Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id

Cita Rasa dan Kreativitas Aci dalam Kuliner Bandung

Lidiya Giovanni Hartanto
Debora Olivia Budiman
Marshella Febrina
Universitas Kristen Maranatha
Pos-el: lidiyagiovanni8@gmail.com

DOI: 10.32884/ideas.v11i4.2392

Abstrak
Kuliner Bandung dikenal sebagai ikon gastronomi Jawa Barat yang kaya inovasi dan cita rasa lokal. Aci sebagai bahan dasar jajanan khas menjadi simbol kreativitas masyarakat Sunda dalam mengolah bahan sederhana. Namun, modernisasi kuliner dan masuknya makanan cepat saji menimbulkan tantangan berupa menurunnya minat konsumen serta risiko hilangnya identitas kuliner lokal. Penelitian ini bertujuan mengkaji variasi jajanan berbasis aci di Bandung dan perannya menjaga eksistensi jajanan tradisional. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi lapangan dan wawancara pelaku usaha kuliner. Hasil menunjukkan olahan aci seperti cimin dan cimol berfungsi sebagai inovasi sekaligus pelestarian budaya melalui adaptasi rasa, bentuk, dan penyajian.
Kata Kunci
Aci, kuliner Bandung, kreativitas, jajanan tradisional, Jawa Barat

Abstract
Bandung cuisine is known as an icon of West Java gastronomy with rich innovation and local flavors. Aci, as the basic ingredient of traditional snacks, symbolizes Sundanese creativity in processing simple ingredients. However, culinary modernization and the influx of fast food pose challenges such as declining consumer interest and the risk of losing local culinary identity. This study aims to examine variations of aci based snacks in Bandung and their role in maintaining traditional snack existence. The method used is descriptive qualitative through field observations and interviews. Results show that aci based snacks such as cimin and cimol preserve culture.
Keywords
Aci, Bandung cuisine, creativity, traditional snacks, West Java

Pendahuluan

Bandung dikenal sebagai kota kreatif yang menjadi pusat tren kuliner di Indonesia (Destiyani et al., 2021; Harmaen, 2020). Keunikan kuliner Bandung tidak hanya terletak pada cita rasanya yang khas, tetapi juga pada kemampuannya berinovasi dalam mengolah bahan-bahan sederhana menjadi sajian yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Salah satu bahan yang paling melekat pada identitas kuliner masyarakat Sunda adalah aci, istilah lokal untuk tepung tapioka yang berasal dari pati singkong. Bahan ini menjadi dasar berbagai jajanan legendaris, termasuk cimol (aci digemol) dan cimin (cilok mini), yang kini menjadi ikon kuliner jalanan khas Bandung (Putri et al., 2019; Subhan, 2024).

Cimol dan cimin bukan hanya sekadar jajanan ringan, tetapi juga cerminan kreativitas masyarakat dalam mengolah bahan sederhana menjadi produk inovatif. Selain rasanya yang

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id
Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025

gurih dan teksturnya yang kenyal, jajanan ini dapat mudah disesuaikan dengan selera konsumen pada zaman modern melalui variasi rasa, isian dan bumbu seperti pedas, keju, atau balado. Keunggulan tersebut menjadikan produk berbahan aci memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama bagi pelaku usaha mikro di sektor kuliner lokal. Namun, di tengah maraknya makanan cepat saji modern, jajanan tradisional seperti cimol dan cimin menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan nilai budayanya (Nugraheni et al., 2025).

Berbagai penelitian telah mengkaji kuliner berbahan aci khas Bandung. Menurut Solihat, Hakim, dan Setiawati (2016) dalam Strategi Produk Cilok sebagai Makanan Khas Kota Bandung menekankan pentingnya inovasi rasa dan kemasan agar jajanan tradisional tetap diminati masyarakat. Penelitian tersebut menegaskan bahwa strategi diferensiasi produk menjadi faktor utama dalam menjaga daya saing kuliner lokal di era modern.

Penelitian lain oleh Taslima (2022) yang berjudul Perancangan Buku Resep Makanan Olahan Aci sebagai Media Pengenalan Jajanan Khas Sunda dengan Fotografi menyoroti potensi aci sebagai bahan utama kuliner kreatif di Jawa Barat. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi visual dan dokumentasi resep berperan dalam memperkuat pelestarian kuliner lokal serta memperluas jangkauan pengenalan produk tradisional.

