



## Analisa Potensi Wisata Kuliner dalam Mempertahankan Kearifan Lokal Kuliner Tradisional di Pasar Kanoman Kota Cirebon

Ety Setiawati<sup>1</sup>, Khairil Sungkawa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Pariwisata Prima Internasional, Indonesia

Korespondensi penulis: [ety@poltekniparprima.ac.id](mailto:ety@poltekniparprima.ac.id)

**Abstract.** *The attraction of Kanoman Market can be seen from the variety of products sold, including traditional culinary products. Based on the researcher's observations, furthermore, the Kanoman Market is not just a place to buy and sell. Kanoman Market is a conception of life and socio-cultural interaction, as well as a means of recreation or culinary tourism in Cirebon City. The Kanoman market and the traditional culinary sold in this market, is a culture that must be maintained and maintained, because it is part of the local wisdom of Cirebon City. The analysis method used in this study is a descriptive analysis method, using primary data and secondary data. To obtain primary data, interview techniques were used by distributing questionnaires and using a checklist of potential research objects. Secondary data was obtained by conducting a literature study and data from the manager of the Kanoman Market. The expected result of the research is the discovery of the potential of Kanoman Market as a culinary tourism destination. The aspects analyzed are the diversity of traditional culinary, authenticity, local wisdom, completeness and feasibility of supporting facilities owned by Kanoman Market as a culinary tourist attraction. With the known potential of culinary tourism in Kanoman Market, efforts can be made to maintain and improve local wisdom. The level of technological readiness (TKT) of this study is the basic research of TKT level 3.*

**Keywords:** *culinary tourism, local wisdom, kanoman market, potential, traditional.*

**Abstrak.** Daya tarik Pasar Kanoman terlihat dari beragamnya produk yang dijual, tidak terkecuali produk kuliner tradisional. Berdasarkan pengamatan Peneliti, lebih jauh Pasar Kanoman bukan hanya sekedar sebagai tempat jual beli semata. Pasar Kanoman merupakan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya, sekaligus sebagai sarana rekreasi atau wisata kuliner di Kota Cirebon. Pasar Kanoman dan kuliner tradisional yang dijual di pasar ini, merupakan budaya yang harus dijaga dan dipertahankan, karena merupakan bagian dari kearifan lokal Kota Cirebon. Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dengan mempergunakan data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data primer dipergunakan teknik wawancara dengan menyebarkan kuesioner dan mempergunakan *check list* potensi objek penelitian. Data sekunder diperoleh dengan melakukan studi pustaka dan data dari pengelola Pasar Kanoman. Hasil penelitian yang diharapkan adalah diketahuinya potensi Pasar Kanoman sebagai tujuan wisata kuliner. Aspek yang dianalisa adalah keragaman kuliner tradisional, *authenticity*, kearifan lokal, kelengkapan dan kelayakan fasilitas penunjang yang dimiliki Pasar Kanoman sebagai tempat wisata kuliner. Dengan diketahuinya potensi wisata kuliner Pasar Kanoman, maka dapat dilakukan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kearifan lokal yang dimiliki. Tingkat kesiapan teknologi (TKT) penelitian ini adalah penelitian dasar TKT level 3.

**Kata kunci:** kearifan lokal, pasar kanoman, potensi, tradisional, wisata kuliner.

### 1. LATAR BELAKANG

Pasar merupakan salah satu gambaran budaya sebuah daerah, karena pasar tidak hanya merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli melainkan pasar tradisional merupakan sebuah miniatur keragaman budaya yang ada di Indonesia, yang mana pasar tradisional adalah contoh nyata dari kebhinekaan bangsa Indonesia (Polanyi, 2003) dalam (Jatiningsih, 2021). Berbagai suku dan etnis dengan karakter dan kebudayaan yang berbeda bertemu di suatu tempat bernama pasar tradisional.

Menurut (Negara, 2021) dalam (Jatiningsih, 2021), pasar tradisional di Indonesia sangat berpotensi sebagai salah satu daya tarik wisata, baik bagi wisatawan mancanegara maupun domestik di tengah semakin ketatnya persaingan dengan pasar modern. Pada dasarnya, pasar tradisional bukan hanya sebagai tempat transaksi untuk memenuhi kebutuhan bahan pangan, namun lebih dari itu pasar tradisional memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata.

Pasar Kanoman adalah salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kota Cirebon. Pasar Kanoman memiliki keunikan tersendiri karena lokasinya berada dalam lingkungan Keraton Kanoman. Menurut (Lasmiyati, 2013), Pasar Kanoman terletak di sebelah utara alun-alun Keraton Kanoman dengan luas 5.450 m<sup>2</sup>. Pada masa pemerintahan Belanda, Pasar Kanoman diperbaiki dan diperluas. Pada awalnya pasar kanoman dibangun disebelah utara agar Keraton Kanoman tertutup oleh riuhnya pasar dan tidak terlihat oleh bangsa Belanda pada masa penjajahan (Firmansyah & Fardani, 2023).

Pasar Kanoman merupakan pasar yang menampilkan keragaman budaya. Para pedagang yang berjualan umumnya adalah asli masyarakat Cirebon. Selain itu terdapat pula etnis Tionghoa dan Arab, sehingga membuat Pasar Kanoman menjadi pasar yang memiliki alkulturasi kebudayaan yang menarik. Hal ini tercermin dari hubungan interaksi antar budaya serta keragamaman produk yang dijual di Pasar Kanoman. Menurut data dari (Dinas Komunikasi Informatika dan Statistika, 2022), jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Kanoman adalah 1.211 orang.

Salah satu produk yang menggambarkan keragaman budaya yang terdapat di Pasar Kanoman adalah kuliner. Beragam kuliner tradisional dijual di Pasar Kanoman diantaranya empal gentong, tahu gejrot, ketan bumbu, docang, kue tapel, apem, aneka jajanan pasar, aneka masakan, es durian dan lain-lain. Hal lain yang menjadi daya tarik Pasar Kanoman adalah Pasar Kanoman berada dalam Kawasan Pecinan sehingga pengunjung pasar dengan mudah menemukan Chinese food, contohnya kwetiau goreng, bubur ikan cakwe dan lain-lain. Kebiasaan masyarakat Cirebon berbelanja dan membeli kuliner tradisional di Pasar Kanoman akhirnya menciptakan sebuah kebiasaan. Hal ini membuat Pasar Kanoman ramai dikunjungi oleh masyarakat Kota Cirebon dan akhirnya kebiasaan ini menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Cirebon.

