar generasi pelaku kuliner

Paguyuban juga dapat menginisiasi kegiatan sosial, lomba kreasi serabi, hingga program “Serabi untuk Negeri” — di mana hasil penjualan tertentu disumbangkan bagi kegiatan sosial masyarakat Solo.

Wisata Edukatif: Museum Mini dan Cooking Experience

Untuk menjadikan Serabi Notosuman dikenal lebih luas, perlu dikembangkan wisata edukatif gastronomi. Konsep ini bisa diwujudkan dalam bentuk:

1. Museum Mini Serabi Notosuman, yang menampilkan sejarah keluarga pendiri, peralatan masak tradisional, foto generasi pewaris, dan kisah dari masa ke masa.
2. Cooking Experience Class, di mana wisatawan dapat menumbuk beras, mengaduk adonan, dan memanggang serabi sendiri.
3. Tur “Jejak Rasa Notosuman”, yang menghubungkan wisata kuliner dengan sejarah kota, batik, dan seni tradisi Solo.

Kegiatan semacam ini bukan hanya menghidupkan pariwisata, tetapi juga menumbuhkan kebanggaan lokal pada generasi muda.

Digitalisasi dan Storytelling Modern

Di era media sosial, cerita adalah kekuatan. Serabi Notosuman bisa memperluas pengaruhnya melalui konten video pendek di platform seperti TikTok dan Instagram dengan tema “Rasa dari Generasi ke Generasi.”, mini dokumenter YouTube tentang proses pembuatan serabi tradisional, website interaktif berisi sejarah, resep, dan lokasi cabang resmi, serta kolaborasi dengan influencer dan travel blogger untuk mempromosikan pengalaman “makan serabi langsung di dapurnya.”

Digitalisasi bukan sekadar promosi, tetapi cara baru menuturkan warisan budaya dengan bahasa zaman sekarang.

Inovasi Produk Tanpa Kehilangan Otentisitas

Inovasi penting agar serabi tetap relevan. Namun, inovasi harus tetap berakar pada nilai budaya. Beberapa ide pengembangan antara lain:

1. Varian Serabi Nusantara dengan topping lokal seperti gula aren, kelapa parut, atau kopi Jawa.
2. Versi frozen serabi untuk ekspor luar kota dan luar negeri.
3. Kemasan eco-friendly berbahan serat alami dan daun pisang. Prinsipnya: inovasi boleh berubah bentuk, tapi tidak boleh mengubah jiwa.

Kolaborasi Multihelix dan Ekspansi Global

Serabi Notosuman dapat tumbuh melalui sinergi multihelix:

1. Pemerintah: memfasilitasi pelatihan dan promosi.
2. Akademisi: melakukan riset gastronomi dan inovasi bahan.
3. Komunitas: menjaga nilai tradisi dan budaya.
4. Industri kreatif: membantu desain kemasan dan pemasaran.
5. Media: memperkuat narasi nasional.

Di masa depan, Serabi Notosuman Café bisa hadir di bandara, rest area, atau bahkan luar negeri sebagai symbol “Rasa Indonesia.” Bayangkan turis mencicipi serabi di Tokyo atau Amsterdam— dengan tulisan di kemasan: “Made in Solo, Indonesia.”

Dampak Sosial dan Budaya

Jika strategi ini berjalan, manfaatnya tidak hanya ekonomi, tapi juga sosial-budaya:

- a. Meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal,
- b. Memperkuat identitas kuliner Indonesia,
- c. Mendorong regenerasi pengusaha muda berbasis tradisi,
- d. Dan menjadikan Solo sebagai living museum gastronomi Jawa.

Serabi Notosuman telah membuktikan bahwa kuliner bukan sekadar makanan, melainkan jembatan antara masa lalu dan masa depan. Dari tungku kecil di dapur Hoo Geng Hok hingga toko modern yang dikunjungi wisatawan dari seluruh dunia, serabi ini menyimpan pelajaran berharga: bahwa ketulusan, konsistensi, dan cinta pada budaya bisa melahirkan keabadian. “Setiap gigitan serabi adalah perjalanan waktu — dari tangan nenek moyang ke lidah generasi hari ini. Selama masih ada yang memasak dengan hati, Serabi Notosuman akan terus hidup.”