Dari sisi keamanan pangan, Yuliastuti, Suhartatik, Mustofa, Lustiyani, dan Pratiwi (2021) dalam Kajian Cemaran Mikrobiologis Cilok dan Saus Kacang di Kota Surakarta menekankan pentingnya kontrol higienitas dalam pengolahan jajanan berbahan aci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas bahan dan proses produksi berpengaruh terhadap keamanan dan kelayakan konsumsi produk tradisional, yang selanjutnya dapat memengaruhi penerimaan konsumen.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, kajian ini secara khusus menempatkan cimol dan cimin sebagai fokus utama pembahasan. Penelitian ini memiliki keunggulan yang membahas secara mendalam mengenai inovasi produk, selain itu juga difokuskan pada cara pelaku usaha dalam upaya mempertahankan cita rasa, kebersihan, serta kreativitas dalam menghadapi persaingan kuliner modern. Sehingga penelitian ini memiliki peluang untuk dilakukan riset secara mendalam.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial manusia dengan cara menggambarkan kondisi secara menyeluruh dan mendalam berdasarkan data yang diperoleh dari sumber alamiah (Alya et al., 2023; Nuraini et al., 2023; Ranniry et al., 2023). Oleh karena itu, pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran cimol dan cimin dalam pelestarian kuliner tradisional Sunda serta kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi kreatif masyarakat Bandung (Fajri & Kemala, 2022; Syarifuddin et al., 2017). Selain itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji aktivitas penjualan dan strategi usaha jajanan berbahan dasar aci di Bandung secara lebih mendalam.

Produk berbahan dasar aci (tepung tapioka) mencerminkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan potensi kuliner lokal sebagai identitas daerah. Pandangan ini sejalan dengan pandangan bahwa kuliner lokal memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang menjadi daya

tarik wisata Kota Bandung (Syarifuddin et al., 2017). Produk-produk seperti surabi, cilok, dan cimol menunjukkan kekhasan rasa serta tradisi konsumsi masyarakat setempat. Oleh karena itu, penelitian ini menelusuri keterkaitan antara aktivitas ekonomi mikro pelaku usaha jajanan aci dan pelestarian kuliner tradisional khas Bandung. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi dampak sosial dan ekonomi dari keberadaan produk ini terhadap masyarakat lokal, serta bagaimana inovasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mempertahankan keberlangsungan usaha mereka di tengah perubahan selera konsumen, sebagaimana ditegaskan dalam kajian mengenai peran kuliner tradisional dalam pembentukan identitas budaya dan pemberdayaan ekonomi lokal (Pugra et al., 2025)

Informan penelitian terdiri dari dua pelaku usaha jajanan aci, yaitu Bapak Asep, penjual Cimol Bojot Aa cabang Terusan Surya Sumanti, dan Bapak Adi, penjual Cimin di wilayah Maranatha, Bandung. Kedua narasumber dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel non-acak di mana peneliti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh relevan dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2011). Dalam konteks ini, kedua informan dianggap memahami secara langsung proses produksi, penjualan, dan strategi pemasaran jajanan aci khas Bandung. Pemilihan informan ini juga mempertimbangkan pengalaman dan kontribusi mereka dalam pelestarian kuliner tradisional serta pengembangan komunitas sekitar dalam mempromosikan produk lokal.

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui wawancara dan observasi lapangan (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006). Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) secara semi-terstruktur serta observasi ringan terhadap lokasi usaha. Wawancara dilakukan dalam suasana yang nyaman agar informan dapat menyampaikan informasi secara akurat dan mendalam. Pertanyaan berfokus pada proses pengolahan bahan aci, sistem pengelolaan usaha, strategi menjaga kualitas rasa, serta tantangan dalam mempertahankan minat konsumen di tengah persaingan kuliner modern. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai alur produksi, interaksi antara penjual dan pembeli, serta suasana di sekitar lokasi usaha. Selain itu, dokumentasi berupa foto dan catatan lapangan digunakan untuk memperkaya data dan mendukung hasil penelitian.

Data dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif melalui tiga tahap, yaitu: tahap pertama adalah reduksi data – menyaring informasi penting dari wawancara dan observasi (Creswell & Creswell, 2018; Creswell John and Creswell David, 2023). Pada tahap ini, peneliti mencatat dan merangkum informasi yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Tahap kedua adalah penyajian data dengan caara menyusun hasil berdasarkan tema strategi, tantangan, dan inovasi. Pada tahap penyajian data, peneliti menggunakan tabel, diagram, atau narasi untuk memudahkan pemahaman. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan dan menemukan pola terkait upaya pelaku usaha dalam mempertahankan eksistensi jajanan aci khas Bandung. Selama proses analisis, peneliti juga melakukan triangulasi data untuk memvalidasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber agar hasil penelitian lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan (Gronmo, 2020; Nugraheni et al., 2025).