Pasar Kanoman bukan sekedar sebagai tempat jual beli semata, namun lebih dari itu Pasar Kanoman terkait dengan konsepsi hidup dan interaksi sosial budaya, sekaligus merupakan sarana rekreasi atau wisata kuliner baik dalam lingkup kawasan pasar itu sendiri maupun Kota Cirebon. Menurut (Negara, 2011) dalam (Jatiningsih, 2021), pasar tradisional di

Indonesia sangat berpotensi sebagai salah satu daya tarik wisata, baik itu bagi wisatawan di tengah semakin ketatnya persaingan dengan pasar modern. Dewasa ini pasar modern atau mall juga menjual kuliner tradisional yang disajikan dan dikemas secara modern. Dari deskripsi di atas maka Peneliti ingin mengetahui potensi wisata kuliner yang dimiliki Pasar Kanoman, agar Pasar Kanoman dapat menjadi tempat tujuan wisata kuliner bagi wisatawan. Dengan teridentifikasinya potensi tersebut, maka dapat dilakukan upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan produk wisata kuliner tersebut, agar dapat terjaga bentuk kearifan lokal kuliner tradisional Kota Cirebon.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Potensi wisata menurut (Pitana, 2009) adalah daya tarik yang terkandung pada suatu daerah untuk dikembangkan menjadi suatu obyek wisata yang menarik sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan untuk datang ke daerah tersebut, dan biasanya masih belum dikelola dengan baik. Potensi destinasi wisata dipengaruhi adanya 4 pendekatan yang lebih dikenal dengan istilah 4A yaitu atraksi, aksesibilitas, amenities dan aktivitas.

Potensi wisata dibagi menjadi tiga macam yaitu potensi alam, potensi kebudayaan, dan potensi manusia. Potensi kebudayaan yang dimaksud adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah berupa bangunan atau monumen. (Pitana, 2009)

Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk, yaitu pasar tradisional dan pasar *modern*. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri tahun 2007 dalam (Aliyah, 2017) pengertian pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar-menawar

Menurut Reardon dalam (Aliyah, 2017) mengungkapkan pula bahwa pasar tradisional menjadi titik fokus untuk aktivitas komersial. Pasar tradisional memegang peran sosial dengan menyediakan kebutuhan harian, barang-barang keperluan lain dan pelayanan pada daerah setempat. Namun disamping fungsi utamanya itu, pasar tradisional juga mengemban misi sebagai fasilitas perbelanjaan bagi wilayah pelayanan, serta berperan sebagai wahana kegiatan sosial dan rekreasi.

Makanan tradisional menjadi salah satu wujud hasil kebudayaan yang dimiliki masyarakat. *Culinary* adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan proses memasak, mulai dari persiapan bahan baku (*preparation*), proses memasak (*cooking proces*), dan menyajikan

(*presentation of food*). Pada praktiknya dikenal istilah *culinary arts*, yaitu teknik dalam menyiapkan makanan sehingga siap dihidangkan (Ketaren, 2017) dalam (Entas & Arfarani, 2019).

Tujuan utama dari wisata ini adalah untuk berkuliner atau mencicipi makanan khas serta yang terkenal dari daerah tujuan wisata tersebut. Tidak seperti jenis wisata yang lainnya, dalam berwisata kuliner umumnya para wisatawan tidak mempunyai panduan khusus. Umumnya hanya mendapat referensi dari teman, atau kenalan yang bertempat tinggal di tempat tujuan wisata atau dari wisatawan lain yang pernah mengunjungi daerah tersebut.

Kuliner yang memiliki unsur budaya asli suatu daerah dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang mengunjungi daerah tersebut. Kuliner yang menggunakan kreativitas dapat menghasilkan olahan makanan yang memiliki cita rasa lezat dan juga memberikan pengalaman tersendiri saat menyantapnya, sehingga menjadikan kuliner sebagai komoditas yang menarik untuk dikembangkan. (Achiel & Taufik, 2022)

Unsur-unsur yang termasuk dalam elemen wisata kuliner, yaitu kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal, seperti deskripsi di bawah ini :

- 1) Kreativitas. Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman. Kreativitas ini dapat tertuang melalui kreasi resep, kreasi cara pengolahan, dan kreasi cara penyajian. Proses kreativitas tidak harus selalu menghasilkan sesuatu yang 100% baru, namun bisa berupa pengembangan dari sesuatu yang sudah ada sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan lebih menarik bagi konsumen,
- 2) Estetika. Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman yang ditata dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya.
- 3) Tradisi. Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun lisan, karena tanpa adanya proses ini, suatu tradisi dapat punah. Unsur tradisi ini sangat penting dalam menjaga warisan budaya kuliner Indonesia.
- 4) Kearifan Lokal. Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah. Berkaitan dengan kuliner, kearifan lokal akan membentuk karakter kuliner suatu daerah yang harus mampu diangkat dan

dikenalkan kepada masyarakat luas. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dunia kuliner tidak lepas dari nilai tradisi dan kearifan lokal suatu daerah karena makanan, terutama di Indonesia, merupakan salah satu warisan budaya. (Achiel & Taufik, 2022)

Menurut (Fine, 2003) dalam (Dyajeng, Hastari, & Sutikno, 2021) *authenticity* berhubungan dengan keaslian dan originalitas karakteristik suatu produk. *Authenticity* telah menjadi ukuran penting bagi pembelian konsumen sebab mereka tidak hanya meningkatkan keinginan mereka dalam membeli produk yang *authentic*, akan tetapi juga mencari produk yang sesuai dengan citra diri mereka melalui aktivitas konsumsi (Kim & Jang, 2016) dalam (Dyajeng, Hastari, & Sutikno, 2021). *Authenticity* merupakan satu aspek penting dari pengalaman kuliner yang didapatkan oleh konsumen. Kuliner asli atau otentik memberikan pengalaman kepada konsumen untuk merasakan hidangan dengan resep asli turun temurun serta konsep restoran yang merepresentasikan budaya di masa lampau. Keaslian makanan meliputi cara memasak, bau makanan, resep, bahan, bahkan kebiasaan dalam makan dan minum.

