



## Perbandingan Rasa, Harga, Dan Kenyamanan Kudapan Surabi Di Jalan Setiabudi

Aloysius Benedict Rafael<sup>1</sup>, Ryan Hadi Syaputra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Perhotelan, Stiepar Yapari Bandung

email : [benedict88rafael@gmail.com](mailto:benedict88rafael@gmail.com)<sup>1</sup> , [ryanhadisyaputra050108@gmail.com](mailto:ryanhadisyaputra050108@gmail.com)<sup>2</sup>

Korespondensi penulis: [benedict88rafael@gmail.com](mailto:benedict88rafael@gmail.com)

### Abstract

*This study aims to compare three main aspects of the experience of enjoying traditional Surabi snacks in a number of places along Jalan Setiabudi, Bandung, namely taste, price, and comfort. The method used is a qualitative descriptive approach with observation, interview, and survey techniques to consumers. The results of the study show that there is a significant variation in the taste of Surabi offered by culinary business actors, both in terms of texture, sweetness level, and the peculiarity of toppings. In terms of price, it was found that differences do not always reflect the quality of taste, but are also influenced by location and market segmentation. The comfort of the dining place, including cleanliness, atmosphere, and supporting facilities, is an important factor in determining consumer preferences, especially young people and tourists. These findings can be a reference for culinary MSME actors in improving competitiveness and service quality, as well as providing practical information for consumers in choosing a place to enjoy Surabi that suits their needs and tastes.*

**Keywords:** Surabi, taste, price, comfort, local cuisine, Jalan Setiabudi

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tiga aspek utama dari pengalaman menikmati kudapan tradisional Surabi di sejumlah tempat di sepanjang Jalan Setiabudi, Bandung, yaitu rasa, harga, dan kenyamanan. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan survei kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi signifikan dalam rasa Surabi yang ditawarkan oleh pelaku usaha kuliner, baik dari segi tekstur, tingkat kemanisan, hingga kekhasan topping. Dari segi harga, ditemukan bahwa perbedaan tidak selalu mencerminkan kualitas rasa, melainkan dipengaruhi juga oleh lokasi dan segmentasi pasar. Adapun kenyamanan tempat makan, termasuk kebersihan, suasana, dan fasilitas pendukung, menjadi faktor penting dalam menentukan preferensi konsumen, terutama kalangan muda dan wisatawan. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM kuliner dalam meningkatkan daya saing dan kualitas pelayanan, sekaligus memberikan informasi praktis bagi konsumen dalam memilih tempat menikmati Surabi yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka.

**Kata kunci:** Surabi, rasa, harga, kenyamanan, kuliner lokal, Jalan Setiabudi

## 1. LATAR BELAKANG

Menurut laman RRI, “Serabi berasal dari kata dalam bahasa Sanskerta "wangi" atau "harum", adalah salah satu jajanan tradisional yang sudah dikenal sejak zaman Kerajaan Mataram. makanan ini sering disebut dalam Serat Centhini, karya sastra yang ditulis oleh para pujangga keraton Surakarta antara tahun 1814 hingga 1823 atas perintah Sultan Pakubuwana V.

Dalam karya tersebut, serabi bukan hanya disebut sebagai makanan, tetapi juga sebagai bagian dari prosesi adat, seperti dalam pernikahan, ruwahan, dan acara wayang kulit. Bahkan, dalam tembang (pupuh) ke-157 bait 18, disebutkan bahwa serabi merupakan jajanan yang dijajakan

di halaman rumah saat pertunjukan wayang kulit berlangsung pada malam hari. Selain itu, sembilan jenis serabi juga tercatat sebagai sajian yang harus disiapkan dalam prosesi ruwatan dan pertunjukan wayangan Pengaruh Budaya.