Melalui pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai dinamika pelestarian kuliner tradisional dan dampaknya terhadap

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id
Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025
masyarakat serta ekonomi kreatif di Bandung.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan terhadap pelaku usaha jajanan berbahan dasar aci di Kota Bandung. Penyajian hasil penelitian didahului dengan pemaparan temuan lapangan, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan yang mengaitkan hasil penelitian dengan teori, penelitian terdahulu, serta implikasinya terhadap pelestarian kuliner tradisional dan pengembangan ekonomi kreatif

Hasil

Data lapangan yang dihimpun melalui wawancara mendalam dengan dua penjual jajanan berbahan dasar aci, yaitu Bapak Asep sebagai penjual Cimol Bojot Aa dan Bapak Adi sebagai penjual Cimin untuk menyajikan gambaran komprehensif mengenai proses produksi, sistem penjualan, inovasi rasa, tampilan gerobak, serta keunikan visual dari masing-masing produk aci yang mereka tawarkan. Kedua informan memberikan penjelasan yang kaya akan detail, yang tidak hanya menggambarkan dinamika usaha kecil menengah berbasis kuliner, tetapi juga menunjukkan bagaimana kreativitas, manajemen, dan visual branding dapat memengaruhi daya tarik produk di mata konsumen masa kini.

Hasil wawancara pertama dengan Bapak Asep memperlihatkan bahwa usaha Cimol Bojot Aa memiliki sistem kerja yang cukup rapi dan terstruktur. Setiap hari, Bapak Asep memulai aktivitas dengan menyiapkan bahan baku aci yang menjadi komponen utama dalam pembuatan cimol. Bahan baku tersebut diperoleh dari warehouse atau pusat produksi Cimol Bojot Aa cabang Terusan Surya Sumantri. Menurutnya, persiapan bahan merupakan tahap penting yang harus dilakukan secara konsisten untuk memastikan kegiatan penjualan dapat berjalan lancar. Ia perlu memastikan bahwa stok aci cukup, tingkat kelembapan adonan sesuai standar, serta memastikan bahan isian seperti keju mozzarella, daging beef, dan ayam selalu tersedia dalam kondisi baik.

Gambar 1. Gambar menu isi dan varian Cimol Bojot AA.
Sumber: Tim Peneliti 2025

Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025
E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id

Dalam pengamatan di lapangan, gerobak Cimol Bojot Aa memiliki tampilan visual yang kuat dan mudah dikenali. Gerobaknya didominasi warna merah mencolok, yang memberikan kesan energik dan menarik perhatian. Warna merah ini tidak hanya digunakan pada badan gerobak, tetapi juga pada elemen visual lain seperti banner, aksen garis, hingga latar belakang logo. Di bagian depan dan samping gerobak, terdapat tulisan "Cimol Bojot Aa" dengan ukuran besar, sehingga konsumen dapat melihatnya dari jarak yang cukup jauh. Logo dan tulisan yang tebal ini dipadukan dengan kaca transparan yang menampilkan bahan mentah cimol serta isian mozzarella dan daging, sehingga menarik rasa penasaran pembeli.

Gambar 2. Gambar Gerobak Cimol Bojot AA
yang terletak di Jl. Terusan Babakan Jeruk.
Sumber: Tim Peneliti 2025

Bentuk cimol yang dijual oleh Bapak Asep berbentuk bulat seperti bola kecil. Bentuk ini merupakan karakter khas cimol pada umumnya, namun versi BoJot Aa memiliki perbedaan signifikan karena adanya isian di bagian dalamnya. Dengan teknik pengolahan tertentu, bagian luar cimol dapat tetap renyah sementara bagian dalamnya menjadi lumer, terutama saat menggunakan mozzarella. Dalam beberapa kasus, saat cimol digigit, keju mozzarella dapat terlihat meleleh keluar, memberikan kesan visual yang memanjakan mata sekaligus memperkuat pengalaman makan konsumen. Keunikan bentuk bulat dengan isi lumer inilah yang menjadi salah satu faktor utama produk ini sempat viral di media sosial.