Upaya pelestarian makanan tradisional yang dilakukan oleh pemerintah dan dapat bekerjasama dengan masyarakat terampil dan lembaga lainnya, sebagai usaha dalam mencapai aspek kelembagaan dan sumber daya manusia agar memiliki kesadaran budaya. Upaya yang dilakukan dapat melalui proses pelestarian dinamis, yaitu tindakan dengan mempertahankan dan mengembangkan budaya lokal sebagai sarana mengikuti perkembangan jaman. (Khusnaya, 2019)

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode analisis yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu metode yang dipergunakan dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan penelitian ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Susanti, 2016)

Data yang dipergunakan adalah data kualitatif yang diperoleh dari hasil pengamatan mendalam peneliti dan wawancara dengan pihak terkait. (Rangkuti, 2014). Untuk menunjang analisis deskriptif dilakukan survei lapangan yaitu metode langsung ke objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi Pustaka, yaitu mengumpulkan informasi tertulis baik melalui buku maupun jurnal terkait
2. Wawancara dengan pedagang dan pengunjung Pasar Kanoman dengan mempergunakan kuesioner dan *check list* sebagai alat pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, Peneliti akan mengambil 30 responden yang mewakili pengunjung Pasar Kanoman. Tujuannya untuk mengetahui keaslian produk makanan dan minuman kuliner tradisional dan tanggapan ketertarikan pengunjung pasar yang membeli produk makanan dan minuman kuliner tradisional tersebut. Teknik penentuan sampling mempergunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Pedagang dan pengunjung pasar akan dipilih berdasarkan kemampuan dalam mengerti dan menjawab pertanyaan dengan baik. (Sugiyono, 2014)

Menurut (Sugiyono, 2014) jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden. Aturan praktisnya didasarkan pada gagasan bahwa 30 data harus memberikan informasi yang cukup untuk membuat kesimpulan yang masuk akan secara statistik tentang suatu populasi. Beberapa Peneliti memperkirakan antara 10 dan 50 peserta sudah cukup tergantung pada jenis penelitian dan pertanyaan penelitian (Creswell & Poth, 2018).

Jumlah sampel diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 30 responden, hal ini sesuai pendapat (Singarimbun dan Efendi, 1995) dalam (Nuryadi & Rahmawati, 2018) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

Berdasarkan hasil identifikasi potensi Pasar Kanoman sebagai tempat wisata kuliner melalui daftar periksa atau *check list* potensi pasar, maka diperoleh data seperti di bawah ini:

**Tabel 4.1 Daftar Periksa Potensi Makanan dan Minuman Tradisional di Pasar Kanoman**

No	Nama Kuliner	Tempat Berjualan (Kios/Ruko/ Gerobak/Bakulan)	Kondisi (Kios/Ruko/ Gerobak/Bakulan)	Kuliner Asli Cirebon
1	Empal Gentong	Ruko	Permanen	Ya
2	Docang	Gerobak/tenda	Tidak permanen	Ya
3	Kue Tapel	Gerobak	Tidak permanen	Ya
4	Kue Apem	Gerobak	Tidak permanen	Ya
5	Rujak Donggala	Ruko	Permanen	Ya
6	Aneka Kue Tradisional	Kios pasar	Semi permanen	Ya/Tidak
7	Tahu Gecrot	Gerobak/Bakulan	Tidak permanen	Ya
8	Es Duren	Gerobak	Tidak permanen	Ya/Tidak
9	Makanan Olahan Hasil Laut dan Pertanian	Ruko	Permanen	Ya/Tidak
10	Es Kelapa Kopyor	Kios/tenda	Tidak Permanen	Ya/Tidak
11	Ketan Bumbu	Ruko	Permanen	Ya

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Daftar periksa potensi makanan dan minuman tradisional di atas memperlihatkan terdapat 11 jenis makanan dan minuman tradisional yang dijual di Pasar Kanoman. Potensi jenis makanan dan minuman ini memperlihatkan keragaman yang dapat menjadi alternatif bagi pengunjung yang ingin membeli makanan dan minuman tradisional di Pasar Kanoman. Peneliti mengidentifikasi tempat berjualan para pedagang makanan dan minuman tersebut. Pedagang berjualan di ruko, kios pasar, gerobak, dan bakulan. Kondisi bangunan ruko adalah permanen dan kios pasar berbentuk semi permanen, sedangkan lainnya memiliki kondisi tidak permanen.

Jika dilihat dari gender, 85% adalah perempuan dan 15% adalah laki-laki, dengan rentang usia kurang dari 40 tahun sebesar 12,5%, sebesar 46,87% berusia 40-45 tahun, sebesar 25% berusia 46-50, dan sebesar 15,6% berusia 51-55 tahun. Untuk lebih jelasnya hasil

kuesioner yang diberikan kepada pengunjung Pasar Kanoman, dapat terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.2 Tabel Hasil Penyebaran Kuesioner**

No	Deskripsi Data	Prosentase
1	Frekuensi kunjungan ke Pasar Kanoman 1-2 kali 3-4 kali 5-6 kali Lainnya	46,9% 31,3% 12,5 % 9,3%
2	Pilihan produk wisata kuliner yang disukai terhadap 11 produk wisata kuliner (jawaban dapat lebih dari satu) Aneka jajanan pasar Makanan kering olahan hasil laut dan pertanian Kue apem Kue tapel Empal gentong Docang Es duren Ketan bumbu Es kelapa kopyor Tahu Gejrot Rujak Donggala	43,8% 31,3% 25% 18,8% 18,8% 15,6% 15,6% 15,6% 12,5% 9,4% 6,3%
3	Rasa makanan dan minuman tradisional produk wisata kuliner Sangat enak Enak Biasa saja Tidak enak	56,3% 37,5% 6,2% 0%
4	Tampilan makanan dan minuman tradisional baik pada saat disajikan atau dikemas untuk dibawa pulang Sangat tradisional Tradisional Cukup tradisional (modernisasi pada satu unsur) Sangat tidak tradisional (mengalami modernisasi menyeluruh)	28,1% 25% 46,9% 0%
5	Penilai keaslian secara keseluruhan dilihat dari rasa, tampilan dan bahan pelengkap lain makanan dan minuman tradisional Memiliki nilai keaslian Mungkin memiliki nilai Tidak memiliki nilai keaslian	53,1% 40,6% 6,3%
6	Alasan jawaban Tidak atau Mungkin terhadap nilai keaslian makanan dan minuman tradisional (jawaban dapat lebih dari satu) Rasa yang sudah tidak authentic Tampilan dan penyajian yang memiliki unsur modern	20% 80%