Implikasi dan Dampak Pengembangan Gastronomi Berbasis Komunitas Dampak Sosial dan Budaya

Pengembangan gastronomi lokal seperti Serabi Notosuman tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga berdampak luas pada kehidupan sosial dan budaya masyarakat Solo. Ketika masyarakat sekitar ikut terlibat dalam setiap proses — dari pengolahan bahan, penjualan, hingga pelayanan pelanggan — terbentuklah sebuah ikatan sosial yang kokoh. Nilai-nilai seperti gotong royong, rukun, dan nguri-uri kabudayan (melestarikan budaya) hidup dalam praktik sehari-hari. Kegiatan membuat serabi setiap pagi bukan sekadar rutinitas produksi, tetapi bagian dari kehidupan sosial yang menghangatkan. Para pembuat serabi, pengemas daun pisang, hingga penjual keliling, semuanya berperan sebagai penjaga rasa dan penjaga cerita.

Kawasan Notosuman bukan hanya tempat usaha, tetapi telah menjadi ruang sosial budaya di mana tradisi kuliner dijaga bersama oleh komunitas lintas generasi. Lebih jauh, kehadiran Serabi Notosuman sebagai warisan budaya takbenda mendorong rasa bangga masyarakat terhadap jati diri lokal. Bagi warga Solo, serabi bukan hanya jajanan, tetapi juga simbol cinta pada kota dan masa lalu yang penuh kenangan. Dalam konteks budaya nasional, Serabi Notosuman juga mengingatkan kita bahwa identitas Indonesia terjalin dari keberagaman cita rasa yang lahir dari dapur rakyat, bukan dari restoran besar.

Dampak Ekonomi dan Pemberdayaan Komunitas

Secara ekonomi, Serabi Notosuman berperan penting sebagai penggerak UMKM dan ekonomi kreatif daerah. Usaha keluarga ini telah membuka lapangan kerja bagi puluhan orang dari lingkungan sekitar — mulai dari tenaga produksi, pengemasan, hingga penjual di cabang-cabang lain. Selain itu, banyak warga lokal yang menjadi pemasok bahan baku seperti beras, daun pisang, dan arang. Jika dikembangkan lebih jauh melalui Paguyuban Serabi Solo dan wisata edukatif, potensi ekonominya bisa meningkat secara signifikan. Wisatawan yang datang tidak hanya membeli serabi, tetapi juga berbelanja produk lokal lain, menginap di homestay, dan mengikuti kelas memasak.

Rantai nilai ini menciptakan ekonomi sirkular berbasis komunitas, di mana keuntungan tidak hanya dinikmati pemilik usaha, tetapi juga masyarakat sekitar. Dari sisi pemerintah daerah, penguatan sektor gastronomi lokal ini dapat menjadi sumber PAD (Pendapatan Asli Daerah) baru melalui pajak wisata kuliner, promosi UMKM, serta event budaya tahunan seperti Festival Serabi Solo.

Dampak terhadap Pariwisata dan Citra Kota Solo

Kota Solo selama ini dikenal sebagai kota budaya dan kota batik. Namun, dengan penguatan gastronomi berbasis komunitas, Solo dapat memperluas citranya menjadi “Kota Kuliner Tradisional Indonesia.”

Konsep wisata gastronomi dapat digabungkan dengan pariwisata budaya dan sejarah, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi wisatawan. Misalnya, paket wisata “Jejak Rasa Notosuman” dapat menggabungkan kunjungan ke Serabi Notosuman, pasar tradisional Gede, dan galeri batik Laweyan.

Dengan begitu, wisatawan tidak hanya membawa oleh-oleh serabi, tetapi juga cerita tentang keramahan dan kehangatan masyarakat Solo. Kehadiran Museum Mini

Serabi dan Cooking Experience juga berpotensi menjadi destinasi wisata edukatif unggulan, terutama bagi wisatawan keluarga dan pelajar. Program ini dapat memperkenalkan nilai-nilai filosofi Jawa melalui pengalaman langsung — memadukan edukasi, budaya, dan rasa.

Dampak terhadap Pelestarian Budaya dan Regenerasi

Salah satu tantangan terbesar dalam pelestarian kuliner tradisional adalah regenerasi. Banyak usaha keluarga tradisional berhenti karena tidak ada penerus yang melanjutkan. Namun, kisah Serabi Notosuman menunjukkan hal sebaliknya: bahwa warisan budaya bisa lestari jika diturunkan dengan cinta dan kebanggaan.