Gambar 3. Tampilan Cimol Bojot AA Varian Mozzarella
Sumber: Tim Peneliti 2025

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id
Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025

Bapak Asep juga menekankan bahwa proses penjualan di gerobak Cimol Bojot Aa mengikuti sistem antrean yang sangat teratur. Setiap penjual wajib menaati Standar Operasional Prosedur (SOP) yang disusun oleh manajemen, termasuk aturan untuk tidak menyela antrean pelanggan dan tetap melayani dengan sabar. Menurutnya, banyak pelanggan yang mau menunggu cukup lama karena tertarik dengan keunikan rasa dan bentuk cimol berisi tersebut. Bahkan pada masa-masa awal ketika produk ini viral, antrean pembeli bisa memanjang, dan ia bersama dua koleganya harus bekerja lebih keras untuk memenuhi permintaan yang luar biasa tinggi, terlebih pada bulan Ramadan. Dalam periode tersebut, waktu tunggu pembeli bisa lebih lama dari biasanya, namun mereka tetap bertahan demi mendapatkan cimol berisi mozzarella yang menjadi favorit masyarakat.

Walaupun tingkat permintaan saat ini tidak setinggi saat masa viral, Bapak Asep menuturkan bahwa penjualan tetap stabil. Stabilitas ini dianggap sebagai tanda bahwa produk cimol berisi masih memiliki daya tarik yang baik di pasar, terutama karena kualitas produk dan rasa yang tetap dijaga melalui SOP yang ketat. Jika terdapat keluhan dari pelanggan, pihak manajemen segera melakukan evaluasi untuk mencari penyebabnya—baik dari bahan baku, cara penggorengan, maupun penyajian. Evaluasi tersebut penting untuk memastikan bahwa standar kualitas tetap terpenuhi.

Sementara itu, Bapak Asep juga mengakui adanya tantangan dalam menjaga konsistensi bahan baku. Terkadang, pasokan aci dari pabrik pusat mengalami ketidakstabilan baik dari segi ketersediaan maupun kualitas. Hal ini memengaruhi proses produksi karena tekstur aci yang tidak konsisten dapat mengubah hasil akhir cimol. Meskipun demikian, pihak penjual selalu berupaya menjaga kualitas sebaik mungkin dan menerima masukan dari pelanggan sebagai bentuk introspeksi untuk meningkatkan layanan dan produk.

Selain aspek kualitas, Bapak Asep juga menjelaskan sistem distribusi produk Cimol Bojot Aa yang terbilang terstruktur. Produk aci diproduksi dalam jumlah besar di pabrik pusat, kemudian didistribusikan ke berbagai Distribution Center (DC) yang tersebar di wilayah Bandung. Ada beberapa DC, seperti DC Barat, DC Tengah, DC Timur, dan DC Selatan. Setiap gerobak penjual mendapatkan pasokan bahan dari DC terdekat berdasarkan permintaan. Sistem distribusi ini memungkinkan suplai produk berjalan efisien dan memudahkan penjual dalam mengambil stok. Dengan sistem ini pula, kualitas dan rasa cimol di berbagai gerobak dapat lebih dikontrol sehingga konsumen di berbagai lokasi mendapatkan pengalaman yang konsisten.

Gerobak Cimin

Sementara itu, wawancara kedua dilakukan dengan Bapak Adi, seorang penjual cimin yang berjualan menggunakan gerobak di wilayah Bandung, khususnya di sekitar Universitas Kristen Maranatha. Berbeda dengan cimol berisi yang mengandalkan inovasi rasa melalui isian, cimin memiliki konsep sederhana namun tetap diminati karena teksturnya dan variasi bumbunya yang beragam.

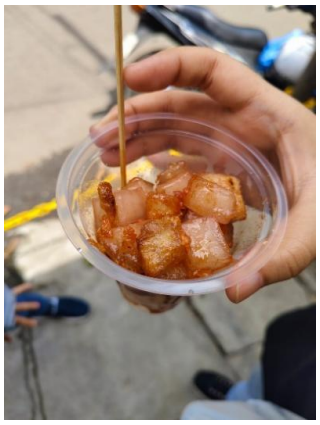
Gerobak cimin milik Bapak Adi memiliki karakteristik visual yang mencolok. Badan gerobak didominasi oleh warna hitam yang memberikan kesan modern, kuat, dan elegan. Di bagian depannya, terdapat tulisan “Cimin” dengan huruf berwarna oranye terang. Kontras antara hitam dan oranye ini menjadikan gerobak lebih menarik perhatian, terutama dari

Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025
E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id

kalangan remaja dan mahasiswa yang sering melintas di sekitar gerobak tersebut. Kombinasi warna tersebut menciptakan kesan "street food modern" yang sesuai dengan tren jajanan masa kini. Selain itu, gerobak dilengkapi dengan rak display tempat menaruh bahan mentah cimin dan area penggorengan yang terbuka sehingga pembeli dapat melihat langsung proses memasak.