No	Deskripsi Data	Prosentase
	Teknik memasak modern	0%
	Kurang memahami kriteria keaslian produk	80%
	Kelengkapan makanan dan minuman yang kurang tradisional	20%
	Penjual yang kurang menampilkan ciri khas tradisional	66,7%
7	Penilaian responden terhadap harga produk wisata kuliner Pasar Kanoman	
	Sangat murah	0%
	Murah	50%
	Terjangkau	40,6%
	Mahal	9,4%
	Sangat mahal	0%
8	Penilaian kebersihan penjual, peralatan, kemasan bawa pulang dan lokasi	
	Sangat bersih	0%
	Bersih	18,8%
	Cukup bersih	43,8%
	Kurang bersih	37,5%
9	Pilihan nilai keaslian makanan dan minuman tradisional yang harus dipertahankan (jawaban dapat lebih dari satu)	
	Rasa	96,9%
	Pemilihan bahan segar dan alami	6,3%
	Penyajian yang masih tradisional	96,9%
	Bahan pelengkap bernilai tradisional	15,6%
	Teknik memasak tradisional	68,8%
	Alat masak tradisional	18,8%

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil 3 tertinggi perhitungan kuesioner, frekuensi kunjungan ke Pasar Kanoman adalah 1-2 kali per bulan sebesar 46,9%, kemudian 31,3% mengunjungi Pasar Kanoman sebanyak 3-4 kali per bulan dan 12,5% mengunjungi Pasar Kanoman 5-6 kali per bulan. Produk kuliner yang disukai dan dikonsumsi adalah aneka jajanan pasar sebesar 43,8%. Berikutnya 31,3% pengunjung menyukai dan mengonsumsi makanan kering olahan hasil laut dan pertanian, dan 25% menyukai kue apem khas Cirebon.

Penilaian terhadap rasa produk kuliner tradisional yang dikonsumsi adalah 56,3% memberikan penilaian enak, 37,5% memberikan penilaian rasa sangat enak dan lainnya memberikan penilaian rasanya biasa saja. Sebesar 46,9% menilai tampilan produk kuliner tradisional yang dibeli oleh pengunjung pasar dinilai cukup tradisional, 28,1% memberikan tanggapan tampilan produk kuliner sangat tradisional dan 25% memberikan penilaian tradisional.

Aspek lain yang diamati adalah penilaian pengunjung Pasar Kanoman terhadap nilai keaslian produk kuliner tradisional. Dari pertanyaan mengenai nilai keaslian rasa, tampilan dan bahan pelengkap lainnya, diperoleh data bahwa 53,1% responden menyatakan bahwa produk kuliner tradisional memiliki nilai keaslian. Kemudian 40,6% menjawab mungkin saja produk kuliner tradisional memiliki nilai keaslian dan selebihnya yaitu 6,3% menjawab tidak memiliki nilai keaslian.

Adapun alasan responden yang menjawab tidak atau mungkin produk kuliner memiliki nilai keaslian adalah sebesar 80% menjawab tampilan dan penyajian memiliki unsur *modern* dan kurang memahami kriteria keaslian sebuah produk kuliner tradisional. Kemudian 66,7% beralasan penjual produk tidak menampilkan ciri khas tradisional. Untuk penilaian terhadap penetapan harga produk kuliner tradisional, 50% responden memberikan jawaban murah. Sebanyak 40,6% responden menjawab harga terjangkau dan 9,4% menjawab harga produk kuliner tradisional mahal.

Untuk penilaian terhadap kebersihan diri, kebersihan peralatan makan, minum, kemasan bawa pulang dan kebersihan lokasi berjualan, 43,8% responden memberikan jawaban cukup bersih. Selain itu 37,5% responden memberikan jawaban kurang bersih dan sebanyak 18,8% responden menyatakan bersih. Kemudian 100% responden menjawab sebaiknya para pedagang berjualan di dalam kios yang permanen atau ruko. Selain itu, 100% responden berpendapat pedagang harus dibantu untuk mempromosikan kuliner tradisional yang dijual di Pasar Kanoman.

Aspek yang harus dipertahankan dari sebuah kuliner tradisional agar nilai keaslian/kearifan lokal tetap lestari adalah 96,9% menjawab rasa yang otentik serta penyajian yang tradisional. Sebanyak 68,8% responden memberikan penilaian teknik memasak tradisional akan menjaga keaslian/kearifan lokal produk kuliner tersebut.

## **Pembahasan**

Pasar Kanoman memiliki daya tarik wisata, karena pasar ini memiliki keragaman budaya, kuliner, hasil kerajinan tangan, hasil laut dan pertanian dengan kualitas produk yang baik. Hasil laut dan hasil pertanian tidak hanya berbentuk bahan mentah, tetapi terdapat pula yang dapat langsung dinikmati. Contohnya rebon goreng, ikan goreng, manisan mangga, rujak donggala dan lain-lain.

Pasar Kanoman memiliki keragaman jenis produk wisata kuliner yang sudah sangat dikenal oleh wisatawan, contohnya empal gentong dan tahu gecrot. Tidak seperti jenis wisata yang lainnya, dalam berwisata kuliner umumnya para wisatawan tidak mempunyai panduan khusus dan biasanya hanya mendapat referensi dari teman yang bertempat tinggal di Kota

Cirebon atau dari wisatawan lain yang pernah mengunjungi Kota Cirebon. Gambar dibawah ini menunjukkan kondisi kios penjual empal gentong di Pasar Kanoman.



Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2024

**Gambar 4.1 Kios Penjual Empal Gentong**

Aktivitas wisata kuliner yang dapat dilakukan adalah berbelanja, mengamati budaya dalam memasak, menyajikan dan menikmati produk wisata kuliner. Pasar Kanoman sudah memiliki potensi yang baik dari sisi keragaman dan budaya yang melekat pada produk wisata kuliner. Namun kesemua hal tersebut belum dikelola dengan baik. Produk kuliner tradisional sangat erat kaitannya dengan budaya, karena merupakan hasil cipta, rasa dan karsa masyarakat pemilik budaya. Perlu adanya upaya dari pemilik kebudayaan dan pemerintah untuk melestarikan, mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan nilai *authenticity* kuliner tradisional.

