

## KULINER SEBAGAI WARISAN BUDAYA: STUDI KASUS PELESTARIAN MAKANAN TRADISIONAL WINGKO BABAT DI ERA GENERASI MILENIAL

**Madani Waskita Putra Nagari**

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

e-mail: [dani.waskita95@gmail.com](mailto:dani.waskita95@gmail.com)

Diterima: 1/12/25; Direvisi: 3/1/26; Diterbitkan: 8/1/26

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji upaya pelestarian makanan tradisional Wingko Babat sebagai warisan budaya lokal di tengah dinamika sosial dan perubahan pola konsumsi generasi milenial. Wingko Babat tidak hanya berfungsi sebagai produk pangan, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya, memori kolektif, dan nilai-nilai lokal masyarakat Babat, Kabupaten Lamongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali makna kultural, persepsi generasi milenial, serta strategi pelestarian yang dilakukan oleh pelaku usaha, komunitas lokal, dan pemerintah setempat. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan produsen Wingko Babat, generasi milenial, dan aparatur kecamatan, serta dokumentasi aktivitas produksi dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki peran strategis dalam pelestarian Wingko Babat melalui inovasi kemasan, pengembangan varian rasa, pemanfaatan media sosial, dan strategi pemasaran digital berbasis storytelling budaya. Meskipun demikian, pelestarian masih menghadapi tantangan berupa lemahnya regenerasi produsen, keterbatasan literasi digital, dan persaingan dengan produk kuliner modern. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan adaptif dan kolaboratif dalam menjaga keberlanjutan kuliner tradisional sebagai bagian dari warisan budaya takbenda di era digital.

**Kata Kunci:** *Kuliner Tradisional, Observasi Warisan Budaya, Generasi Milenial*

### ABSTRACT

This study examines the preservation of Wingko Babat, a traditional Indonesian culinary product, as a form of local cultural heritage amid social changes and shifting consumption patterns among the millennial generation. Wingko Babat functions not only as a food product but also as a representation of cultural identity, collective memory, and local values within the Babat community of Lamongan Regency. This research employs a qualitative approach with a case study design to explore cultural meanings, millennial perceptions, and preservation strategies implemented by local producers, community groups, and local government. Data were collected through field observations, in-depth interviews with Wingko Babat producers, millennial consumers, and sub-district officials, as well as documentation of production and promotional activities. The findings indicate that the millennial generation plays a strategic role in preserving Wingko Babat through packaging innovation, product diversification, the use of social media, and digital marketing strategies based on cultural storytelling. However, preservation efforts continue to face challenges, including weak producer regeneration, limited digital literacy, and competition from modern culinary products. This study highlights the importance of adaptive and collaborative approaches in sustaining traditional culinary heritage as part of Indonesia's intangible cultural heritage in the digital era.

**Keywords:** *Traditional Culinary, Observation Cultural heritage, Millennial Generation*

## PENDAHULUAN

Kuliner tradisional merupakan salah satu ekspresi budaya yang merepresentasikan sejarah, identitas, dan nilai sosial suatu masyarakat. Di Lamongan, *wingko babat* bukan sekadar makanan ringan berbahan dasar kelapa dan ketan, tetapi juga bagian dari warisan kuliner yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat (Khoiriah & Fauziyah, 2024). Keberadaan *wingko babat* sering kali hadir dalam momen-momen penting, seperti perayaan keluarga, hajatan, hingga oleh-oleh khas daerah. Namun, seiring berjalannya waktu, keberlangsungan kuliner ini menghadapi tantangan dari berbagai arah, terutama dari perubahan pola konsumsi generasi muda dan dominasi produk kuliner modern yang semakin menggeser peran makanan tradisional dalam kehidupan sehari-hari (Utami, 2024).

