



TAHU SEJARAH TAHU SUMEDANG

M. LUTHFI KHAIR A. RUSYDAN FATHY



EDITOR: ALIE HUMAEDIE

Buku ini tidak diperjualbelikan.

TAHU SEJARAH TAHU SUMEDANG



Buku ini tidak diperjualbelikan.

Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh atau sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

© Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang No. 28 Tahun 2014

All Rights Reserved

Buku ini tidak diperjualbelikan.

TAHU SEJARAH TAHU SUMEDANG

M. LUTHFI KHAIR A.

RUSYDAN FATHY

EDITOR: ALIE HUMAEDIE



LIPI Press

Buku ini tidak diperjualbelikan.

© 2021 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)
Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan

Katalog dalam Terbitan (KDT)

Tahu Sejarah Tahu Sumedang/M. Luthfi Khair A. dan Rusydan Fathy–Jakarta: LIPI Press, 2021.

xxi hlm. + 156 hlm.; 14,8 × 21 cm

ISBN 978-602-496-192-3 (cetak)
978-602-496-191-6 (e-book)




1. Tahu
2. Sejarah
3. Tahu Sumedang

641.59598

Copyeditor : Heru Yulistiyani
Proofreader : Sonny Heru Kusuma
Penata isi : Erna Rumbiati dan Rahma Hilma Taslima
Desainer sampul : Dhevi E.I.R. Mahelingga
Foto : Rusydan Fathy dan M. Luthfi Khair A.

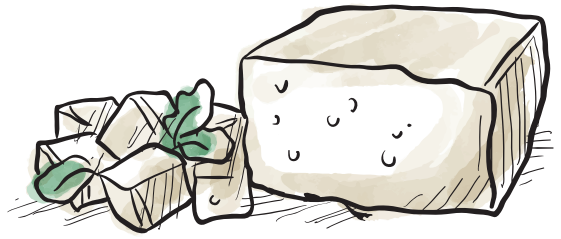
Cetakan pertama : April 2021



Diterbitkan oleh:
LIPI Press, anggota Ikapi
Gedung PDDI LIPI, Lantai 6
Jln. Jend. Gatot Subroto 10, Jakarta 12710
Telp.: (021) 573 3465
e-mail: press@mail.lipi.go.id
website: lipipress.lipi.go.id
 LIPI Press
 @lipi_press
 @lipi.press

Buku ini merupakan karya buku yang terpilih
dalam Program Akuisisi Pengetahuan Lokal 2021
Balai Media dan Reproduksi (LIPI Press),
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

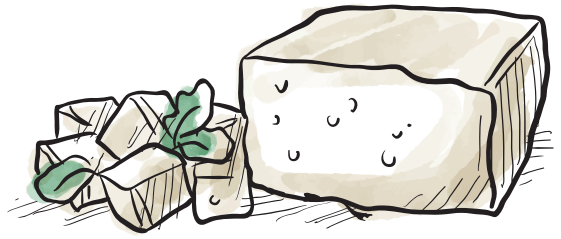
Buku ini tidak diperjualbelikan.



DAFTAR ISI

Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Pengantar Penerbit.....	xi
Kata Pengantar	xiii
Prakata	xix
BAB 1 “Tak Kenal Maka Tak Sayang”, Sebuah Usaha Mengukir Sejarah Kuliner Bangsa.....	1
BAB 2 Mula-Mula yang Tak Pernah Disangka.....	23
BAB 3 Tahu Punya Cerita, Sejarah pun Tercipta.....	33
BAB 4 Datang Krisis, Tahu pun Menipis.....	49
BAB 5 Elegansi Bungkek Sang Perintis: Eksistensi Tanpa Ambisi?	69
BAB 6 Pertukaran Moral: Dari Keuntungan Ekonomi hingga Manfaat Sosial	87
BAB 7 Air dari Sumedang, Sari dari China: Asupan Gizi dan Pemberi Rezeki	115

BAB 8	Dari Hati Mewujud Tahu Persegi: Tahu Sumedang Tak Akan Mati (Legitimasi Informal Sumedang sebagai Kota Tahu)	131
BAB 9	Belajar Silang Aspek Sosio-Historis Tahu Sumedang: Sebuah Penutup	139
	Daftar Pustaka	145
	Indeks	151
	Biografi Penulis	153

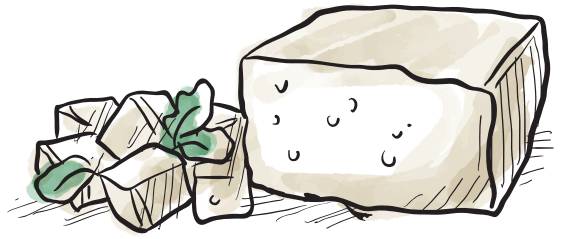


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Laman Ensiklopedi Dapur Rakyat.....	1
Gambar 2. Peta Kota Sumedang.....	6
Gambar 3. Foto Keluarga Ong Bung Keng.....	29
Gambar 4. Perbandingan bentuk tahu dari dua perusahaan yang berbeda. Sebelah kiri adalah tahu dari Perusahaan Tahu Saribumi, sebelah kanan adalah tahu dari Perusahaan Tahu Bungkeng.....	49
Gambar 5. Ong Che Ciang alias Suryadi.....	70
Gambar 6. Kartu Nama Tahu Bungkeng.....	71
Gambar 7. Pusat Tahu Bungkeng Jalan 11 April 53.....	73
Gambar 8. Dapur Produksi Tahu Bungkeng.....	76
Gambar 9. Keberadaan Tahu Sumedang di Jakarta.....	78
Gambar 10. Cabang Bungkeng di Jalan Mayor Abdurachman.....	85
Gambar 11. Ong Yu Kim (tengah) dan Suryadi (kanan).....	93
Gambar 12. Penjadwalan (<i>Shift</i>) Karyawan Bungkeng.....	104
Gambar 13. Suasana di Dalam Rumah dan Ruang Kerja Suryadi.....	109
Gambar 14. Kedai Tahu Ojolali dan Saribumi.....	118
Gambar 15. Pedagang Tahu di Kota Sumedang.....	120
Gambar 16. Keranjang Bongsang untuk Daging Kurban.....	122

Buku ini tidak diperjualbelikan.