Produk kuliner yang berpotensi untuk dikembangkan adalah yang memiliki nilai adat istiadat. Contohnya kue apem yang disajikan pada saat upacara adat. Produk kuliner juga memiliki nilai seni tradisional yang dapat menjadi daya tarik, yaitu dari aspek bentuk, warna dan kemasan yang mengusung nilai seni. Contoh lain empal gentong yang dimasak didalam gentong. Gentong merupakan hasil kerajinan tangan masyarakat setempat yang didalamnya terdapat nilai budaya pula. Produk wisata kuliner yang menarik dapat juga produk kuliner yang memiliki nilai sejarah, yaitu terdapat cerita dibalik hadirnya produk kuliner tersebut, contohnya docang. Gambar di bawah ini menunjukkan kondisi aktual kios yang menjual docang di Pasar Kanoman.



Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2024

**Gambar 4.2 Kios Penjual Docang**

Berdasarkan hasil identifikasi potensi yang dilakukan, diperoleh data terdapat 11 macam produk kuliner tradisional yang dijual di Pasar Kanoman. Produk kuliner tersebut dapat mewakili budaya Cirebon, karena keberadaannya sudah dikenal dan memiliki nilai keaslian atau *authenticity*. Diantara 11 produk potensi wisata kuliner tersebut terdapat produk aneka kue, es kopyor, es duren dan makanan olahan dari hasil laut dan pertanian yang nilai keasliannya dinilai ya/tidak. Hal ini dikarenakan produk wisata kuliner tersebut sudah memiliki unsur *modern*, seperti kemasan, bahan pewarna dan pelengkap produk kuliner tersebut.

Berdasarkan data mengenai pengunjung Pasar Kanoman, jawaban teratas frekuensi kunjungan adalah 46,9% berkunjung ke Pasar Kanoman sebanyak 1-2 kali dalam satu bulan. Berdasarkan pengamatan Peneliti, pengunjung Pasar Kanoman umumnya adalah pembeli yang pada saat satu kali pembelian dengan kuantitas yang relatif banyak, sehingga tidak setiap hari mengunjungi Pasar Kanoman. Selain itu, pengunjung berbelanja ke Pasar Kanoman karena mencari kebutuhan spesifik yang tidak ditemui di pasar lain, contohnya hasil laut dan pertanian.

Produk wisata kuliner yang disukai dan dikonsumsi oleh pengunjung Pasar Kanoman adalah aneka jajanan pasar dengan besaran prosentasi 43,8%. Berikutnya 31,3% pengunjung pasar menyukai dan mengkonsumsi makanan kering olahan hasil laut dan pertanian. Diperingkat 3 terbesar yang disukai adalah kue apem khas Cirebon yang sangat jarang ditemui dengan besaran prosentase sebesar 25%. Selain itu pengunjung juga menyukai empal gentong dan ketan bumbu dengan besaran prosentase 18,8%. Jajanan pasar yang dijual sangat beragam jenisnya. Jika melihat arti jajanan pasar adalah jajanan tradisional, namun pedagang juga menjual kue *modern* seperti kue sus, pie buah, *rainbow cake*, *brownies* dan lain-lain. Hal lain yang ditemui, terdapat pula jajanan pasar atau kue tradisional yang dikemas dengan

mempergunakan kemasan *modern*, contohnya plastik. Kondisi ini membuat 46,9% responden menilai penyajian dan pengemasan produk wisata kuliner yang dibeli oleh pengunjung pasar dinilai cukup tradisional. Sebesar 28,1% responden memberikan tanggapan tampilan produk wisata kuliner sangat tradisional dan 25% responden memberikan penilaian tradisional

Jika dilihat dari segi rasa produk wisata kuliner, penilaian responden adalah 56,3% memberikan penilaian enak, kemudian 37,5% pengunjung memberikan penilaian rasa sangat enak dan lainnya memberikan penilaian biasa saja. Berdasarkan data tersebut, dari kualitas rasa produk wisata kuliner memiliki potensi yang baik sebagai daya tarik wisata kuliner, karena rasanya dapat diterima oleh pembeli.

Apabila dilihat dari nilai keaslian secara keseluruhan dari aspek rasa, tampilan dan bahan pelengkap lainnya, diperoleh data bahwa 53,1% responden menyatakan produk wisata kuliner memiliki nilai keaslian. Kemudian sebesar 40,6% responden menjawab mungkin saja produk wisata kuliner memiliki nilai keaslian dan selebihnya yaitu 6,3% menjawab tidak memiliki nilai keaslian. Hal ini dikarenakan sebesar 80% responden beralasan bahwa tampilan dan penyajian produk memiliki unsur *modern* dan kurang memahami kriteria keaslian kuliner tradisional tersebut. Kemudian 66,7% memiliki alasan penjual makanan dan minuman tidak menampilkan ciri khas tradisional.

Dari sisi harga, 50% responden menilai produk wisata kuliner memiliki harga murah. Sebanyak 40,6% responden menilai harga terjangkau dan 9,4% menjawab harga produk kuliner tradisional murah. Harga murah dan terjangkau dapat menjadi sebuah daya tarik.

Pasar Kanoman harus dapat memberikan fasilitas wisata kuliner yang baik kepada wisatawan. Berdasarkan hasil identifikasi terhadap lokasi berjualan produk wisata kuliner, masih terdapat penjual yang berjualan di kios semi permanen, tenda, gerobak dan bakulan. Hal ini sebenarnya dapat menjadi daya tarik tersendiri, namun kurang mendukung dari sisi kebersihan dan kenyamanan bagi wisatawan yang akan menikmati produk wisata kuliner di lokasi berjualan. Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh data 100% responden menginginkan produk wisata kuliner memiliki tempat berjualan yang layak yaitu di kios atau ruko. Contohnya gambar 4.3 memperlihatkan penjual kue tapel berjualan dengan mempergunakan gerobak di pinggir jalan sekitar Pasar Kanoman. Pada gambar 4.4 memperlihatkan kios aneka jajanan pasar di Pasar Kanoman.