Fenomena globalisasi dan digitalisasi turut memengaruhi preferensi konsumsi masyarakat, khususnya generasi milenial yang lebih akrab dengan makanan cepat saji, tren kuliner asing, serta gaya hidup praktis. Makanan tradisional seperti *wingko babat* cenderung dianggap kuno dan tidak relevan dengan selera zaman, sehingga mengalami penurunan minat di kalangan konsumen muda. Tidak sedikit pelaku usaha tradisional yang mengalami penurunan produksi bahkan gulung tikar akibat kurangnya regenerasi dan minimnya inovasi dalam promosi maupun pengemasan produk (Syahputra et al., 2025; Sholikhah & Nurlaela, 2013). Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan punahnya salah satu simbol identitas lokal yang selama ini menjadi kebanggaan masyarakat Lamongan (Aziz, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pelestarian kuliner lokal, seperti penelitian tentang upaya revitalisasi makanan tradisional dalam konteks pariwisata, atau studi tentang inovasi produk UMKM berbasis budaya. Namun, masih sedikit kajian yang secara spesifik menyoroti keterlibatan generasi milenial dalam pelestarian makanan tradisional sebagai bagian dari warisan budaya (Nugraheni & Prasetyanto, 2025). Padahal, generasi ini memiliki peran strategis dalam menjaga keberlangsungan tradisi melalui adaptasi terhadap media sosial, digital branding, dan strategi pemasaran modern. Di sinilah letak kesenjangan yang ingin dijawab oleh penelitian ini: bagaimana sebenarnya keterlibatan, persepsi, dan inisiatif generasi milenial terhadap pelestarian *wingko babat* (Ali, 2025).

Selain itu, pelestarian kuliner tradisional tidak dapat dilepaskan dari aspek ekonomi dan keberlanjutan usaha lokal. Makanan tradisional yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan selera pasar dan sistem distribusi modern berpotensi kehilangan daya saing dan mengalami marginalisasi. Dalam konteks UMKM berbasis budaya, inovasi produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan produksi tanpa menghilangkan nilai-nilai autentik yang melekat pada kuliner tersebut. Berbagai studi menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pelaku usaha lokal melalui integrasi antara pengetahuan tradisional dan pendekatan kewirausahaan modern dapat mendorong keberlanjutan kuliner tradisional di tengah arus globalisasi dan digitalisasi (Kharisma & Evi, 2023; Yaskun et al., 2019). Oleh karena itu, keterlibatan generasi muda tidak hanya relevan dalam aspek pelestarian budaya, tetapi juga berperan strategis dalam memastikan keberlanjutan ekonomi kuliner tradisional sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif lokal.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam dinamika pelestarian *wingko babat* di tengah perubahan sosial yang melibatkan generasi muda sebagai aktor kultural. Fokus penelitian mencakup persepsi nilai budaya, praktik pelestarian, hingga inovasi yang muncul dari interaksi antar generasi dalam menjaga eksistensi makanan tradisional ini. Pendekatan ini tidak hanya akan

merekam fakta, tetapi juga menangkap makna-makna sosial di balik upaya pelestarian yang sering kali tidak tercatat dalam data kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu sosial dan budaya, khususnya dalam bidang kajian kuliner tradisional dan pewarisan budaya lokal. Selain itu, temuan dari studi ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pelestarian berbasis komunitas, pemberdayaan ekonomi kreatif lokal, serta pengembangan kebijakan kebudayaan daerah. Dengan demikian, pelestarian *wingko babat* bukan hanya menjadi upaya mempertahankan warisan masa lalu, tetapi juga membentuk jembatan antara tradisi dan modernitas dalam kehidupan masyarakat masa kini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mendalami fenomena pelestarian makanan tradisional Wingko Babat di tengah perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat, khususnya di kalangan generasi milenial. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap secara mendalam dinamika sosial, kultural, serta konstruksi makna yang dimiliki oleh pelaku dan konsumen terhadap makanan tradisional. Dengan menggunakan teori Materialisme Budaya, Teori Materialisme Budaya yang dikembangkan oleh Marvin Harris berargumen bahwa infrastruktur (teknologi produksi, lingkungan, dan faktor demografi) menjadi dasar utama dalam menentukan struktur sosial dan budaya suatu masyarakat. Dan menggunakan Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk fokus secara intensif pada satu lokasi dan fenomena tertentu, yaitu praktik pelestarian Wingko Babat sebagai bagian dari warisan budaya lokal di Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.