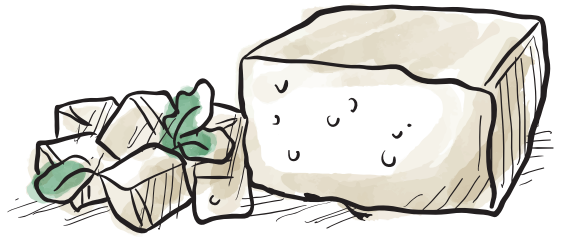
Gambar 18. Pegawai tahu Bungking sedang menggoreng tahu.	126
Gambar 19. Kota Sumedang	132
Gambar 20. Cover Buku Tokoh-tokoh Etnis Tionghoa di Indonesia Karya Sam Setyautama	137



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Jumlah Keberadaan Industri di Sumedang	21
Tabel 2.	Perkembangan Jumlah Perusahaan Tahu Sumedang.....	44
Tabel 3.	Potensi Industri Kecil 1992–1997.....	46
Tabel 4.	Jumlah Tenaga Kerja Menurut Status Pekerjaan	47
Tabel 5.	Hasil Produksi Kacang Kedelai dan Kacang Hijau di Sumedang Tahun 1993	54
Tabel 6.	Gambaran Harga Kebutuhan Pokok Kota Sumedang Tahun 1998.....	57
Tabel 7.	Gambaran Harga Kebutuhan Pokok Kota Sumedang Tahun 1999.....	58
Tabel 8.	Jumlah Industri Komoditas Unggulan Sumedang Tahun 1998.....	60
Tabel 9.	Jumlah Industri Komoditas Unggulan Sumedang Tahun 1999.....	61
Tabel 10.	Skema Analisis SWOT	83
Tabel 11.	Terbentuknya Jaringan dan Kerja Sama dalam Kehidupan Usaha Tahu Bungkok.....	111

Buku ini tidak diperjualbelikan.



PENGANTAR PENERBIT

Sebagai penerbit ilmiah, LIPI Press mempunyai tanggung jawab untuk terus berupaya menyediakan terbitan ilmiah yang berkualitas. Upaya tersebut merupakan salah satu perwujudan tugas LIPI Press untuk turut serta membangun sumber daya manusia unggul dan mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Buku ilmiah populer ini mengulas tentang seluk-beluk tahu Sumedang, mulai dari sejarah terciptanya tahu Sumedang hingga perjuangan para pelaku usaha untuk mempertahankan eksistensinya di masyarakat. Selain itu, buku ini memfokuskan kisahnya pada generasi keempat keluarga Bungkek, yaitu Ong Che Ciang alias Suryadi. Suryadi merupakan penjaga warisan tahu Sumedang ala Bungkek. Bersama keluarganya, ia mengemban amanah untuk menjaga kualitas rasa serta citra tahu Sumedang.

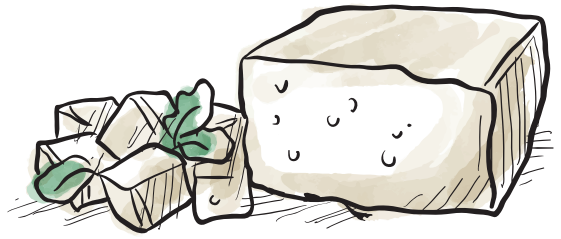
Tahu Sumedang yang telah menjadi ikon Kota Sumedang ini diharapkan bisa lebih diperhatikan oleh pemerintah, terutama pemberdayaan terhadap pelaku usaha skala kecil bisa dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan. Selain itu, buku ini juga diharapkan

Buku ini tidak diperjualbelikan.

dapat bermanfaat bagi pembaca dan bisa menambah pengetahuan mengenai sejarah tahu Sumedang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penerbitan buku ini.

LIPI Press



KATA PENGANTAR

Tahu, sebagaimana sering dipasangkan dengan kata tempe, adalah makanan olahan yang terbuat dari kedelai. Makanan ini menjadi bagian tidak terpisahkan dari tradisi kuliner tradisional Indonesia. Sekalipun seolah “bersaudara”, tahu dan tempe, keduanya memiliki asal muasal kelahiran yang berbeda. Tempe adalah “anak kandung” yang lahir dari rahim pengetahuan ibu pertiwi. Jejak pengetahuan masyarakat Jawa ini telah tertorehkan dengan baik dalam berbagai manuskrip lama. “Makanan para raja” ini rupanya telah bertransformasi menjadi “makanan rakyat jelata”. Dalam arti demikian, tempe telah menunjukkan fenomena kuat dari menu makanan elite ke makanan massal. Transformasi makanan ini bukan berarti penurunan kebudayaan tinggi menjadi kebudayaan populer. Prosesnya menunjukkan dinamika kebudayaan material yang sarat dengan nilai-nilai kebudayaan immaterial selalu bersifat cair. Ketika ia berada dalam kondisi seperti itu, hasilnya dapat memasuki ceruk-ceruk lapisan sosial masyarakat tanpa lagi membedakan batas-batas sosialnya. Tempe menjadi makanan Nusantara yang terwariskan lintas generasi, dan kemudian terakui oleh masyarakat dunia.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Perjalanan tempe di atas sedikit berbeda dengan perjalanan kesejarahan tahu. Sekalipun demikian, keduanya adalah makanan yang melampaui batas-batas sosial dan lintas batas negara. Tahu, pada awalnya adalah makanan olahan kedelai dan kacang hijau dari negeri tirai bambu. *Tao fu*, adalah nama awalnya. Tradisi pengolahan dan konsumsi tahu hadir ke Nusantara seiring dengan perjalanan migrasi besar-besaran orang Tionghoa dari Tiongkok Daratan. Upaya menghindari perang saudara akibat perebutan kekuasaan dan ditambah ikhtiar untuk memperoleh penghidupan lebih baik merupakan dua alasan penting dari lalu lintas intensif orang Tionghoa ke Nusantara dan berbagai negara lainnya. Berbagai catatan ekspedisi Cina tercatat baik dalam koleksi manuskrip tradisional ataupun manuskrip kolonial. Catatan itu menunjukkan kehadiran orang Tionghoa telah berlangsung lama, bahkan sebelum kolonisasi bangsa Eropa ke Nusantara. Saat kerajaan-kerajaan di Nusantara masih kuat berlangsung kuasanya, terdengar kabar bahwa berbagai ekspedisi Cina telah menyentuh wilayah-wilayah pantainya.