Sumber : Dokumentasi Lapangan, 2024

**Gambar 4.3 Gerobak Kue Tapel**



Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2024

**Gambar 4.4 Kios Aneka Jajanan Pasar Tradisional**

Responden menilai untuk aspek kebersihan produk wisata kuliner secara keseluruhan meliputi kebersihan diri penjual, alat makan, kemasan bawa pulang dan lokasi berjualan, 43,8% responden memberikan jawaban cukup bersih, 37,5%, menjawab kurang bersih dan sebanyak 18,8% memberikan penilaian bersih.

Jika Pasar Kanoman akan dikembangkan sebagai tempat wisata kuliner maka 4 unsur tersebut harus dipenuhi.

### 1) **Kreativitas**

**Kreativitas** yang dapat dilakukan oleh para pedagang produk wisata kuliner adalah dengan mencari ide baru dalam mengemas produk wisata kuliner, yaitu dengan memanfaatkan elemen-elemen tradisional. Sebagai contoh, tidak mengemas produk wisata kuliner dengan plastik dan kemasan modern lainnya, tetapi menggunakan besek, anyaman, daun pisang, daun jati, daun lontar dan lainnya sehingga dapat memberikan

nilai tambah pada sebuah produk wisata kuliner. Berdasarkan hasil penilaian responden, sebesar 80% beralasan bahwa tampilan dan penyajian yang memiliki unsur *modern* akan mempengaruhi nilai keaslian dari produk wisata kuliner.

## 2) **Estetika**

**Estetika** produk wisata kuliner yang dijual dibuat dengan estetika baik dari segi bentuk, warna, ukuran dan presentasi sehingga menarik namun tetap mengedepankan unsur tradisional dan kearifan lokal yang dimiliki. Nilai estetika kemasan makanan tradisional dapat terlihat dari proses pembuatannya seperti terlihat pada teknik anyaman atau lipatan pada pincuk, maupun kontras antara warna kemasan dengan makanannya. (Sabana, 2007)

## 3) **Tradisi**

Memastikan tradisi yang telah dilakukan sejak lama masih dipertahankan. Contoh nyata berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi produk wisata kuliner. Pemerintah dalam hal ini harus mendorong para pedagang untuk tetap mempergunakan resep warisan keluarga, teknik dan alat masak tradisional dalam mengolah produk wisata kuliner, contohnya memasak dengan mempergunakan kayu bakar atau alat masak yang terbuat dari tanah liat dan lainnya. Unsur tradisi ini sangat penting dalam menjaga warisan budaya kuliner Cirebon.

## 4) **Kearifan Lokal**

Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah. Contohnya dalam produk wisata kuliner Cirebon adalah memasak dengan mempergunakan kayu bakar dan gentong membuat cita rasa makanan menjadi lebih nikmat. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara, dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Seperti halnya kue apem Cirebon yang disajikan pada waktu tertentu dalam sebuah upacara adat. Berkaitan dengan kuliner, kearifan lokal akan membentuk karakter kuliner suatu daerah yang harus mampu diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat luas. Cirebon adalah kota yang terletak dipinggir laut sehingga kaya akan hasil laut yang cara pengolahannya masih mempergunakan cara tradisional. Contohnya mengeringkan udang rebon dengan cara dijemur dipanas matahari bukan dipanggang.

Untuk lebih spesifik upaya dalam mempertahankan kearifan lokal produk kuliner di Pasar Kanoman adalah:

1. Kuliner tradisional yang disukai dan dikonsumsi oleh pengunjung Pasar Kanoman adalah aneka jajanan pasar dengan besaran prosentasi 43,8%. Namun permasalahan yang dihadapi adalah di Pasar Kanoman juga menjual kue-kue *modern*, sehingga tak jarang para pengunjung lebih tertarik untuk membeli kue-kue *modern* dibandingkan dengan kue-kue tradisional. Hal ini terlihat dari data, responden yang menjawab tidak atau mungkin makanan tradisional memiliki nilai keaslian adalah sebesar 80%. Alasannya bahwa tampilan dan penyajian produk memiliki unsur *modern* dan kurang memahami kriteria keaslian produk kuliner tradisional tersebut. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan keragaman kue-kue tradisional, meningkatkan kualitas rasa dengan mempergunakan bahan-bahan asli, mempergunakan peralatan tradisional dan teknik memasak tradisional. Kemudian mengemas kue-kue tradisional dengan kemasan tradisional sehingga terlihat sekali nilai keaslian atau *authenticity* produk wisata kuliner. Berikutnya sebesar 31,3% pengunjung pasar menyukai dan mengkonsumsi makanan kering olahan hasil laut dan pertanian. Untuk produk kuliner tersebut perlu mendapatkan perlakuan yang sama yaitu dengan mengelaborasi nilai kearifan lokal. Contohnya dengan mengedepankan pemilihan bahan baku hasil nelayan Cirebon. Kemudian mengolah dengan mempergunakan peralatan dan teknik tradisional. Selain itu tidak memcampur dengan bahan baku *modern* seperti pengawet makanan, pewarna buatan atau zat kimia lainnya. Mengemas hasil produk kuliner dengan kemasan tradisional, contohnya besek, daun pisang, daun jati dan lainnya. Diperingkat 3 terbesar yang disukai adalah kue apem khas Cirebon yang sangat jarang ditemui dengan besaran prosentase sebesar 25%. Kue Apem khas Cirebon memiliki nilai kearifan lokal yang sangat tinggi karena kue apem ini hadir dalam upacara adat yang dilakukan oleh masyarakat Cirebon. Namun pada saat keseharian ketika pedagang menjual kue apem ini, tidak dikemas dengan kemasan tradisional melainkan mempergunakan kertas nasi dan plastik. Nilai keaslian atau kearifan lokal akan terlihat dan lebih menarik jika dikemas didalam besek atau pun dibungkus dengan daun pisang dan daun jati yang banyak dijumpai di Kota Cirebon. Hal ini membuat responden menilai tampilan makanan dan minuman tradisional yang dibeli oleh pengunjung pasar dinilai cukup tradisional yaitu 46,9%, sebesar 28,1% memberikan tanggapan tampilan makanan dan minuman sangat tradisional dan 25% memberikan penilaian tradisional.