Lokasi penelitian dipilih yaitu di Babat, Lamongan, yang merupakan daerah asal mula makanan Wingko Babat dan masih memiliki pelaku usaha rumahan yang memproduksi makanan ini secara tradisional. Selain sebagai tempat historis bagi kuliner tersebut, Babat juga menjadi lokasi penting untuk melihat dinamika hubungan antara pelaku pelestarian lokal dan generasi muda yang hidup di tengah gempuran budaya kuliner modern. Penelitian ini melibatkan tiga kategori informan utama: (1) produsen lokal Wingko Babat, baik skala kecil maupun rumahan, yang telah menjalankan usahanya secara turun-temurun; dan (2) generasi milenial yang tinggal di Babat dan sekitarnya, baik sebagai konsumen, pelaku promosi digital, maupun yang terlibat dalam komunitas budaya atau kewirausahaan lokal. Dan yang terakhir (3) Camat Babat Bapak Jhony

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar informan dapat memberikan narasi yang bebas namun tetap sesuai fokus penelitian. Observasi dilakukan di lokasi produksi Wingko Babat, pasar tradisional, serta kegiatan lokal yang berkaitan dengan kuliner atau pelestarian budaya. Dokumentasi meliputi catatan lapangan, foto, dan materi promosi digital yang berkaitan dengan upaya pelestarian makanan ini, termasuk konten media sosial yang dibuat oleh generasi muda di wilayah tersebut.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, yaitu dengan mengidentifikasi dan mengorganisasi pola-pola makna dari data yang terkumpul. Setiap data dari hasil wawancara dan observasi dikodekan, dikategorikan, dan dianalisis untuk menemukan tema-tema utama seperti persepsi generasi muda terhadap Wingko Babat, praktik pelestarian oleh produsen lokal, serta bentuk-bentuk inovasi atau resistensi yang muncul. Validitas data dijaga melalui

triangulasi sumber dan metode, serta konfirmasi ulang kepada informan (*member checking*) untuk memastikan akurasi dan keterwakilan data.

Aspek etika dalam penelitian ini dijalankan dengan memberikan informasi yang jelas kepada seluruh partisipan mengenai tujuan, manfaat, dan prosedur penelitian. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas informan dan memperoleh persetujuan partisipasi secara sadar (*informed consent*) sebelum proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan. Setiap interaksi antara peneliti dan informan dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai lokal dan prinsip kesetaraan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Wingko Babat merupakan makanan tradisional yang berbahan dasar kelapa parut, gula, dan tepung ketan, dan dikenal luas berasal dari Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Nama makanan ini bahkan mencantumkan asal geografisnya, yang menunjukkan keterikatan antara kuliner dan identitas lokal. Berdasarkan hasil observasi lapangan, Wingko Babat diproduksi secara tradisional oleh pelaku usaha rumahan yang sebagian besar mewarisi resep dari orang tua atau kakek-nenek mereka. Proses pembuatan yang masih menggunakan. Pelaku usaha lokal menganggap Wingko Babat bukan hanya sebagai produk ekonomi, tetapi juga sebagai simbol keluarga dan kebanggaan daerah. Banyak produsen mengisahkan bagaimana usaha mereka sudah berjalan selama puluhan tahun dan menjadi mata pencaharian utama keluarga. Bagi mereka, mempertahankan usaha Wingko Babat bukan hanya soal keuntungan, tetapi juga kelangsungan nilai-nilai budaya yang diwariskan. Salah satu produsen lokal, Ibu Siti (60 tahun), mengatakan, "Saya sudah membuat Wingko ini sejak masih gadis, dulu belajar dari ibu saya. Sekarang diteruskan sama anak saya, tapi memang generasi sekarang lebih suka makanan modern. Jadi saya harus pintar-pintar bikin varian baru". Berikut ini lokasi toko dan pembuatan Wingko Babat yang dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Lokasi Toko Serta Lokasi Pembuatan