Setelah mereka bermukim di wilayah pantai, mereka pun terus memasuki wilayah-wilayah pedalaman di berbagai daerah. Pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan adalah tiga pulau besar yang dimasuki oleh orang Tionghoa Daratan pada periode klasik dan diteguhkan eksistensinya saat kolonisasi berlangsung. Selain sebagai tenaga kerja di berbagai perkebunan, orang Tionghoa dimanfaatkan secara mutualisme oleh kolonial untuk menjadi “agen-agen perdagangan” pada level komunitas. Merekalah yang menjadi perantara pertama berbagai komoditas yang diperdagangkan di Eropa. Orang Tionghoa merupakan aktor penting dari sistem perdagangan Eropa. Bahkan, beberapa perkebunan dan pertambangan pun diserahkan pengelolaan ataupun dikelola pertama kalinya oleh orang Tionghoa yang dianggap kaya. Pertambangan emas di Mandor dan Mempawah Kalimantan Barat menjadi salah satu bukti kemahiran orang Tionghoa memasuki

pengelolaan dan penguasaan sumber daya alam sebelum dan saat kolonisasi terjadi.

Keberadaan dan peran penting orang Tionghoa bagi kolonial Belanda inilah yang memungkinkan mereka dikelompokkan dalam politik segregasi rasial sebagai kelompok kedua di bawah bangsa Eropa, dan di atas kelompok pribumi (*native*, atau *nlander* dalam istilah waktu itu). Sekalipun beberapa kejadian politik berdarah seperti “Batavia Moord” dan “Pemberontakan Cina Cirebon” yang menghadirkan kebijakan *passenstelsel* dan *wijkenstelsel* yang memusatkan orang Tionghoa pada *enclave* tertentu, namun eksistensi mereka telah mengakar kuat bagi masyarakat Nusantara. Salah satu tancapan kuat keberadaan orang Tionghoa di Indonesia adalah tradisi kulinernya. Ragam jenis kuliner Tionghoa itu misalnya mie, bihun, lumpia, bakso, bakpia, bakpao, pengelolaan makanan seafood, tahu, dan masih banyak lagi. Beberapa makanan Cina itu tumbuh kembang bersama makanan tradisional Indonesia. Bahkan, ada di antaranya seperti sudah milik kebudayaan kita sendiri. Bakpia Pathok misalnya, sekalipun berasal dari tradisi kuliner Tionghoa, ia telah diakui sebagai ‘Oleh-oleh khas Yogyakarta’. Demikian juga gudeg yang sebelumnya tidak memasukkan unsur tahu, namun dalam perkembangannya, tahu bacem menjadi bagian tidak terpisahkan dari menu gudegnya.

Kenyataan di atas tentu menunjukkan bahwa silang budaya atau hibriditas dalam makanan merupakan elemen paling mudah diterima banyak orang. Seringkali masyarakat Indonesia terjebak pada politik rasial dan stigmatisasi atas kehadiran orang Tionghoa, tetapi tanpa sadar mereka telah berlintas generasi menikmati pengetahuan dan produk kebudayaannya. Hibriditas telah memungkinkan perbedaan politik dan kepentingan diposisikan pada satu sisi tertentu, dan penikmatan atas unsur kebudayaannya berada pada sisi lainnya. Ada paradoks dalam hubungan kemanusiaan ini. Di satu sisi, sebagian di antara kita seolah membenci mereka. Di sisi lain, kita menyayangi

mereka, dengan menebalkan eksistensinya dalam berbagai produk dan cita rasa kuliner yang dihasilkannya. Dalam arti demikian, makanan, sekalipun tahu, merupakan piranti kuat pemersatu kebinekaan lokal dan global dari berbagai entitas sosial budaya yang ada.

Perjalanan tahu Sumedang Bungkung yang disajikan dalam buku yang ditulis oleh Luthfi Khair dan Rusydan Fathy, sebagai salah satu hasil penelitian “Kuliner Analitik” yang diketuai Prof. Dr. M. Alie Humaedi dalam skema RISPRO Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) ini, telah menunjukkan fenomena hibriditas kebudayaan antara *Engkoh Cina* dan *Urang Sunda*. Penggunaan elemen tatar sunda Sumedang, seperti air, kedelai, bonsang, dan tenaga kerja dalam produksi tahu bungkung merupakan bentuk kolaborasi positif dalam pembentukan cita rasa tahu yang berbeda dari cita rasa produk awalnya. Elemen lokal telah mewarnai dan menjiwai elemen produk diaspora, dan akhirnya produk perjumpaan itu pun diterima dan dinikmati oleh masyarakat umum. Penikmatan atas hibriditas dalam produk tahu bungkung di atas telah berlangsung selama 118 tahun lamanya. Rentang waktu satu abad lamanya telah membuktikan bahwa cita rasa kuliner Tionghoa yang berpadu dengan cita rasa tatar Sunda dalam tahu Sumedang Bungkung menjadi bagian tidak terpisahkan dari kebudayaan masyarakat Indonesia.

Fenomena seperti tahu Sumedang ini juga terjadi pada hibriditas antara cita rasa kuliner Tionghoa dan cita rasa Jawa pada Bakpia Pathok 25, sebagaimana juga yang ditulis secara detail oleh peneliti utama penelitian ini. Akhirnya, sekalipun dari tahu Sumedang, kenyataan ini telah memberikan dua pelajaran penting bagi masyarakat Indonesia. Pertama, hibriditas kebudayaan adalah suatu keniscayaan yang harus diterima oleh masyarakat Indonesia. Prosesnya akan memasuki berbagai unsur kebudayaan, dan hal ini semakin menguatkan proses pemajuan kebudayaan. Kedua, kreativitas pemajuan kebudayaan tidak *an sich* pada produk kebudayaan besar,

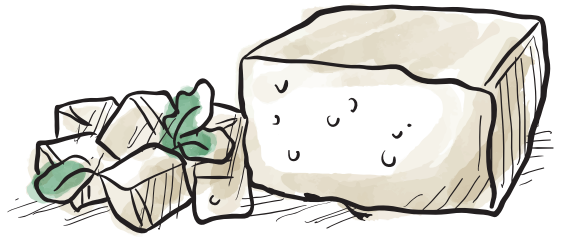
tetapi juga perlu memprioritaskan pada produk-produk kebudayaan harian dan pasar yang memberikan nilai tambah bagi kesejahteraan masyarakat. Dua pelajaran penting ini telah tertorehkan secara baik dalam buku ini. Harapannya, buku ini dapat memantik masyarakat luas untuk berusaha memajukan kebudayaan dan berkreasi mengelola kebudayaan untuk kepentingan ekonomi dan memperteguh semangat persatuan bangsa.