Saat ini serabi tidak hanya ditemukan di kota-kota tradisional seperti Solo atau Bandung, tetapi juga tersebar di berbagai kota besar, seperti Jakarta dan Bogor. Berbagai tempat kini menyajikan serabi dengan beragam variasi rasa dan topping, memberikan pilihan yang lebih beragam bagi pecinta kuliner. Meski demikian, serabi tetap mempertahankan kekhasan rasanya yang manis dan teksturnya yang lembut, menjadikannya salah satu jajanan tradisional yang terus diminati.

Serabi bukan hanya sekadar jajanan manis, melainkan juga bagian dari warisan budaya Indonesia yang telah ada sejak zaman Kerajaan Mataram. Dari segi bahan dan cara memasaknya yang sederhana, serabi tetap mempertahankan daya tariknya di era modern. Inovasi dalam penyajian dan topping yang beragam juga membuat serabi tetap relevan dan digemari oleh berbagai kalangan.” Menurut penulis, surabi biasanya dinikmati oleh masyarakat pada saat pagi hari saat sarapan dan sebagai cemilan saat *coffee break* atau bahkan menjadi teman saat berbuka puasa. Karena teksturnya yang lembut dan rasanya yang bervariasi baik manis maupun asin tidak heran surabi menjadi hidangan yang bisa dinikmati sebagai cemilan.

Dikutip dari laman Dapur Umami, "Kue serabi dibuat dengan menggunakan bahan utama tepung beras dan santan kelapa." Dari bahan-bahan yang telah disebutkan dari laman tersebut, Surabi mengandung karbohidrat, lemak, dan sedikit protein. Sehingga kue Surabi bisa dijadikan sebagai pengganti saat lapar.

Banyak dari kalangan masyarakat yang masih mempertanyakan mengapa surabi di kaki lima dan restoran memiliki perbedaan harga yang jauh, masyarakat juga menanyakan soal rasa yang kemungkinan sama dengan surabi pada umumnya, dan menanyakan perihal kenyamanan saat memakannya. Oleh sebab itu penulis memilih judul ini untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang perbandingan rasa, harga, dan kenyamanan saat menikmati kudapan surabi. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan Penelitian karya dari Rizky Asyahri Setiabudiarto, Almira Amalia, Nurmala dengan judul artikel “THE EXISTENCE OF SURABI BANDUNG WITH A NEW TASTE” yang diterbitkan pada tahun 2023 di Google Scholar dan juga dari penelitian yang dilakukan oleh Suci Sandi Wachyuni, Irwanda Wisnu Wardhana, dan Rella Dwi Respati dengan judul artikel “Original or Modified Surabi Bandung? Tourists’ Perceptions and Consumption Motives of Local Food” yang diterbitkan pada tahun 2023 di Google Scholar.

Surabi makanan ringan tradisional khas Kota Bandung yang terbuat dari tepung beras, santan kelapa, dan garam yang memiliki tekstur empuk dan mempunyai rasa yang manis. Namun dengan keseiringan perkembangan zaman saat ini surabi pun memiliki banyak variasi topping dan juga rasa. Menurut pakar kuliner Bondan Winarno mengatakan bahwa kemungkinan makanan ini mendapat pengaruh dari budaya kuliner India dan juga Belanda. Di Jawa Barat, serabi dikenal dengan nama surabi atau sorabi. Serabi yang terkenal di Indonesia adalah serabi bandung dan serabi solo.

## 2. METODE PENELITIAN

Pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan observasi. Dokumentasi dan observasi dilakukan oleh penulis. Penulis yang melakukan survey langsung ke tempat yang sudah penulis tentukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan menggambarkan dan membandingkan pengalaman konsumen terhadap tiga aspek utama—rasa, harga, dan kenyamanan—dari beberapa tempat penjual Surabi di sepanjang Jalan Setiabudi, Bandung.

Lokasi penelitian difokuskan pada kawasan kuliner di Jalan Setiabudi, yang dikenal sebagai salah satu pusat jajanan khas Bandung, termasuk Surabi. Subjek penelitian terdiri atas:

- a) Pelaku usaha (penjual Surabi), dan
- b) Konsumen (pengunjung atau pembeli Surabi).