Wingko Babat memiliki fungsi sosial yang cukup kuat di masyarakat. Makanan ini sering disajikan dalam berbagai acara adat, keagamaan, dan pertemuan keluarga, contohnya yaitu digunakan untuk acara pernikahan, hajatan tasyakuran kelahiran dan juga bisa untuk makanan hidangan di kala hari raya. Makanan ini juga menjadi oleh-oleh khas dari Babat maupun dari Semarang, yang telah lama menjadi kota distribusi utama produk ini. Namun, di



tengah perkembangan zaman, terdapat kekhawatiran akan tergerusnya eksistensi makanan ini akibat modernisasi. Beberapa pelaku usaha mengaku mengalami penurunan penjualan, terutama dari segmen anak muda yang mulai kurang tertarik pada makanan tradisional. Hal ini menjadi sinyal bahwa diperlukan adaptasi agar Wingko Babat tetap relevan. Berikut ini proses pemanggangan Wingko Babat yang dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Proses Pemanggangan Wingko Babat

### **Persepsi Generasi Milenial terhadap Wingko Babat**

Generasi milenial yang tinggal di Babat dan sekitarnya memiliki persepsi yang beragam terhadap Wingko Babat. Berdasarkan wawancara dengan sejumlah informan milenial, mayoritas dari mereka mengenal makanan ini karena diwariskan secara kultural melalui keluarga. Namun, tidak semua dari mereka secara rutin mengonsumsinya. Sebagian menganggap Wingko Babat sebagai makanan "kuno" yang kurang menarik dibandingkan makanan modern yang banyak ditemui di media sosial. Salah satu informan, Dwi (25 tahun), seorang pegiat komunitas UMKM muda di Babat, menyatakan, "Saya kenal Wingko sejak kecil, tapi baru merasa tertarik saat ikut komunitas. Di sana kami belajar bikin konten promosi makanan lokal. Ternyata Wingko itu punya cerita panjang yang menarik."

Meskipun demikian, terdapat segmen milenial yang mulai menyadari nilai historis dan budaya dari Wingko Babat. Mereka memandang makanan ini bukan hanya sebagai camilan, tetapi sebagai representasi identitas daerah. Kesadaran ini muncul terutama pada mereka yang terlibat dalam komunitas budaya atau kewirausahaan lokal. Mereka mulai menjadikan Wingko Babat sebagai objek untuk eksplorasi kreatif melalui konten digital dan promosi daring.

Faktor visual dan gaya penyajian menjadi kunci penting dalam persepsi milenial. Makanan yang dikemas secara estetik dan ditampilkan secara menarik di media sosial lebih mudah menarik perhatian. Dalam hal ini, Wingko Babat sering kali tertinggal dibandingkan produk kuliner kekinian yang didesain untuk konsumsi visual. Oleh karena itu, persepsi milenial terhadap Wingko Babat sangat dipengaruhi oleh cara makanan ini dikemas dan dipromosikan. Beberapa milenial juga mengemukakan bahwa mereka bersedia membeli Wingko Babat jika terdapat inovasi dalam varian rasa, kemasan, dan penyajian. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap makanan tradisional tetap ada, asalkan dapat dikemas ulang sesuai dengan selera dan gaya hidup mereka. Ini menjadi peluang strategis dalam pelestarian kuliner tradisional.

### **Strategi Pelestarian oleh Pelaku Usaha dan Komunitas**

Pelaku usaha Wingko Babat di Babat, Lamongan, menunjukkan berbagai strategi dalam mempertahankan keberadaan produk mereka di tengah arus modernisasi. Strategi tersebut antara lain mempertahankan kualitas bahan baku, menjaga resep asli, dan melakukan inovasi rasa sesuai permintaan pasar. Selain itu, beberapa pelaku usaha mulai memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Mereka menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk dan membangun citra merek. Meskipun belum semuanya memiliki kemampuan digital marketing yang optimal, langkah ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap pentingnya adaptasi di era digital.

Komunitas pemuda dan pelestari budaya lokal juga berperan penting dalam menjaga eksistensi Wingko Babat. Mereka menyelenggarakan acara seperti festival kuliner, pameran UMKM, dan lomba membuat makanan tradisional sebagai bagian dari strategi edukatif sekaligus promosi. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan produsen, tetapi juga generasi muda sebagai peserta dan audiens utama. Camat Babat, Bapak Jhony, dalam wawancara menyatakan, "Kami dari kecamatan siap memfasilitasi pelatihan digital marketing dan akses pembiayaan bagi para pelaku UMKM Wingko Babat. Karena ini bukan hanya soal usaha, tapi juga identitas Babat yang harus dijaga." Dengan berbagai strategi tersebut, pelestarian Wingko Babat tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha, tetapi juga menjadi agenda kolektif yang melibatkan banyak pihak. Kolaborasi ini penting untuk menjaga keberlanjutan kuliner tradisional dalam jangka panjang.