Jakarta, 10 Maret 2021
Plt. Kepala Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya
Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Prof. Dr. Ahmad Najib Burhani

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Berkat limpahan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan buku *Tahu Sejarah Tahu Sumedang*. Buku ini merupakan buku ilmiah populer hasil penelitian lapangan yang dituliskan dengan bahasa populer. Buku ini merupakan salah satu dari sekian *output* Penelitian Kuliner yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PMB LIPI) yang didukung oleh Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf).

Diseminasi penelitian merupakan hilirisasi yang bertujuan menjangkau masyarakat luas sehingga selain laporan penelitian dan jurnal akademis, perlu kiranya membuat sebuah tulisan dengan narasi sederhana dan alur yang mengalir sebagai sebuah cerita yang bisa dibaca oleh semua kalangan masyarakat. Buku ini berupaya menceritakan kisah yang dituturkan oleh anggota keluarga Bungkeng, sebuah kisah tentang perjalanan tahu Sumedang sejak 100 tahun silam serta bagaimana mereka menciptakan, menjaga, dan membaginya kepada masyarakat luas. Lebih dari itu, buku ini mengisahkan tentang

Buku ini tidak diperjualbelikan.

banyak hal. Hal-hal mengenai sejarah, pertukaran moral, konsistensi dan ketulusan, serta modal sosial dan kepercayaan, berpadu dengan urusan-urusan kelangkaan bahan baku, krisis moneter, dapur produksi, dan inovasi produk kuliner yang terbalut dalam konteks tahu Sumedang dan para pelaku usahanya di Kota Sumedang.

Buku ini memfokuskan kisahnya pada generasi keempat keluarga Bungkek. Dialah Ong Che Ciang alias Suryadi sebagai nakhoda keluarga yang dipercaya mengarungi dunia bisnis tahu Sumedang. Suryadi merupakan penjaga gawang warisan tahu Sumedang ala Bungkek. Sebagai generasi keempat, tentunya ia ingin terus bertualang bersama tahu Sumedang yang diciptakan oleh pendahulunya. Suryadi bersama keluarganya mengemban amanah pendahulunya tersebut untuk menjaga kualitas rasa serta citra tahu Sumedang. Sudah lebih dari 100 tahun berlalu sejak tahu Sumedang dibuat pertama kali oleh kakeknya. Kini, Suryadi berkewajiban untuk terus mengembangkan usaha keluarga. Kecintaan keluarga Bungkek pada tahu Sumedang, serta legitimasi informal dan pengakuan masyarakat luas terhadap Sumedang sebagai Kota Tahu, menjadi faktor utama yang mengharuskan Suryadi dan generasi keempat untuk menjaga amanah dari tugas tersebut.

Tahu Sumedang telah sekian lama melewati berbagai *time line* kehidupan masyarakat Sumedang yang memberi asupan gizi dan rezeki bagi mereka. Secara tidak langsung, kehadiran tahu Sumedang telah memberdayakan masyarakat karena menjadi salah satu tumpuan mata pencaharian mereka.

Buku sederhana yang mencoba menyampaikan makna ini tentu dapat dirampungkan berkat restu dari Suryadi dan keluarga Bungkek. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih atas keramahan dan kesediaannya telah berbagi kisah yang bermanfaat. Berkat itu, kami dapat menuliskan kisah bermanfaat bagi masyarakat luas. Sesungguhnya, apa yang terucap bisa saja hanya hinggap, tetapi

yang tertulis sudah tentu akan tetap. Namun, yang sekadar terucap akan berlalu dan pergi, sementara yang tertulis semoga abadi.

Terima kasih kami haturkan kepada LPDP, Bekraf, Kedepatian Ilmu Sosial Kemanusiaan (IPSK), dan PMB LIPI yang senantiasa memberikan kemudahan bagi penulisan dan penyelesaian buku ini. Terima kasih yang tidak terhingga juga kami haturkan kepada Kepala Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya LIPI Periode 2015–2020, Ibu Dr. Sri Sunarti Purwaningsih, MA., dan Prof. Dr. Alie Humaedi, M. Hum., selaku ketua tim penelitian ini yang telah memberikan bimbingan dan berbagai kemudahan, sehingga kami mampu memproduksi pengetahuan dan menyampaikannya kepada khalayak. Terima kasih juga tak lupa kami sampaikan bagi seluruh pihak, keluarga, dan rekan-rekan semua tanpa terkecuali yang telah memberikan dukungan dan energi positif yang memotivasi kami sehingga buku ini dapat diselesaikan dengan baik.

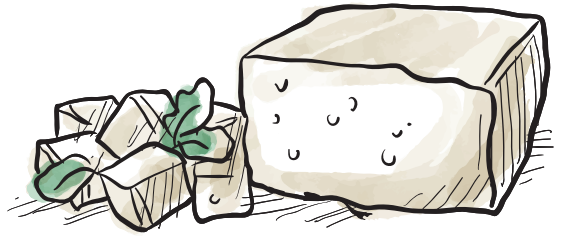
Tentunya, kami menyadari bahwa di dalam buku ini masih banyak terdapat kekeliruan. Oleh karena itu, kami sangat bersyukur dan mengapresiasi segala bentuk kritik dan saran yang diberikan. Pada akhirnya, kami berharap apa yang dikisahkan dalam buku ini mampu menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi siapa pun dan dalam hal apa pun. Demikian, semoga buku ini mampu menjadi salah satu jendela pengetahuan yang menginspirasi para pembaca sekalian.