Gambar 5. Tampilan Gerobak Cimin
Sumber: Tim Peneliti 2025

Cimin yang dijual oleh Bapak Adi memiliki bentuk kubus kecil atau kotak-kotak, menyerupai potongan dadu berukuran mini. Bentuk ini menjadi faktor pembeda yang kuat dari cimol yang berbentuk bulat. Ketika digoreng, cimin menghasilkan tekstur yang unik: bagian luar sedikit renyah sementara bagian dalam tetap kenyal. Sensasi kombinasi tekstur ini menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Karena bentuknya yang kotak, cimin terlihat rapi dan seragam ketika disajikan, terutama ketika dicampur dengan bumbu tabur yang merata.



Gambar 6. Tampilan bentuk Cimin
Sumber: Tim Peneliti 2025

Dalam menjaga cita rasa produknya, Bapak Adi menekankan pentingnya penggunaan bahan berkualitas baik. Ia menyebutkan bahwa kualitas aci sangat berpengaruh terhadap hasil akhir. Jika aci terlalu keras atau terlalu lembut, tekstur cimin tidak akan optimal. Oleh karena itu, ia selalu berhati-hati dalam memilih bahan baku dan memastikan pengolahan adonan dilakukan dengan tepat.

Pilihan bumbu juga menjadi bagian penting dalam penjualan cimin. Bapak Adi menyediakan berbagai varian rasa mulai dari pedas, asin, barbeque, keju, hingga kombinasi beberapa rasa. Namun, ia menegaskan bahwa rasa pedas merupakan favorit utama. Banyak

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id
Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025

konsumen yang meminta tingkat kepedasan khusus, sehingga ia harus menyesuaikan takaran bumbu agar sesuai dengan keinginan mereka. Dari hasil penjualan, cimin versi biasa lebih laku dibandingkan cimin isi telur. Cimin isi telur membutuhkan waktu produksi lebih lama dan harganya lebih tinggi, sehingga permintaan terhadapnya tidak sebanyak cimin biasa.

Ketika ditanya mengenai ciri khas cimin yang dijualnya dibandingkan jajanan sejenis, Bapak Adi menjelaskan bahwa keunikan tersebut lebih dirasakan oleh konsumen setia yang sering membeli cimin darinya. Konsisten dalam rasa dan tekstur menjadi tantangan terbesar, terutama ketika kualitas bahan baku tidak stabil. Namun, ia percaya bahwa selama kualitas dan rasa dapat dipertahankan, cimin akan tetap diminati meskipun persaingan kuliner semakin ketat.

Stabilitas tersebut, menurut Bapak Asep, tidak terlepas dari penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ketat dalam pengolahan dan penjualan produk. Apabila terdapat keluhan dari konsumen, pihak manajemen akan melakukan evaluasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Ia juga menambahkan bahwa bahan aci sebagai bahan utama kadang mengalami ketidakstabilan pasokan, namun pihak penjual selalu berusaha menjaga kualitas produk serta menerima masukan dari pelanggan sebagai bentuk introspeksi. Selain itu, Bapak Asep menjelaskan bahwa *Cimol Bojot Aa* memiliki sistem distribusi yang terstruktur. Produk diproduksi di pabrik pusat, kemudian didistribusikan ke beberapa *Distribution Center* (DC) di wilayah Bandung, yaitu DC Barat, Tengah, Timur, dan Selatan. Setiap gerobak penjualan mengambil stok produk dari DC terdekat berdasarkan permintaan dan sistem logistik yang berlaku. Dengan sistem tersebut, distribusi produk dapat berjalan efisien dan konsisten dalam menjaga kualitas maupun ketersediaan cimol di berbagai titik penjualan.

Sedangkan hasil dari wawancara dengan informan kedua, Bapak Adi di Bandung, dijelaskan bahwa berjualan dengan menggunakan gerobak cimin (gambar 5) sehingga berperan dalam melestarikan kuliner khas Bandung karena sebagian besar olahan menggunakan bahan aci, yang menjadi ciri khas jajanan tradisional Jawa Barat.