### **Tantangan dalam Pelestarian Wingko Babat**

Tantangan utama dalam pelestarian Wingko Babat adalah lemahnya regenerasi produsen. Banyak pelaku usaha saat ini berada pada usia lanjut, dan anak-anak mereka tidak tertarik untuk melanjutkan usaha karena dianggap kurang menjanjikan. Hal ini menyebabkan kekhawatiran akan punahnya teknik produksi tradisional jika tidak segera ditransformasikan. Selain itu, keterbatasan literasi digital menjadi kendala besar dalam memperluas jangkauan pasar. Banyak pelaku usaha yang belum akrab dengan pemasaran daring, padahal mayoritas konsumen muda sudah beralih ke platform digital untuk mencari dan membeli produk. Hal ini memperkuat kesenjangan antara produsen dan konsumen generasi baru.

Persaingan dengan produk kuliner modern juga menjadi hambatan signifikan. Makanan cepat saji dan produk viral yang mudah diakses dan dikonsumsi secara visual lebih menarik perhatian generasi milenial. Tanpa inovasi dan strategi pemasaran yang sesuai, Wingko Babat berisiko kehilangan daya saing di pasar lokal maupun nasional. Minimnya dukungan infrastruktur dan modal juga menjadi faktor penghambat. Beberapa produsen mengeluhkan kesulitan dalam mengakses bahan baku berkualitas dan alat produksi modern yang dapat meningkatkan efisiensi tanpa menghilangkan nilai tradisional. Bantuan pemerintah dan lembaga keuangan dirasakan masih kurang optimal.

Tantangan lainnya adalah kurangnya dokumentasi dan edukasi mengenai nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Wingko Babat. Tanpa upaya pelestarian melalui pendidikan dan narasi publik, makanan ini hanya akan dipahami sebagai produk konsumsi, bukan sebagai warisan budaya yang bernilai tinggi.

### **Upaya Pelestarian terhadap Konsumen Milenial**

Dalam menghadapi tantangan zaman, beberapa produsen dan komunitas pemuda mulai melakukan upaya adaptasi terhadap tren konsumsi milenial. Salah satu strategi utama adalah

pembaruan kemasan agar lebih estetik dan Instagramable. Produk Wingko Babat kini mulai dijual dalam kemasan boks modern dengan desain minimalis, warna cerah, dan sentuhan gaya kekinian. Selain kemasan, inovasi rasa menjadi cara lain untuk menarik minat pasar muda. Wingko Babat kini hadir dalam varian rasa seperti cokelat, green tea, dan kopi, yang tidak hanya menyesuaikan lidah generasi muda tetapi juga memunculkan kesan "baru" pada produk lama. Inovasi ini terbukti menarik perhatian, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa. Berikut proses pencetakan Wingko Babat yang dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Proses Percetakan Ukuran Wingko Babat

Pemasaran digital juga mulai dioptimalkan. Generasi muda yang aktif di media sosial memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan Wingko Babat. Mereka membuat konten menarik berupa video proses produksi, cerita sejarah Wingko Babat, dan testimoni pelanggan. Strategi ini efektif dalam membangun koneksi emosional antara konsumen dan produk lokal. Kampanye digital yang mengangkat cerita-cerita lokal dan nilai-nilai tradisi di balik Wingko Babat turut memperkuat posisinya sebagai makanan bersejarah. Storytelling menjadi alat yang sangat kuat untuk menanamkan kesadaran budaya pada generasi muda, sekaligus menjadi strategi branding yang otentik.

Upaya pelestarian Wingko Babat yang telah dilakukan mendapat tanggapan dari konsumen, khususnya generasi milenial yang menjadi sasaran utama dari strategi adaptasi tersebut. Konsumen memberikan apresiasi positif terhadap inovasi yang telah dilakukan, Respon konsumen milenial terhadap inovasi kemasan, misalnya, menunjukkan kecenderungan positif. Konsumen merasa lebih tertarik untuk membeli produk Wingko Babat yang dikemas dengan desain modern, warna cerah, serta informasi naratif mengenai asal-usul produk. Kemasan yang menarik dianggap tidak hanya meningkatkan nilai estetik, tetapi juga memberikan pengalaman konsumsi yang lebih inovatif.