Jakarta, Februari 2021

Penulis

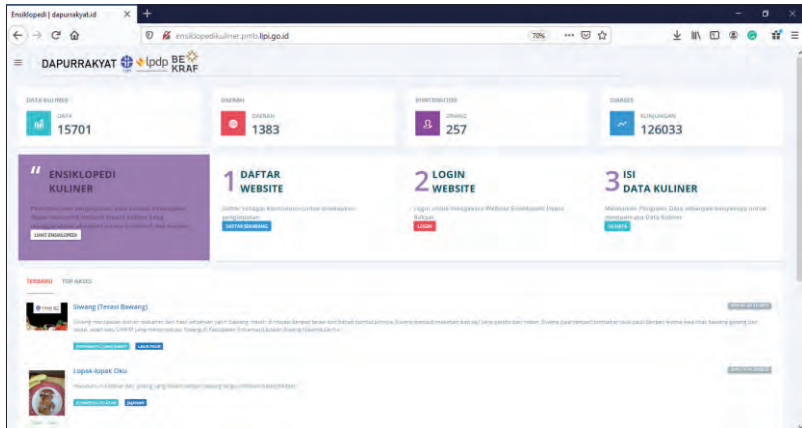
Buku ini tidak diperjualbelikan.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



BAB I

“TAK KENAL MAKA TAK SAYANG”, SEBUAH USAHA MENGUKIR SEJARAH KULINER BANGSA



Sumber: Ensiklopedi Kuliner Indonesia (2021)

Gambar 1. Laman Ensiklopedi Dapur Rakyat

Sejak 2018 hingga 2019, Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PMB LIPI) melakukan kegiatan penelitian yang didukung oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan Kementerian Keuangan

Buku ini tidak diperjualbelikan.

(LPDP Kemenkeu). Penelitian tersebut dipimpin oleh salah satu peneliti ahli utama PMB LIPI, Prof. Dr. Alie Humaedi, M.Hum. Kegiatan penelitian tersebut berupa pendataan kekayaan kuliner yang ada di Indonesia melalui *website* yang dibuat oleh LIPI, yakni ensiklopedikuliner.pmb.lipi.go.id.

Melalui *website* tersebut, setiap orang bisa berkontribusi untuk melakukan pengisian data kuliner khas yang berasal dari daerah masing-masing. Publik hanya tinggal membuat akun untuk *login*, lalu sudah bisa melakukan pengisian data kuliner, kapan pun dan di mana pun. Data kuliner yang dapat diisi ke dalam *website* adalah nama makanannya, asal daerahnya, sejarahnya, nilai budaya yang terkandung di dalamnya, bahan-bahannya, cara memasaknya, cara penyajiannya, manfaatnya, serta kelebihan dan kekurangannya (catatan pantangan untuk beberapa kondisi medis tertentu).

Jadi, substansi yang bisa didapat dari *website* tersebut adalah kita tidak hanya bisa mengetahui nama dan asal daerah dari suatu kuliner, tetapi juga bisa mengetahui kisah sejarah dan nilai budaya yang melekat pada kuliner tersebut serta memberikan gambaran secara umum tentang manfaat dan kekurangannya.

Sepanjang 2019, dilakukan pengisian data, sudah ada sekitar 15.000 data kuliner yang bisa diakses oleh publik. Sumber data dari kegiatan ini pun beragam, dari studi lapangan ke daerah-daerah, memori kolektif individu, buku-buku yang berkaitan dengan kuliner, sampai informasi dari dunia maya. Semua sumber data dapat dituliskan pula di dalam pengisian data sehingga data yang ada terhindar dari plagiarisme.

Kegiatan pendataan kuliner ini memiliki beberapa *output* atau keluaran. Selain data kuliner yang bisa diakses oleh siapa saja, ada beberapa keluaran lain, seperti penulisan buku hasil studi lapangan, diseminasi penelitian melalui seminar, serta penulisan jurnal ilmiah di tingkat nasional dan internasional bereputasi. Semua keluaran yang

dihasilkan bertujuan untuk hilirisasi ilmu pengetahuan dari peneliti kepada masyarakat luas.

Di antara keluaran yang ditargetkan, beberapa buku sudah ada yang diterbitkan pada 2019, yakni *Perempuan Saudagar Pengkang* yang berisi kisah tentang pengusaha kuliner Pengkang dan buku *Bakpia Pathok 25* tentang pengusaha bakpia pathok di Yogyakarta. Selain itu, ada dua buku lain yang akan dihasilkan, yaitu buku tentang kuliner di Medan dan buku ini, buku tentang sejarah salah satu kuliner Indonesia yang pastinya sudah tidak asing di telinga, yakni tahu Sumedang. Mungkin masih banyak yang belum tahu bahwa tahu Sumedang sudah berusia 100 tahun sehingga kemudian buku ini pun diberi judul *Tahu Sejarah Tahu Sumedang*.

Jika melihat dari situasi sosial dan politik belakangan ini, dapat penulis katakan bahwa substansi yang ada di dalam *website* dan juga buku ini sedikit banyak bisa menjadi media untuk mengurangi ketegangan yang terjadi. Mengapa begitu? Karena belakangan ada sebagian masyarakat yang terprovokasi kembali¹ dengan isu sentimen kepada etnis Tionghoa yang berawal dari kontestasi Pemilihan Umum Kepala Daerah untuk wilayah DKI Jakarta, ketika pertarungan kursi gubernur diperebutkan oleh sang petahana, Basuki Tjahaja Purnama (BTP), dengan lawannya, yaitu Anies Baswedan dan Agus Harimurti Yudhoyono.

Adanya ketiga calon gubernur ini ternyata diikuti oleh pendukung masing-masing calon yang bersifat fanatik. Fanatisme ini kemudian menjadi-jadi ketika terdapat peristiwa ketika BTP dianggap telah melakukan penistaan terhadap salah satu penggalan ayat suci Al-Qur'an yang kemudian membangkitkan emosi sebagian umat Islam. Polarisasi pun terjadi, sebagian muslim di Jakarta menyatakan wajib memilih pemimpin muslim daripada pemimpin nonmuslim.

¹ Setidaknya sentimen terhadap etnis Tionghoa pernah terjadi di masa Orde Baru menjelang Reformasi 1998.

Ketika pemilu putaran pertama telah dilakukan dan menyisakan dua pasangan calon—BTP dan Anies—polarisasi umat Islam di Jakarta pun mengarah kepada pilihan pasangan Anies-Sandi, yang dianggap merepresentasikan umat Islam di Jakarta.