Untuk menjaga cita rasa cimin agar tetap diminati dan mampu bersaing dengan makanan modern lainnya, pelaku usaha menekankan kualitas bahan dan rasa sebagai prioritas utama. Target konsumen utama adalah anak-anak dan remaja sekitar wilayah Maranatha. Dari segi penjualan, cimin versi biasa lebih laku dibandingkan cimin isi telur. Sementara itu, pemilihan bumbu cimin sangat bergantung pada selera pembeli, meskipun rasa pedas merupakan salah satu yang paling diminati. Mengenai ciri khas cimin dibandingkan jajanan lain, pelaku usaha menyatakan bahwa hal ini lebih dirasakan oleh konsumen setia yang sering membeli produknya. Kendala terbesar yang dihadapinya adalah menjaga kualitas bahan dan rasa cimin, karena kualitas menjadi faktor utama agar produk tetap diminati oleh konsumen. Pelaku usaha menekankan bahwa penguasaan kualitas bahan dan konsistensi rasa merupakan kunci keberlangsungan cimin di tengah persaingan kuliner modern.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap dua informan, yaitu Bapak Asep (penjual Cimol Bojot Aa) dan Bapak Adi (penjual Cimin di wilayah Maranatha), peneliti memperoleh berbagai informasi menarik mengenai bagaimana jajanan berbahan dasar aci (tepung tapioka) tetap eksis di tengah pesatnya perkembangan kuliner modern di Bandung. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif sebagaimana dijelaskan dalam metode penelitian,

Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025
E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id

peneliti berupaya memahami realitas sosial secara langsung melalui pengalaman para pelaku usaha di lapangan. Kedua informan dipilih dengan teknik purposive sampling karena dianggap paling memahami proses produksi, strategi penjualan, dan tantangan dalam usaha jajanan aci khas Bandung.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Asep, diketahui bahwa sistem kerja di Cimol Bojot Aa sudah cukup teratur dan profesional. Bahan baku aci dipasok langsung dari pusat (warehouse), sehingga kualitas dan ketersediaannya selalu terjaga. Beliau menekankan pentingnya kesabaran dan kedisiplinan dalam melayani pelanggan, terutama pada jam-jam ramai. Menurut peneliti, hal ini menunjukkan adanya komitmen dan konsistensi kualitas yang menjadi dasar keberhasilan usaha tersebut. Peneliti juga menemukan bahwa inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam keberlangsungan usaha. Berdasarkan keterangan Bapak Asep, Cimol Bojot Aa mulai terkenal setelah viral di media sosial, yang menyebabkan peningkatan penjualan secara signifikan. Meskipun kini penjualan sudah stabil, hal tersebut tidak lepas dari penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang jelas serta sistem distribusi yang rapi. Menurut peneliti, keberadaan empat distribution center di wilayah Bandung (barat, timur, selatan, dan tengah) memperlihatkan bahwa usaha ini sudah memiliki manajemen yang terstruktur, sehingga produk dapat tersebar secara merata ke berbagai wilayah. Sementara itu, hasil wawancara dengan Bapak Adi menunjukkan bahwa usaha cimin juga memiliki peran penting dalam melestarikan jajanan tradisional berbahan aci. Beliau menjelaskan bahwa pelanggan utamanya adalah anak-anak dan remaja di sekitar kawasan Maranatha, dengan rasa pedas sebagai varian yang paling diminati. Menurut peneliti, hal ini menggambarkan bagaimana selera pasar modern dapat disinergikan dengan cita rasa tradisional sehingga produk tetap relevan di tengah perubahan tren kuliner. Adapun wujud visual dari kedua aci tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Wujud Visual Aci dengan Cita Rasa dan Kreativitas

Gerobak	Wujud Visual	Cita Rasa	Kreativitas	Deskripsi
Cimin		Cita rasa: memiliki berbagai rasa bumbu yaitu balado, sapi panggang, barbeque, keju dan pedas.	Pak Adi memiliki kreativitas unik yaitu menggunakan rasa-rasa bumbu yang telah disesuaikan dengan zaman modern dalam membumbui cimin, seperti rasa balado, sapi panggang, barbeque,keju dan pedas.	Rasa Cimin yang telah disesuikan dengan selera zaman modern, menjadi keungulan cimin Pak Adi. Keunggulan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa kampus Maranatha dan masyarakat lingkungan sekitar untuk membeli cimin tersebut.

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id
Volume : 11
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2025

Cimol Bjot AA		Cita rasa: memiliki berbagai jenis isian yaitu Mozarela, beef, ayam; memiliki berbagai rasa bumbu yaitu asin-pedas, ayam bawang, jagung bakar, balado, barbeque.	Pak Asep memiliki kreativitas yang unik mengupayakan berbagai jenis isian dan berbagai rasa bumbu yang berbeda dari aci yang dijual di pasaran khususnya di Surya Sumantri dekat kampus Maranatha.	Cimol dengan kreativitas yang digunakan oleh Pak Asep mampu meningkatkan penjualan, didukung dengan upaya memviralkan melalui media sosial seperti Tiktok dan IG, sehingga makanan cimol yang tampak sederhana menjadi makanan yang popular di kalangan Generasi Z.