2. Dari pertanyaan mengenai nilai keaslian rasa, tampilan dan bahan pelengkap lainnya, diperoleh data bahwa 53,1% responden menyatakan bahwa makanan produk kuliner tradisional memiliki nilai keaslian. Jawaban lain yang diberikan adalah 40,6% menjawab mungkin saja produk kuliner tradisional memiliki nilai keaslian dan selebihnya yaitu 6,3% menjawab tidak memiliki nilai keaslian. Jika dilihat dari pengertian keaslian atau *authenticity*, nilai keaslian merupakan persepsi yang diperoleh dari pengalaman pengunjung dalam membeli produk kuliner di Pasar Kanoman. Jawaban tersebut menggambarkan apa yang pengunjung lihat dan kurang memahami kriteria keaslian dari produk wisata kuliner. Untuk itu pengunjung Pasar Kanoman perlu di edukasi dengan cara memberikan informasi dari kios atau tempat berjualan mengenai keaslian produk tradisional. Untuk produk kue-kue, sebaiknya dipisah antara produk tradisional dan produk *modern* sehingga pengunjung dapat dengan mudah membedakannya. Responden yang menjawab tidak atau mungkin makanan tradisional memiliki nilai keaslian adalah sebesar 80% beralasan bahwa kurang memahami kriteria keaslian sebuah makanan dan minuman tradisional tersebut. Kemudian 66,7% memiliki alasan penjual makanan dan minuman tidak menampilkan ciri khas tradisional. Disini terlihat bahwa pengunjung belum memiliki pengetahuan yang mendalam tentang budaya Cirebon. Untuk itu perlu dilakukan upaya sosialisasi mengenai ke 11 produk wisata kuliner, agar diketahui nilai kearifan lokal yang nantinya dapat memperkaya pengalaman selama berwisata kuliner. Pemerintah dapat bekerjasama pedagang yang membuat dan penjual produk kuliner serta lembaga lainn yang terkait. Yang perlu diperhatikan dari upaya pelestarian adalah kesadaran budaya yang tinggi dan bangga akan memiliki kebudayaan. serta inisiatif untuk mengajak orang lain untuk membeli produk kuliner tradisional. Selain itu membantu mempromosikan produk kuliner sehingga dikenali dan menarik bagi wisatawan. Hal ini sejalan dengan penilaian responden yang menyatakan, agar pedagang dibantu untuk mempromosikan kuliner tradisional yang dijual di Pasar Kanoman. Jumlah responden yang menjawab ya adalah sebesar 100% atau semua responden memberikan pilhan jawaban ya. Produk wisata kuliner jika ingin terus disukai, maka perlu diperhatikan aspek kebersihannya. Semakin terlihat bersih, maka tingkat kepercayaan wisatawan akan bertambah. Sebaiknya lokasi berjualan berada di kios yang permanen agar dapat dijaga kebersihannya. Tidak seperti sekarang ini, masih terdapat pedangang yang berjualan produk wisata kuliner di pinggir jalan dengan mempergunakan gerobak dan bakulan yang tampak kurang bersih. Hal ini sejalan dengan tanggapan 100% responden menjawab, sebaiknya para pedagang

berjualan di dalam kios yang permanen atau ruko. Dengan berjualan di kios permanen atau ruko maka wisatawan akan lebih nyaman untuk menikmati produk wisata kuliner di Pasar Kanoman.

3. Melakukan penataan atau revitalisasi Pasar Kanoman dengan memperbaiki sarana jalan raya dengan mengaspal ulang jalan raya dan jalan di dalam Pasar Kanoman yang berlubang. Hal ini dilakukan agar tidak ada air yang tergenang pada saat hujan dan timbulnya bau yang tidak sedap. Kemudian dilakukan penataan terhadap pedagang kaki lima dan menggolongkan pedagang yang berjualan produk kuliner tradisional di kawasan yang berdekatan sehingga menjadi lebih menarik. Membuat satu tema kesamaan budaya yang diambil sebagai ornamen ataupun ikon sehingga nuansa tradisional Cirebon sangat terasa.



Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2024

**Gambar 4.5 Kondisi Di Dalam Pasar Kanoman**

4. Melakukan renovasi dan penataan gerbang Pasar Kanoman, membersihkan dan membebaskan area sekitar gerbang agar gerbang Pasar Kanoman dapat terlihat dengan jelas dan menjadi daya tarik, dan dapat menjadi *spot photo* bagi wisatawan yang berasal dari daerah lain. Gambar di bawah ini memperlihatkan kondisi kgerbang Pasar Kanoman yang kurang menarik.



**Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2024**

**Gambar 4.6 Gerbang Pasar Kanoman**

5. Menambah dan memperbaiki toilet umum, tempat sampah dan tempat cuci tangan bagi para pengunjung. Nantinya fasilitas tersebut harus dikelola dengan baik oleh pengelola Pasar Kanoman, karena saat pedagang tidak merasakan pengelolaan pasar yang baik. (Karjuni, Cahyono, & Apriliawati, 2024). Berdasarkan hasil analisis yang sudah dibuat oleh Peneliti terdahulu (Firmansyah & Fardani, 2023) toilet umum direncanakan berdekatan dengan pasar karena memudahkan akses pembeli pasar dan wisatawan menuju toilet umum. Hasil desain yang telah dibuat toilet umum di desain dekat tempat parkir. Tempat Pembuangan Sampah harus berdekatan dengan pasar agar mempermudah akses pedagang pasar membuang sampah pasar. Seperti yang sudah di desain oleh (Firmansyah & Fardani, 2023), TPS berada di sebelah Selatan Pasar Kanoman.
6. Untuk mempercantik visual dan nilai estetika koridor serta meremajakan fungsi yang berada di kawasan Pasar Kanoman, ditambahkan ornamen seperti lampu jalan, tanaman eksisting, menambahkan patung macan di sebelah kanan dan kiri gapura yang melambangkan Prabu Siliwangi, menambahkan aksesoris piring keramik porselen asli Tiongkok yang menjadi penghias dinding dan lain-lain. (Firmansyah & Fardani, 2023)
7. Jika area Pasar Kanoman sudah ditata dengan rapi, maka dapat ditambahkan fasilitas bangku-bangku untuk wisatawan duduk menikmati kuliner. Tujuan utama dari wisata kuliner adalah untuk berkuliner atau mencicipi makanan khas serta yang terkenal dari daerah tujuan wisata tersebut.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Pasar Kanoman adalah pasar yang memiliki daya tarik wisata, karena pasar ini memiliki keragaman kuliner, hasil kerajinan tangan, hasil laut dan pertanian yang lengkap dengan kualitas barang-barang yang baik. Pasar Kanoman sudah memiliki potensi *authenticity* yang baik dari sisi keragaman dan budaya yang melekat pada produk wisata kuliner. Namun kesemua hal tersebut belum dikelola dengan baik. Terdapat 11 macam produk kuliner tradisional yang dijual di Pasar Kanoman. Produk kuliner tersebut merupakan kuliner yang dapat mewakili budaya Cirebon. Dapat disimpulkan bahwa dari segi rasa dapat diterima dengan baik. Apabila dilihat dari nilai keaslian secara keseluruhan dari aspek rasa, tampilan dan bahan pelengkap 53,1% responden menyatakan bahwa produk wisata kuliner memiliki nilai keaslian. Kemudian 66,7% responden menilai penjual makanan dan minuman tidak menampilkan ciri khas tradisional.