Politisasi agama pun terjadi di dalam kontestasi pemilu tersebut, yang berlanjut sampai ke pemilu presiden pada 2019. Selain politisasi agama, politisasi identitas pun terjadi. Politisasi identitas ini terjadi bahkan sejak 2012, ketika pasangan Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama terpilih sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta periode 2012–2017. Politisasi identitas yang terjadi adalah adanya isu hoaks “Chinasisasi”, yakni kedua pasangan yang terpilih merupakan antek dari pengusaha China. Pada 2014, Joko Widodo mengikuti pemilihan presiden dan terpilih sebagai Presiden RI 2014/2019 dan isu antek China itu pun masih berlanjut bahkan dalam skala yang lebih besar, disebut-sebut sebagai antek “asing dan aseng” yang akan menjual kekayaan alam Indonesia.

Etnis Tionghoa yang menjadi korbannya di sini. Padahal, jika kita membuka kembali buku sejarah, mempelajari lagi sejarah terbentuknya bangsa Indonesia, keberadaan etnis Tionghoa tidak bisa dilepaskan dari Indonesia. Sejarah mencatat, sudah ratusan tahun bangsa Tiongkok datang ke Nusantara dan melakukan interaksi serta hubungan dagang dengan penduduk Nusantara. Kerajaan Majapahit pun adalah salah satu kerajaan di wilayah Asia Tenggara yang berada di bawah kekaisaran Tiongkok.

Etnis Tionghoa telah ikut menyumbangkan budayanya dalam membentuk budaya Indonesia yang bisa kita lihat saat ini, salah satu produk budayanya adalah keragaman kuliner. Beberapa ragam kuliner di Indonesia berasal dari budaya Tiongkok, yang sudah ratusan tahun menjadi makanan bagi penduduk Nusantara. Tanpa adanya penulisan sejarah yang komprehensif—seperti buku *Nusa Jawa Silang Budaya* karya Denys Lombard dan buku *Rijstaffel: Budaya Kuliner di Indonesia*

Masa Kolonial karya Fadly Rahman—kita mungkin tidak pernah tahu bahwa makanan seperti tahu, bakso, mi, siomay, pangsit, dodol, kecap, moci, cincau, dan cendol adalah beberapa contoh di antara sekian banyak makanan yang dipopulerkan oleh etnis Tionghoa kepada nenek moyang kita dahulu.

Bila kita benar-benar mempelajari serta mengetahui sejarah dan nilai budaya yang terkandung pada ragam kuliner yang ada di Indonesia, kita tidak akan mudah membenci etnis tertentu karena kita adalah penikmat produk kebudayaan yang kita konsumsi sehari-hari. Salah satu produk kuliner yang bisa diangkat kisahnya adalah tahu goreng. Tidak sekedar tahu goreng biasa melainkan tahu Sumedang. Tahu sendiri telah menjadi makanan rakyat yang murah, yang bahkan menjadi sumber protein rakyat ketika krisis ekonomi melanda di saat hampir semua harga kebutuhan pokok melambung tinggi. Memori kolektif masyarakat Kota Sumedang tentang makanan tahu khas kota mereka belum tertulis secara ilmiah. Berdasarkan pada hal itu, penulis merasa perlu menuliskan sejarah tentang makanan ikonik yang satu ini agar generasi selanjutnya dapat mengambil pelajaran dari kisah sejarah ini.

Etnis Tionghoa yang merintis tahu di Kota Sumedang sudah tinggal di Kota Sumedang sejak awal abad ke-20. Tempat tinggal etnis Tionghoa perantauan saat itu berada di wilayah Sumedang Utara—pusat kota—berjarak sekitar 45 kilometer (km) sebelah timur laut dari Kota Bandung. Adapun Kota Sumedang terletak di antara 6° 44'–70° 83' Lintang Selatan dan 107° 21'–108° 21' Bujur Timur, dengan luas wilayah 152.220 hektare (ha) yang terdiri atas 26 kecamatan dengan 272 desa dan 7 kelurahan.

Kota ini meliputi Kecamatan Sumedang Utara dan Sumedang Selatan. Sumedang merupakan daerah yang dilintasi jalur utama menuju Kota Bandung-Cirebon. Bagian barat daya wilayah Kota Sumedang merupakan kawasan perkembangan Kota Bandung. Institut



Sumber: Pemerintah Kabupaten Sumedang (2021a)

Gambar 2. Peta Kota Sumedang

Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN) yang sebelumnya bernama Sekolah Tinggi Pemerintahan Dalam Negeri (STPDN), juga gedung Universitas Padjadjaran dan Institut Teknologi Bandung yang baru berada di kota ini, tepatnya berlokasi di Kecamatan Jatinangor, Kota Sumedang.

Pada dasarnya, Kota Sumedang berbentuk kabupaten karena dipimpin oleh seorang bupati. Kabupaten Sumedang berbatasan dengan Kabupaten Indramayu di sebelah utara, Kabupaten Majalengka di sebelah timur, Kabupaten Garut di sebelah selatan, Kabupaten Bandung di sebelah barat daya, serta Kabupaten Subang di sebelah barat. Kecamatan yang paling luas wilayahnya adalah Kecamatan Buahdua dan yang paling kecil luas wilayahnya adalah Kecamatan Cisarua (Pemerintah Kabupaten Sumedang, 2021a).

Pada abad ke-19, wilayah Sumedang merupakan salah satu wilayah Keresidenan Priangan yang luasnya seperenam Pulau Jawa. Keresidenan Priangan berbatasan dengan Batavia dan Cirebon di sebelah utara, Samudra Hindia di sebelah selatan, Cirebon dan Banyumas di sebelah timur, serta Banten di sebelah barat. Wilayah

ini sangat subur karena merupakan daerah vulkanis yang dibentuk oleh gunung-gunung berapi dengan ketinggian 1.800–3.000 meter di atas permukaan laut, seperti Gunung Gede, Gunung Galunggung, Gunung Papandayan, Gunung Tangkuban Parahu, Gunung Guntur, dan Gunung Cikuray. Sungai-sungai besar seperti Citarum, Cisokan, Cimanuk, dan Citanduy adalah sungai-sungai yang menambah kesuburan wilayah Priangan.