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa kedua penjual aci tersebut menonjolkan kreativitas melalui pengembangan cita rasa serta tampilan produk. Pada gerobak Cimin milik Pak Adi, variasi rasa yang ditawarkan menyesuaikan preferensi konsumen pada zaman modern, seperti rasa balado, sapi panggang, barbeque, keju, dan pedas. Pembeli dapat memilih berbagai rasa yang sesuai dengan preferensi pribadi. Penyesuaian ini membuat produk Cimin lebih relevan dengan selera anak zaman sekarang, terutama mahasiswa di sekitar Universitas Maranatha. Hal ini menambah daya tarik konsumen, sehingga menjadikan gerobak tersebut lebih menarik dan mampu meningkatkan minat beli

Sementara itu, tabel juga menunjukkan bahwa Cimol Bojot AA yang dikelola Pak Asep mengutamakan keunikan pada pilihan isian, rasa bumbu dan topping. Keunikan tersebut menjadi keungulan Cimol Bojot AA dalam menarik minat beli konsumen sekitar wilayah Surya Sumantri, terlebih lagi jarang ditemukan produk aci dengan keuinikan yang sama di sekitar wilayah tersebut. Upaya diferensiasi ini diperkuat dengan strategi promosi melalui media sosial, yang membantu memperluas jangkauan konsumen dan menambah visibilitas usaha.

Secara keseluruhan, tabel tersebut menggambarkan bahwa inovasi rasa yang mengikuti perkembangan zaman serta penerapan strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik, daya saing, dan penerimaan masyarakat terhadap makanan berbasis aci.

Dari hasil temuan di lapangan, peneliti menyimpulkan bahwa kedua pelaku usaha menghadapi tantangan yang serupa, yaitu menjaga konsistensi rasa dan kualitas bahan baku agar tetap diminati oleh konsumen. Selain itu, persaingan dengan produk kuliner modern menuntut mereka untuk terus berinovasi, baik dalam hal rasa, kemasan, maupun strategi pemasaran. Temuan ini sejalan dengan pandangan Syarifuddin (2018) yang menyatakan bahwa kuliner lokal memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang menjadi daya tarik wisata kota Bandung. Dengan demikian, usaha seperti Cimol Bojot Aa dan Cimin Maranatha tidak hanya berkontribusi dalam sektor ekonomi mikro, tetapi juga berperan penting dalam pelestarian kuliner lokal yang memperkuat identitas budaya masyarakat Sunda. Secara keseluruhan,

menurut peneliti, jajanan berbahan dasar aci seperti cimol dan cimin bukan sekadar makanan ringan, melainkan bentuk kreativitas, ketekunan, dan kebanggaan lokal yang memperlihatkan bagaimana nilai-nilai tradisional dapat terus hidup berdampingan dengan gaya hidup modern.

Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa jajanan berbahan dasar aci, seperti cimol dan cimin, memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan kuliner khas Bandung. Kedua pelaku usaha yang menjadi informan penelitian, yaitu Bapak Asep dan Bapak Adi, sama-sama menunjukkan bahwa keberhasilan usaha mereka tidak hanya bergantung pada cita rasa, tetapi juga pada komitmen, kedisiplinan, dan kemampuan berinovasi dalam menghadapi perubahan tren kuliner. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa Cimol Bojot Aa dikelola dengan sistem yang terorganisasi dengan baik, mulai dari pasokan bahan baku hingga distribusi produk ke berbagai wilayah Bandung. Penerapan SOP (Standard Operating Procedure) dan manajemen distribusi yang teratur menjadi faktor penting yang menjaga kualitas serta stabilitas penjualan meskipun tren pasar terus berubah. Sementara itu, usaha cimin yang dijalankan oleh Bapak Adi memperlihatkan strategi adaptif terhadap selera konsumen muda, terutama melalui varian rasa bumbu yang populer dan cara penyajian yang sederhana namun khas.