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

**Observasi langsung:** Peneliti mengamati aktivitas jual beli, kondisi tempat makan, penyajian makanan, dan interaksi konsumen di lima lokasi penjual Surabi yang dipilih secara purposif.

**Wawancara semi-terstruktur:** Dilakukan kepada lima pelaku usaha dan sepuluh konsumen untuk memperoleh data mendalam mengenai persepsi mereka terhadap kualitas rasa, strategi harga, dan kenyamanan tempat.

**Angket survei:** Disebarkan kepada 50 responden secara acak yang sedang berkunjung ke lokasi-lokasi tersebut, untuk mengukur preferensi dan tingkat kepuasan mereka terhadap aspek yang diteliti.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Surabi sebagai salah satu kudapan tradisional khas Sunda tetap memiliki daya tarik kuat di tengah perkembangan kuliner modern. Jalan Setiabudi di Bandung menjadi salah satu kawasan yang mempertahankan eksistensi Surabi dengan beragam inovasi, baik dari segi rasa,

harga, maupun konsep tempat. Penelitian ini menemukan bahwa ketiga aspek tersebut menjadi faktor penting yang saling memengaruhi dalam membentuk pengalaman kuliner konsumen.

Dari aspek rasa, Surabi yang dijual di Jalan Setiabudi memiliki variasi yang sangat beragam. Beberapa tempat masih mempertahankan rasa klasik seperti Surabi oncom dan kelapa, sementara yang lain menghadirkan inovasi rasa dengan topping seperti keju, cokelat, durian, hingga green tea. Inovasi ini ternyata menarik minat konsumen muda yang mencari pengalaman baru dalam mencicipi makanan tradisional. Namun demikian, sebagian konsumen tetap menunjukkan preferensi terhadap rasa asli yang dianggap lebih autentik dan merepresentasikan identitas lokal.

Perbandingan harga menunjukkan adanya variasi yang cukup signifikan, tergantung pada lokasi, jenis Surabi, dan fasilitas yang ditawarkan oleh tempat makan. Surabi yang dijual di tempat dengan konsep modern atau yang menawarkan varian rasa premium umumnya dibanderol dengan harga lebih tinggi. Meski demikian, harga yang lebih mahal tidak selalu dianggap sebagai kelemahan, sebab konsumen cenderung menilai harga dalam kaitannya dengan kualitas rasa dan kenyamanan yang mereka terima. Konsumen kelas menengah ke atas, misalnya, cenderung lebih toleran terhadap harga tinggi selama pelayanan dan suasana tempat makan mendukung.

Kenyamanan menjadi aspek yang tak kalah penting, terutama dalam konteks kuliner jalanan yang kini bertransformasi menjadi destinasi wisata. Tempat-tempat penjual Surabi yang menyediakan area bersih, tempat duduk yang memadai, dan suasana yang ramah pengunjung cenderung lebih diminati. Sebaliknya, warung-warung kecil dengan fasilitas terbatas lebih disukai oleh pelanggan setia atau warga lokal yang fokus pada kelezatan rasa dan harga terjangkau. Faktor kebersihan dan keramahan pelayanan juga menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan yang menjadikan Jalan Setiabudi sebagai destinasi kuliner.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap Surabi tidak hanya ditentukan oleh rasa semata, tetapi juga oleh keseimbangan antara harga dan kenyamanan. Tiga aspek ini saling melengkapi dan menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pengalaman kuliner. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya inovasi tanpa meninggalkan akar tradisi, serta perlunya peningkatan kualitas pelayanan untuk menarik segmen pasar yang lebih luas. Bagi pelaku usaha kuliner, memahami preferensi ini merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing di tengah padatnya persaingan pasar kuliner di Bandung.