Sejak zaman Kerajaan Sunda, muara Sungai Cimanuk menjadi pelabuhan dagang yang cukup ramai sekaligus memegang peranan penting sebagai pembatas kerajaan. Sungai Citarum dan Citanduy juga memiliki kegunaan sebagai sarana pengangkutan kopi dan garam pada masa VOC, yang dibuktikan dengan adanya gudang-gudang kopi milik VOC di aliran Sungai Citarum (Lubis, 1998).

Kabupaten Sumedang merupakan daerah berbukit dan gunung dengan ketinggian tempat antara 25 dan 1.667 m di atas permukaan laut. Sebagian besar wilayah Sumedang adalah pegunungan, kecuali di sebagian kecil wilayah utara berupa dataran rendah. Gunung Tampomas (1.667 m) berada di sebelah utara perkotaan Sumedang. Topografi kemiringan lahan wilayah Kabupaten Sumedang dapat diklasifikasikan menjadi lima kelas, yaitu:

1. 0–8% merupakan daerah datar hingga berombak dengan luas area sekitar 12,24%. Kemiringan wilayah dominan di bagian timur laut, barat laut, barat daya, serta kawasan perkotaan,
2. 8–15% merupakan daerah berombak sampai bergelombang dengan area sekitar 5,37%. Kemiringan wilayah dominan di bagian tengah ke utara, barat laut, dan bagian barat daya,
3. 15–25%, merupakan daerah bergelombang sampai berbukit dengan komposisi area mencakup 51,68%. Kemiringan lereng tipe ini paling dominan di wilayah Kabupaten Sumedang. Persebarannya berada di bagian tengah sampai ke tenggara, bagian selatan sampai barat daya, dan bagian barat,

4. 25–40% merupakan daerah berbukit sampai bergunung dengan luas area sekitar 31,58%. Kemiringan lereng tipe ini dominan di wilayah Kabupaten Sumedang bagian tengah, bagian selatan dan bagian timur,
5. Lebih dari kemiringan 40% merupakan daerah bergunung dengan luas area mencakup sekitar 11,36%. Kemiringan lereng tipe ini dominan di wilayah Kabupaten Sumedang bagian selatan, bagian timur, dan bagian barat daya.

Dengan keadaan alam yang seperti itu, tanaman kedelai sebagai bahan baku utama tahu bisa tumbuh dengan baik di wilayah Sumedang. Kedelai memerlukan suhu lingkungan yang cukup sejuk, tidak terlalu panas, dan memiliki sumber air yang cukup banyak seperti wilayah Sumedang yang mempunyai mata air pegunungan. Dapat dikatakan kondisi geografis Sumedang mendukung adanya industri pengolahan produk-produk kedelai, seperti tahu.

Kabupaten Sumedang dahulu merupakan suatu kerajaan bernama Sumedanglarang dan merupakan bagian dari Kerajaan Sunda. Menurut naskah-naskah kuno yang terdapat di Museum Prabu Geusan Ulun, pada mulanya Kabupaten Sumedang adalah sebuah kerajaan bernama Kerajaan Tembong Agung dengan raja bernama Prabu Galuh Hadji Adji Putih. Pada masa pemerintahan Prabu Tuntang Buana, yang juga dikenal dengan sebutan Prabu Tadjimalela, Kerajaan Tembong Agung berubah nama menjadi Kerajaan Sumedanglarang. Kerajaan Sumedanglarang mencapai masa keemasan pada masa pemerintahan Pangeran Angka Widjaya, atau dikenal dengan sebutan Prabu Geusan Ulun.

Pada masa pemerintahan Prabu Geusan Ulun inilah mulai diterapkan sistem pemerintahan kabupaten. Pada 22 April 1579, Prabu Geusan Ulun dinobatkan menjadi Prabu Sumedang Larang oleh Prabu Siliwangi (Pemerintah Kabupaten Sumedang, 2021b).

Setelah Kerajaan Sunda runtuh pada 1579 akibat serangan dari Banten di bawah pimpinan Maulana Hasanudin (Djajadiningrat, 1983), wilayahnya yang hampir meliputi seluruh Provinsi Jawa Barat saat ini terbagi-bagi ke dalam empat pusat kekuasaan, yaitu Banten, Cirebon, Sumedanglarang, dan Galuh, yang semula merupakan pusat kerajaan Pakuan Pajajaran (Ekadjati, 1984). Sumedanglarang berusaha menampilkan diri sebagai penerus Kerajaan Sunda, tetapi usaha tersebut sulit dilakukan karena adanya kekuatan kerajaan lain yang mengepung dari berbagai arah.

Ada Kesultanan Banten dari sebelah barat, ada Kesultanan Cirebon dari sebelah utara, dan ada Kerajaan Mataram dari sebelah timur. Selain faktor geografis tersebut, yang menyulitkan Kerajaan Sumedanglarang untuk berkembang adalah faktor pemimpin. Prabu Geusan Ulun sebagai pemimpin kerajaan melakukan tindakan yang melemahkan kekuasaannya.

Geusan Ulun pergi ke Cirebon dan masuk Islam, kemudian ia berguru ke Demak untuk memperdalam pengetahuannya. Datangnya Geusan Ulun ke Cirebon dianggap oleh Kesultanan Cirebon sebagai pengakuan Sumedanglarang sebagai daerah kekuasaan Cirebon, meskipun dari aspek agama saja. Kesultanan Cirebon pun mengakui kedudukan Geusan Ulun sebagai penguasa Sumedanglarang (Ekadjati, 1984).

Singgahnya Geusan Ulun di Cirebon setelah berguru di Demak ini yang menjadi titik balik kekuasaannya. Ketika di Cirebon, Geusan Ulun tertarik kepada Ratu Harisbaya, istri Sultan Cirebon Panembahan Ratu yang masih muda dan cantik, sedangkan sang Sultan sudah tua. Karena berstatus istri orang lain, akhirnya Ratu Harisbaya dibawa lari oleh Geusan Ulun ke Sumedang sehingga Sultan marah. Akibatnya, terjadilah perang antara Sumedanglarang dan Cirebon. Pertikaian ini selesai ketika daerah Majalengka, yang berada di bawah kekuasaan Sumedanglarang, diberikan oleh Geusan

Ulun ke Kesultanan Cirebon sebagai penebus kesalahannya kepada Sultan Panembahan Ratu (Lubis, 1998).