Menurut peneliti, kesamaan yang muncul dari kedua informan adalah semangat mempertahankan cita rasa tradisional sambil tetap terbuka terhadap inovasi modern. Hal ini menunjukkan bahwa jajanan aci tidak hanya bertahan sebagai makanan ringan, tetapi juga telah menjadi simbol kreativitas dan identitas budaya masyarakat Bandung. Temuan ini memperkuat pandangan Syarifuddin (2018) bahwa kuliner lokal memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang dapat menjadi daya tarik wisata suatu daerah, serta sejalan dengan pandangan bahwa kuliner tradisional berperan sebagai identitas budaya masyarakat lokal (Hakim & Hamidah, 2022). Dengan demikian, keberadaan usaha seperti Cimol Bojot Aa dan Cimin Maranatha tidak hanya memberi kontribusi pada perekonomian masyarakat, tetapi juga berperan dalam pelestarian warisan kuliner tradisional Sunda yang sarat makna dan nilai lokal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa inovasi, konsistensi, dan nilai budaya merupakan tiga elemen utama yang membuat jajanan aci khas Bandung tetap bertahan dan diminati hingga kini, sekaligus menjadi wujud nyata dari perpaduan antara tradisi dan dalam dunia kuliner.

Daftar Rujukan

Alya, S. H., Pandanwangi, A., & Effendi, I. Z. (2023). Dekonstruksi Seni Lukis Tradisional Jelekong sebagai Ekspresi Visual. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *9*(2), 599–608. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1347

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In H. Salmon, C. Neve, & M. O'Heffernan (Eds.), *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches* (Fifth Edit). SAGE Publication.

Creswell John and Creswell David. (2023). Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In L. Fargotstein, T. Buyan, & P. Schroeder (Eds.), *SAGE*

Publications,Inc.: Vol. Sixth Edit (Sixth Edit, Issue 1). Sage Publication Inc.

Destiyani, Amallia, N., & Zaila Marta Ayu, T. (2021). Green Batagor. *HUBISINTEK 2021*, 309–313. https://hubisintek.udb.ac.id/

DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, *40*(4), 314–321. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x

Fajri, K., & Kemala, Z. (2022). Pengembangan Kuliner Tradisional Lengkong Kecil Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, *8*(1), 74–92. https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.229

Gronmo, S. (2020). Social Research Methods: Qualitative, Quantitative and Mixed methods Approaches. In *SAGE Publication, Inc* (First Publ). Sage Publication Inc.

Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, *21*(2), 193–208. https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444

Harmaen, D. (2020). Keberagaman dan Kearifan Lokal Dalam Komunikasi Budaya Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 1–23. https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/17682

Nugraheni, S., Saryani, & Prasetyanto, H. (2025). Melestarikan Kuliner Tradisional Yogyakarta: Peran STP AMPTA dalam Pariwisata Berkelanjutan. *Gastronary*, *4*(1), 50–60. https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v4i1.836

Nuraini, D., Budiarvin Septiadi, A., Harmani, A., Deniansah, F., & Pandanwangi, A. (2023). Material Bubuk Mesiu dalam Proses Berkarya Seniman Cai Guo-Qiang. *Ideas Publishing*, *9*(1), 277–284. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1173

Pugra, I. W., Sutiarso, M. A., & Joaquin, C. J. (2025). The cultural significance of traditional foods in shaping Indonesian social identity: Challenges and preservation strategies. *Journal of Language, Literature, Social and Cultural Studies*, *3*(1), 21–31. https://doi.org/10.58881/jllscs.v3i1.318

Putri, J. C., Lasmanawati, E., & Setiawati, T. (2019). Pengenalan Tentang Masakan Sunda Di Kalangan Remaja Kecamatan Kiaracondong. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, *8*(1), 40–47. https://doi.org/10.17509/boga.v8i1.19235

Ranniry, Z., Inne Bulu, R., Fragranthia, J., Liendani, V., & Pandanwangi, A. (2023). Ungkapan Visual Perempuan dalam Karya Seni Lukis. *Idea Publishing*, *9*(1), 307–316. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1239

Subhan, M. (2024). *Kenyal dan Gurih Resep Membuat Batagor Ikan Ala Devina Hermawan, Jajanan Khas Bandung untuk Cemilan Keluarga*. Jurnalsumbawa.Com. https://sumbawa.pikiran-rakyat.com/lifestyle/pr-308020697/kenyal-dan-gurih-resep-membuat-batagor-ikan-ala-devina-hermawan-jajanan-khas-bandung-untuk-cemilan-keluarga?page=5

Sugiyono. (2011). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Buku: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, *6*(1), 33–39.

Syarifuddin, D., M. Noor, C., & Rohendi, A. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisaya. *JURNAL ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 55–64.