Dalam hal inovasi rasa, respon konsumen terbagi dua. Sebagian menyambut positif varian rasa baru seperti cokelat, green tea, dan kopi karena sesuai dengan selera kekinian. Namun, ada juga konsumen yang justru lebih menghargai rasa klasik karena dianggap otentik dan menyimpan memori masa kecil. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pelestarian harus tetap mempertahankan cita rasa asli sebagai identitas utama, sementara varian baru bisa menjadi pelengkap yang memperluas pasar. Dengan strategi adaptasi ini, Wingko Babat menunjukkan bahwa makanan tradisional dapat tetap eksis jika dikelola dengan pendekatan yang relevan

dengan zaman. Inovasi yang tetap menjaga nilai budaya inti adalah kunci utama dalam merangkul generasi milenial.

### Pembahasan

Pelestarian kuliner tradisional seperti Wingko Babat tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang menyertainya. Makanan tradisional bukan sekadar produk konsumsi, tetapi merupakan hasil dari proses historis dan relasi sosial yang panjang dalam suatu komunitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Intani (2014) yang menyatakan bahwa keberlanjutan makanan tradisional sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar tanpa menghilangkan nilai-nilai kultural yang melekat pada produk tersebut. Dalam konteks Wingko Babat, kemampuan adaptasi produsen menjadi faktor penting dalam menjaga eksistensi kuliner ini di tengah persaingan dengan produk modern.

Dari perspektif warisan budaya takbenda, Wingko Babat memiliki posisi strategis sebagai simbol identitas lokal yang hidup dan terus dipraktikkan oleh masyarakat. Sarwopeni dan Saraswati (2021) menegaskan bahwa kuliner tradisional tidak hanya merepresentasikan cita rasa, tetapi juga memuat memori kolektif, nilai historis, serta praktik sosial lintas generasi. Temuan penelitian ini memperkuat pandangan tersebut, di mana Wingko Babat tidak hanya diproduksi untuk tujuan ekonomi, tetapi juga dipertahankan sebagai simbol kebanggaan keluarga dan daerah. Tradisi membawa pulang Wingko Babat sebagai oleh-oleh setelah bepergian menjadi praktik simbolik yang memperkuat ikatan emosional dan identitas kultural masyarakat (Chusaini & Prawoto, 2023).

Peran generasi milenial dalam pelestarian kuliner tradisional menunjukkan dinamika yang menarik. Di satu sisi, generasi ini cenderung memiliki preferensi terhadap makanan modern yang bersifat praktis dan visual. Namun, di sisi lain, mereka juga memiliki potensi besar sebagai agen pelestarian melalui pemanfaatan teknologi digital. Putri dan Dwiyanto (2023) menjelaskan bahwa digital marketing dan word of mouth memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama ketika dikombinasikan dengan citra merek yang kuat. Dalam penelitian ini, keterlibatan generasi milenial dalam pembuatan konten media sosial dan promosi daring Wingko Babat terbukti mampu membangun kembali ketertarikan konsumen muda terhadap produk tradisional.

Inovasi produk dan strategi pemasaran juga menjadi aspek penting dalam menjaga daya saing Wingko Babat. Kharisma dan Evi (2023) menekankan bahwa penerapan bauran pemasaran yang tepat, termasuk inovasi rasa, kemasan, dan distribusi, dapat meningkatkan keberlanjutan usaha kuliner tradisional. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini, di mana inovasi varian rasa dan kemasan modern terbukti menarik perhatian generasi milenial tanpa sepenuhnya menghilangkan identitas produk. Namun demikian, Trisnawati dan Purwadiani (2015) mengingatkan bahwa perubahan pada produk tradisional harus tetap mempertimbangkan karakteristik organoleptik agar cita rasa autentik tidak hilang. Oleh karena itu, keseimbangan antara inovasi dan pelestarian nilai asli menjadi kunci utama.