Generasi muda perlu dilibatkan secara aktif melalui kegiatan heritage class, pelatihan kuliner tradisional, dan kolaborasi digital kreatif. Dengan demikian, pelestarian tidak lagi bersifat pasif, tetapi menjadi gerakan budaya yang hidup dan relevan. Pelestarian Serabi Notosuman bukan hanya soal mempertahankan resep, tetapi juga soal mempertahankan nilai-nilai kehidupan yang terkandung di dalamnya: kesabaran, kerja keras, dan rasa syukur.

Implikasi Nasional: Serabi Notosuman sebagai “Rasa Indonesia”

Jika dikelola dengan baik, Serabi Notosuman dapat menjadi simbol kuliner nasional yang membawa nama Indonesia di kancah internasional. Dalam konteks diplomasi budaya (*culinary diplomacy*), serabi bisa menjadi media yang lembut untuk memperkenalkan karakter bangsa — sederhana, ramah, dan penuh makna.

Seperti halnya kimchi bagi Korea, sushi bagi Jepang, atau croissant bagi Prancis, serabi dapat menjadi “ikon rasa Indonesia” yang mencerminkan keberagaman dan kehangatan budaya Nusantara. Dengan sentuhan modernisasi yang bijak, Serabi Notosuman bisa berdiri sejajar dengan makanan-makanan ikonik dunia.

5. Simpulan

Kesimpulan

Serabi Notosuman bukan sekadar jajanan pasar, melainkan jejak sejarah yang bisa dimakan. Ia tumbuh dari dapur sederhana pada tahun 1923, melewati empat generasi, dan tetap mempertahankan rasa serta nilai-nilai budaya Jawa di tengah arus modernisasi. Kisahnya mengajarkan bahwa kekuatan sejati tidak terletak pada kemewahan, melainkan pada ketulusan menjaga tradisi. Melalui pendekatan gastronomi berbasis komunitas, Serabi Notosuman telah menjadi bukti bahwa makanan dapat menyatukan masyarakat, menciptakan peluang ekonomi, dan membangun identitas budaya yang kuat. Keterlibatan masyarakat, konsistensi keluarga pewaris, dan dukungan pemerintah menjadi fondasi utama keberlanjutan ini.

Dengan strategi yang terarah — seperti pembentukan paguyuban, digitalisasi, wisata edukatif, serta inovasi berakar budaya — Serabi Notosuman berpotensi menjadi ikon kuliner nasional dan internasional yang membawa nama Solo dan Indonesia ke dunia. Serabi Notosuman adalah rasa yang tumbuh bersama waktu, cita yang dirawat dengan tangan, dan warisan yang hidup di hati. Ia bukan sekadar makanan, tetapi kisah cinta antara manusia, budaya, dan tanah kelahirannya.

Saran

1. Untuk Pemerintah Daerah
Mendukung pembentukan Paguyuban Serabi Solo, serta menyediakan fasilitas pelatihan, promosi digital, dan pendanaan untuk kegiatan festival kuliner.
2. Untuk Komunitas dan Pewaris Usaha
Menjaga kualitas bahan dan resep asli, sekaligus membuka ruang bagi inovasi dan pelatihan generasi muda agar warisan ini terus berlanjut.
3. Untuk Akademisi dan Pelaku Kreatif
Melakukan riset tentang nutrisi, sejarah, dan inovasi kemasan berkelanjutan, serta menciptakan konten budaya digital yang mengangkat Serabi Notosuman sebagai warisan rasa Indonesia.
4. Untuk Masyarakat dan Wisatawan:
Menghargai setiap proses dan tangan yang bekerja di balik makanan tradisional. Dengan mencintai kuliner lokal, kita turut menjaga jati diri bangsa

6. Daftar Pustaka

- Bessière, J., & Tibère, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist practices and representations of local food. *Tourism Geographies*, 15(4), 588–603.
- Kemendikbudristek RI. (2021). Serabi Notosuman sebagai Warisan Budaya Takbenda Indonesia. SK Penetapan No. 372/M/2021.
- Pusdatin Kebudayaan. (2022). Deskripsi Serabi Notosuman. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Richards, G. (2015). Gastronomy and tourism: The rise of culinary culture. *Tourism, Culture & Communication*, 15(1), 1–7.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15–24.
- Timothy, D., & Ron, A. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2–3), 99–104.