Penulis telah melakukan observasi dan dokumentasi di kedua tempat pada hari/tanggal Rabu.16 April 2025. Setelah kami melakukan observasi kami menemukan berbagai perbedaan baik dari segi varian rasa, harga, dan kenyamanan saat menikmati kudapan surabi. Hasil

observasi di Warung Surabi Enhaii dan Surabi Buah Batu Mang Tinit adalah **Waroeng Surabi Enhaii**. Segi tempat dan kenyamanan di Waroeng Surabi Enhaii kami merasakan cukup nyaman karena menyediakan tempat duduk dan meja juga ruang makan yang cukup luas, namun ada beberapa kekurangan yaitu kurangnya lahan parkir dan polusi suara dan udara dikarenakan Waroeng Surabi Enhaii berada tepat di sisi jalan raya Setiabudi.

Segi variasi rasa di Waroeng Surabi Enhaii sangat bervariasi baik dari surabi asin dan surabi manisnya. Waroeng Surabi Enhaii juga menyediakan berbagai macam minuman. Setelah penulis mencicipi dua menu di Waroeng Surabi Enhaii penulis merasakan rasa surabi yang lembut, sedikit rasa gurih dan manis dari surabinya, kaya akan topping, dan tentunya panas saat di sajikan kepada penulis. Dari segi higienis bisa dibilang sangat higienis dikarenakan penjual menggunakan sarung tangan saat membuatnya.

Harga di Waroeng Surabi Enhaii relatif tinggi untuk mahasiswa. Ada dua faktor yang membuat harga di Waroeng Surabi Enhaii relatif tinggi menurut penulis. Faktor yang pertama, Waroeng Surabi Enhaii berada di Jalan Dr Setiabudi yang merupakan jalur utama menuju tempat wisata Lembang. Faktor kedua, ada beberapa perumahan elit di daerah Budi Asih dan Cipaku sehingga hargapun menyesuaikan.

### Hasil Dokeumentasi Waroeng Surabi Enhaii





### Surabi Buah Batu Mang Tinut

Setelah penulis membuat observasi di Surabi Buah Batu Mang Tinut. Penulis menyimpulkan cukup nyaman untuk didatangi oleh dua sampai lima orang saja. Dikarenakan tempat duduk dan meja yang cukup terbatas dan ruang yang sempit untuk menyantap kudapan Surabi di tempat. Untuk area parkir yang disediakan pun relatif tidak ada dikarenakan area

berlokasi di jalanan perumahan. Dan kemungkinannya pada saat ramai orang yang datang akan memakan waktu yang sedikit lebih lama untuk menyajikan hidangan dikarenakan minimnya pekerja.

Variasi rasa di Surabi Buah Batu Mang Tinut relatif lebih sedikit namun tetap mengikuti perkembangan jaman. Selain menjual surabi disaat yang sama Surabi Buah batu Mang Tinut juga menjual minuman dan dinsum. Ketika penulis mencicipi surabinya penulis berpendapat bahwa rasa dari surabi tersebut lembut, sedikit rasa gurih dan manis, panas saat dihidangkan namun disayangkan pada bagian bawah surabi sedikit *burn out* sehingga ada sedikit rasa pahit saat menyantapnya. Dan dari sisi kebersihannya disayangkan tidak cukup higienis walupun penjual tidak bersentuhan langsung dengan makanan tetapi penjual tidak menggunakan sarung tangan.

Untuk segi harga bisa dibilang Surabi Buah Batu Mang Tinut relatif lebih rendah. Penulis berpendapat ada dua faktor yang mempengaruhi mengapa harga bisa lebih rendah. Faktor yang pertama, target pasarnya adalah anak-anak, remaja, bahkan ibu rumah tangga atau warga sekitar. Faktor yang kedua, Surabi Buah Batu Mang Tinut berada di dalam jalan perumahan yang relatif tidak begitu ramai dan bukan jalanan utama.