Dari sisi pengembangan usaha, tantangan regenerasi produsen dan keterbatasan kapasitas manajerial menjadi persoalan krusial. Yaskun et al. (2019) menunjukkan bahwa pengembangan industri Wingko Babat membutuhkan strategi terintegrasi yang mencakup penguatan sumber daya manusia, akses permodalan, serta dukungan kebijakan pemerintah. Temuan ini relevan dengan kondisi di Babat, Lamongan, di mana sebagian besar produsen masih mengandalkan pola produksi tradisional dan menghadapi kesulitan dalam mengakses



teknologi serta pasar yang lebih luas. Kurniawan dan Munir (2021) menambahkan bahwa pengembangan bisnis kuliner tradisional memerlukan inovasi model usaha tanpa menghilangkan nilai budaya sebagai diferensiasi utama.

Selain aspek ekonomi, edukasi budaya menjadi elemen penting dalam pelestarian kuliner tradisional. Meike (2018) menekankan pentingnya dokumentasi sejarah lisan dalam menjaga keberlanjutan pengetahuan kuliner tradisional. Kurangnya dokumentasi dan narasi publik mengenai sejarah Wingko Babat berpotensi membuat generasi muda hanya mengenal produk ini sebagai makanan biasa, bukan sebagai warisan budaya bernilai tinggi. Oleh karena itu, strategi storytelling berbasis sejarah lokal, baik melalui media digital maupun kegiatan komunitas, menjadi langkah penting dalam memperkuat kesadaran budaya generasi milenial.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa pelestarian Wingko Babat membutuhkan pendekatan multidimensional yang mencakup inovasi produk, strategi pemasaran digital, penguatan kapasitas produsen, serta edukasi budaya. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Faradilla et al. (2025) yang menekankan bahwa eksplorasi nilai budaya dalam makanan tradisional dapat memperkuat keberlanjutan warisan kuliner di tengah perubahan zaman. Dengan demikian, Wingko Babat tidak hanya dipertahankan sebagai produk ekonomi, tetapi juga sebagai medium pewarisan nilai dan identitas lokal yang relevan bagi generasi masa kini.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Wingko Babat tidak hanya berfungsi sebagai produk kuliner, tetapi juga sebagai simbol budaya, identitas lokal, dan bagian dari warisan takbenda yang hidup dalam masyarakat Babat, Lamongan. Tradisi pembuatan Wingko Babat yang diwariskan secara turun-temurun oleh produsen lokal mengungkap adanya kesinambungan nilai-nilai budaya, sekaligus tantangan yang dihadapi dalam mempertahankannya di tengah perubahan sosial dan preferensi konsumen yang dinamis.

Generasi milenial memiliki persepsi yang ambivalen terhadap makanan tradisional ini. Di satu sisi, mereka cenderung lebih akrab dengan makanan modern dan visual yang beredar di media sosial. Namun di sisi lain, sebagian dari mereka mulai terlibat aktif dalam pelestarian Wingko Babat melalui promosi digital, inovasi produk, dan pengemasan ulang yang lebih estetik. Hal ini membuktikan bahwa keterlibatan generasi muda dapat menjadi kunci strategis dalam menjaga eksistensi kuliner tradisional.

Upaya pelestarian Wingko Babat dilakukan oleh berbagai aktor, mulai dari produsen rumahan, komunitas lokal, hingga pemerintah kecamatan. Strategi pelestarian meliputi inovasi rasa, desain kemasan kekinian, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Meskipun masih dihadapkan pada tantangan seperti lemahnya regenerasi produsen, keterbatasan digital, dan minimnya dukungan infrastruktur, kolaborasi antara pemangku kepentingan menunjukkan potensi keberlanjutan dalam pelestarian kuliner lokal ini.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya kajian tentang pelestarian warisan budaya takbenda, khususnya dari perspektif generasi muda dan dinamika adaptasi di era digital. Studi ini mengisi celah dari penelitian terdahulu yang cenderung belum mengulas secara mendalam peran persepsi milenial, praktik produksi aktual, dan strategi pelestarian berbasis komunitas. Dengan demikian, pendekatan kualitatif melalui studi kasus ini mampu menawarkan gambaran yang lebih kontekstual, holistik, dan aplikatif.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan pelestarian kuliner lokal yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Model pelestarian