Namun permasalahan yang dihadapi adalah di Pasar Kanoman juga menjual kue-kue *modern*. Tampilan makanan dan minuman tradisional yang dibeli oleh pengunjung pasar dinilai cukup tradisional yaitu 46,9 %. Sebanyak 100% responden menjawab sebaiknya para pedagang berjualan di dalam kios yang permanen atau ruko. Dengan berjualan di kios permanen atau ruko, aspek kebersihan lebih terjaga, dan wisatawan akan lebih nyaman untuk menikmati produk wisata kuliner di Pasar Kanoman. Pengelola pasar maupun instansi pemerintah membantu pedagang mempromosikan produk kuliner tradisional. Untuk menunjang Pasar Kanoman sebagai tempat wisata kuliner diperlukan upaya revitalisasi fisik untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan.

### Saran

Upaya yang dilakukan untuk membuat Pasar Kanoman menjadi tujuan wisata kuliner di Kota Cirebon adalah mengangkat potensi produk kuliner yang dimiliki Kota Cirebon. Melakukan pembinaan kepada pedagang, membantu dari segi promosi sehingga terbentuknya *brand image* Pasar Kanoman sebagai tujuan wisata kuliner di Kota Cirebon.

Menjaga kearifan lokal dengan meningkatkan keragaman produk kuliner tradisional khas Cirebon, meningkatkan kualitas rasa asli, mempergunakan bahan-bahan asli, peralatan dan teknik memasak tradisional. Kemudian meningkatkan visualisasi dengan mengemas kuliner tradisional dengan kemasan tradisional sehingga terlihat sekali nilai kearifan lokalnya. Pedagang mempergunakan atribut budaya Cirebon. Contohnya dengan memakai atribut tradisional Cirebon, motif pakaian, tutup kepala atau *welcoming* dengan mempergunakan bahasa tradisional Cirebon.

Upaya revitalisasi fisik yang harus dilakukan adalah memperbaiki sarana jalan raya dengan mengaspal ulang jalan raya dan jalan di dalam Pasar Kanoman yang berlubang. Kemudian menciptakan suasana pasar yang aman dan ramah kepada wisatawan. Melakukan penataan dan menggolongkan pedagang yang berjualan kuliner tradisional di kawasan yang berdekatan, sehingga menjadi lebih menarik. Membuat satu tema kesamaan budaya yang diambil sebagai ornamen ataupun ikon sehingga nuansa tradisional Cirebon sangat terasa. Mempercantik visual dan nilai estetika koridor di dalam Pasar Kanoman dengan lampu atau ornamen lainnya.

Melakukan renovasi dan penataan gerbang Pasar Kanoman dengan membersihkan dan membebaskan area sekitar gerbang pasar. Menambah dan memperbaiki sarana kebersihan yaitu toilet umum, tempat sampah dan tempat cuci tangan bagi para pengunjung yang ditata dan dikelola dengan baik oleh pengelola Pasar Kanoman. Membuat fasilitas bangku-bangku untuk wisatawan duduk sambil menikmati kuliner yang mereka beli di Pasar Kanoman.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Achiel, N. S., & Taufik, M. (2022). *Buku Wisata Kuliner*. Nagari Koto Baru: Insan Cendekia Mandiri.
- Aliyah, I. (2017). *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan*. Cakra Wisata.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Dinas Komunikasi Informatika dan Statistika. (2022). Cirebon.
- Dyajeng, S. P., Hastari, S., & Sutikno, B. (2021). Kekuatan Authenticity pada Makanan Local Tradisional serta Hubungannya dengan Pride dan Loyalty Gen Milenia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19.
- Entas, D., & Arfarani. (2019). Potensi Kawasan Blok M Square Sebagai Ikon Destinasi Wisata Kuliner Lesehan di Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*.
- Firmansyah, F., & Fardani, I. (2023). Revitalisasi Kawasan Pasar Kanoman Berbasis Budaya Keraton Kanoman. In *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*. Bandung: Unisba.
- Jatiningsih, I. D. (2021). Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Palu. *Panorama, Recreation, Accommodation, Merchandise, Accessibility*, 1-6.
- Karjuni, A., Cahyono, H., & Apriliawati, R. (2024). Pengelolaan Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 105-119.

- Khusnaya, M. (2019). Upaya Pelestarian Makanan Tradisional Melalui Pasar Sore Karangrandu (PSK) di Desa Karangrandu, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Lasmiyati. (2013). Keraton Kanoman Di Cirebon (Sejarah dan Perkembangannya). Patanjala, 131-147.
- Nuryadi, & Rahmawati, P. (2018). Persepsi Siswa Tentang Penerapan Model Pembelajaran Berbasis Proyek Ditinjau Dari Kreativitas dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Mercumatika: Jurnal Penelitian Matematika dan Pendidikan Matematika*, 53-62.
- Pitana, I. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, F. (2014). Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sabana, S. (2007). Nilai Estetis Pada Kemasan Makanan Tradisional Yogyakarta. *Visual Art*, 10-25.
- Sugiyono, P. D. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D. E. (2016). Metode Penelitian. Malang, Jawa Timur, Indonesia.