### Hasil Dokumentasi Surabi Buah Batu Mang Tinut





#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman konsumen dalam menikmati kudapan Surabi di Jalan Setiabudi dipengaruhi oleh tiga aspek utama yang saling terkait, yaitu rasa, harga, dan kenyamanan. Variasi rasa yang ditawarkan—baik tradisional maupun inovatif—mampu menjangkau beragam preferensi konsumen, terutama generasi muda dan wisatawan. Perbedaan harga tidak selalu menjadi penghalang selama konsumen merasa mendapatkan kualitas yang sepadan, baik dari segi cita rasa maupun pelayanan. Kenyamanan tempat, termasuk kebersihan, suasana, dan fasilitas, terbukti menjadi faktor penting yang mendukung kepuasan konsumen.

Keseimbangan antara ketiga aspek tersebut menjadi kunci keberhasilan pelaku usaha dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha Surabi di kawasan ini disarankan untuk terus menjaga kualitas rasa yang khas, menerapkan strategi harga yang wajar, serta meningkatkan kenyamanan tempat makan agar mampu bersaing di tengah dinamika industri kuliner yang terus berkembang.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, kami selaku penulis menyimpulkan bahwa ada perbedaan yang cukup signifikan dari segi rasa, harga, dan juga kenyamanan saat menyantap kudapan surabi di kedua tempat. Dikarenakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi perbedaan di kedua tempat. Contohnya, dari segi variasi rasa dan *topping*, target pasar, ruang makan yang berbeda, dan lokasi.

## Daftar Pustaka

- Afni, R., Tambunan, S. M., Manurung, R., Tambunan, S. G., & Nirmala, Y. (2024). Manajemen pariwisata dan perhotelan. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Afrito, D., & Isnaini, H. (2024). The influence of gaul language on the use of Indonesian among students of STIEPAR Yapari, Bandung City. *An International Journal Tourism and Community Review*, 1(2), 14–19.
- Akustik, L. I., Fachrudiy, A., & Ferry, H. (2021). Pengaruh kenyamanan dan consumer experience terhadap minat beli konsumen di Pasar Pagesangan Surabaya. *Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*, 2(3), 17–18.
- Arini, N. N., Putra, I. N. D., & Bhaskara, G. I. (2021). Promosi pariwisata Bali Utara berbasis sastra melalui novel "Aku Cinta Lovina" dan "Rumah di Seribu Ombak". *Jurnal JUMPA*, 8(1), 305–331.
- Diayudha, L. (2020). Industri perhotelan di Indonesia pada masa pandemi Covid-19: Analisis deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accommodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).
- Edison, E., Kurnia, M. H., & Indrianty, S. (2020). Strategi pengembangan daya tarik wisata alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 96–109.
- Isnaini, H., Permana, I., & Lestari, R. D. (2022). Mite Sanghyang Kenit: Daya tarik wisata alam di Desa Rajamandala Kulon Kabupaten Bandung Barat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 1(2), 64–68.
- Jatinurcahyo, R., & Yulianto. (2021). Menelusuri nilai budaya yang terkandung dalam pertunjukan tradisional wayang. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(2), 159–165.
- Nura`ini, A. (2021). Apresiasi sastra dan persepsi mahasiswa pascasarjana Linguistik Terapan Universitas Negeri Yogyakarta terhadap pentingnya sastra dalam kehidupan bermasyarakat. *PENAOQ: Jurnal Sastra, Budaya dan Pariwisata*, 2(1), 31–44. <https://doi.org/10.51673/penaoq.v2i1.614>
- Parahita, R., Widiartha, I. B. K., & Zubaidi, A. (2017). Sistem informasi perhotelan berbasis web service: Studi kasus di Pulau Lombok. *Journal of Computer Science and Informatics Engineering (J-Cosine)*, 1(1), 46–52.
- Setiabudiarto, R. A., Amalia, A., & Nurmala. (2023). The existence of Surabi Bandung with a new taste. *Universitas Al-Azhar Indonesia*, 3(1), 59–65.
- Wachyuni, S. S., Wardhana, I. W., & Respati, R. D. (2023). Original or modified Surabi Bandung? Tourists' perceptions and consumption motives of local food. *Universitas Gadjah Mada*.