Wingko Babat dapat direplikasi untuk makanan tradisional lainnya di Indonesia, guna menjaga keberagaman budaya sekaligus memperkuat identitas lokal di tengah arus globalisasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2025). Dinamika Tren Kuliner Asing dan Tantangan Pelestarian Kuliner Tradisional di Indonesia. *Journal Of Economics, Business, Management, Accounting And Social Sciences*, 3(3), 137-147. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v3i3.186>
- Aziz, B. (2025). Identitas Budaya Di Era Digital. *Yayasan Tri Edukasi Ilmiah*.
- Chusaini, F., Prawoto, E., & Apriliani, R. A. E. P. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat Pak Suratman. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(4), 40-51. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i4.5465>
- Faradilla, H., Deswita, R., & Anggraini, R. S. (2025). Systematic Literature Review: Eksplorasi Etnomatematika Pada Makanan Tradisional. *Tematik: Jurnal Konten Pendidikan Matematika*, 3(1), 34-43. <https://doi.org/10.55210/tematik.v3i1.1934>
- Intani, R. (2014). Kiat penjual makanan tradisional dalam menembus pasar. *Patanjala: Journal of Historical and Cultural Research*, 6(2), 315-328. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v6i2.202>
- Kharisma, D., & Evi, E. (2023). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Usaha Pada Wingko Babat Pak Sugito Di Merbau-Banyumanik. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 22-30. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.273>
- Khoiriah, U., & Fauziah, E. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Kue Wingko Babat Produksi UMKM di Lamongan. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 4(1), 32-50. <https://doi.org/10.32639/2z617a79>
- Kurniawan, R. W., & Munir, N. S. (2021). Pengembangan Bisnis Toko Wingko “Kelapa Muda”. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 79-101. <https://doi.org/10.34149/jebmes.v1i1.9>
- Meike, P. P. (2018). *Oral History Wingko Babat Kue Tradisional Khas Babat Lamongan Jawa Timur* (Tugas Akhir, Universitas Airlangga). <https://repository.unair.ac.id/73074/>
- Nugraheni, S., & Prasetyanto, H. (2025). Melestarikan Kuliner Tradisional Yogyakarta: Peran STP AMPTA dalam Pariwisata Berkelanjutan. *Gastronomy and Culinary Art*, 4(1), 50-60. <https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v4i1.836>
- Putri, R., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh digital marketing dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen dengan brand image sebagai variabel mediasi (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/38685>
- Sarwopeni, S. D., & Saraswati, U. (2021). Intangible Conservation: Keberadaan Wingko Babat Kuliner Khas Semarang Tahun 1946-2019. *Journal of Indonesian History*, 10(1), 77-85. <https://doi.org/10.15294/jih.v10i1.47029>
- Sholikhah, E. A., & Nurlaela, L. (2013). Manajemen Produksi Usaha Wingko Khas Kota Babat Di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan (Studi Di Pabrik Wingko Loe Lan Ing



- Babat). *E-journal Boga*, 2(3), 86-94. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/4050>
- Syahputra, A. R., Marhendra, S. D., Nugroho, A. S., Ara, G. R. D., Fadilla, R. V., Hidayat, A., & Fitrianti, A. (2025). Penerapan Komunikasi Edukatif Untuk Promosi Budaya Kuliner Wingko Tugu Muda Di Cfd Kota Semarang. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(4), 700-707. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i4.5922>
- Trisnawati, I. D., & Purwadiani, N. (2015). Pengaruh Proporsi Tepung Ketan dan Tepung Kedelai Terhadap Sifat Organoleptik Wingko Babat. *E-Journal Boga*, 4(2), 67-76. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-boga/article/view/11942>
- Utami, M. D. S. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Makanan Tradisional Wingko Babat Loe Lan Ing Di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan: Tinjauan Pada Aspek Legalitas Usaha, Syariah Dan Kehalalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6). <https://doi.org/10.62281/v2i6.500>
- Yaskun, M., Pambudy, A. P., & Hidayat, K. (2019). Strategi pengembangan industri wingko babat. *e-Prosiding SNasTekS*, 1(1), 357-366. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/snts/article/view/105>