Akibat perbuatan Geusan Ulun tersebut, banyak rakyat yang meninggalkan Sumedang sehingga Sumedanglarang menjadi lemah. Ketika datang ancaman dari Mataram, Sumedanglarang tidak memiliki kekuatan yang memadai sehingga putra Geusan Ulun yang bernama Aria Suryadiwangsa I menggantikan ayahnya sebagai penguasa, kemudian menyatakan Sumedanglarang menyerahkan diri kepada Mataram pada sekitar 1620 (Lubis, 1998). Nama wilayah Sumedanglarang kemudian diganti menjadi *Priangan*. Sultan Agung selaku penguasa Mataram memberikan pemerintahan kepada Aria Suryadiwangsa I sebagai pemimpin wilayah Priangan dengan gelar Pangeran Dipati Kusumadinata I atau Ranga Gempol I (Ekadjati, 1984).

Wilayah Priangan ini juga meliputi daerah Galuh yang sudah lebih dahulu dikuasai Mataram pada 1595. Sultan Mataram kemudian membagi wilayah Priangan—yang dalam sumber Belanda disebut *Westerlanden*—menjadi kabupaten-kabupaten yang masing-masing dipimpin oleh seorang bupati. Dari bupati-bupati tersebut, yang dianggap memiliki pengaruh cukup besar akan dipilih sebagai seorang wedana bupati, yang bertugas mengoordinasikan para bupati tersebut. Ranga Gempol I menjadi wedana bupati pertama, tetapi kemudian Sultan Mataram meminta bantuannya untuk menaklukkan daerah Sampang, Madura.

Jabatan penguasa Sumedang diberikan Ranga Gempol I kepada adiknya, Ranga Gedé. Kemudian, setelah Ranga Gempol I meninggal, anaknya yang bernama Aria Suryadiwangsa II meminta hak atas takhta Sumedang. Namun, Ranga Gedé menolak sehingga Aria Suryadiwangsa II meminta bantuan Banten dengan janji, jika berhasil, Sumedang akan tunduk kepada Kesultanan Banten. Permintaan tersebut dipenuhi Sultan Banten karena ia membutuhkan

tambahan tenaga untuk menghadapi persaingan dengan Mataram. Rangga Gedé tidak mampu menghadapi serangan dari Banten, dan kemudian menyingkir ke Mataram (Lubis, 1998).

Jabatan wedana bupati kemudian diberikan kepada Dipati Ukur dari Tatar Ukur. Ia terpilih karena menyanggupi merebut Batavia dari VOC. Namun, ternyata ia gagal dan kemudian dihukum di Mataram. Jabatan wedana bupati pun dikembalikan kepada Rangga Gedé. Untuk mengembalikan stabilitas politik yang terganggu akibat peristiwa Dipati Ukur, pada 1641–1645, Sultan Mataram melakukan reorganisasi wilayah Priangan. Wilayah kekuasaan Dipati Ukur, yang meliputi Pamanukan, Ciasem, Karawang, Sukapura, Limbangan, dan Bandung, dibagi menjadi empat kabupaten, yaitu Sumedang, Sukapura, Parakanmuncang, dan Bandung. Kekuasaan Mataram atas Priangan berakhir dengan adanya perjanjian 19–20 Oktober 1677 dan 5 Oktober 1705 antara Mataram dan VOC. Perjanjian pertama untuk penyerahan wilayah Priangan Timur, sedangkan perjanjian kedua untuk penyerahan wilayah Priangan Tengah dan Priangan Barat.

Wilayah Priangan dihuni sebagian besar oleh suku Sunda yang sering disebut *urang gunung*, *wong gunung*, atau *tiyang gunung* oleh orang yang tinggal di pesisir. Berdasarkan pada statistik, penduduk Priangan pada 1815 berjumlah 194.048 jiwa dan pada 1930 bertambah menjadi 4.639.469 jiwa. Jadi, dalam kurun waktu satu abad lebih, jumlah penduduk di Priangan meningkat 24 kali lipat. Tanah Priangan yang subur ternyata tidak hanya menguntungkan kaum pribumi, tetapi bangsa Belanda yang datang ke Priangan sejak abad ke-17 juga mendapatkan keuntungan yang sangat besar. Sumber dana dan sumber daya yang ada dieksploitasi habis-habisan (Lubis, 1998).

Pada masa kekuasaan VOC di Priangan (1677–1800), sistem pemerintahan yang diberlakukan adalah pemerintahan tidak langsung. Hal itu terjadi karena jumlah personel VOC di Priangan relatif sedikit serta pandangan masyarakat pribumi yang sangat patuh dan hormat

kepada penguasa lokalnya. Kemudian, hal tersebut dimanfaatkan oleh VOC untuk mengeksploitasi produksi dan jasa dari rakyat kecil. Dengan alasan tersebut, struktur sosial yang ada dibiarkan sehingga penguasa pribumi Priangan, yang disebut kaum *ménak*, dapat tetap mengatur masyarakatnya.

Penduduk Jawa Barat pada 1971 berjumlah 21.632.684 orang, terdiri atas 10.657.260 laki-laki dan 10.975.424 perempuan, dengan komposisi penduduk usia kerja (15–55 tahun) sebesar 10.598.875 orang atau berjumlah 48,99% dari jumlah seluruh penduduk Jawa Barat. Jumlah penduduk Kabupaten Sumedang berdasarkan pada data sampai Desember 2008 tercatat sebanyak 1.127.255 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 3,55% per tahun. Dari data jumlah penduduk pada 2004–2008, laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Sumedang relatif tinggi dengan rata-rata laju pertumbuhan penduduk sebesar 2,36 per tahun.

Mayoritas penduduk Sumedang beragama Islam, selebihnya beragama Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan ada pula yang masih menganut kepercayaan asli penduduk lokal Sumedang. Dalam hal sarana peribadatan, pada 1988, terdapat 1.357 masjid, 2.381 langgar, 670 musala, 35 pondok pesantren, dan 4 gereja. Pendidikan agama Islam pada masyarakat umumnya didapatkan melalui pendidikan informal. Saat seorang anak berumur 7 tahun, dia akan disuruh mengaji yang dipimpin oleh seorang guru ngaji. Kemudian, ketika seorang anak sudah memasuki usia sekolah, pelajaran agamanya pun bertambah, didapatkan dari pendidikan formal. Masyarakat Sumedang juga suka merayakan hari-hari besar agama Islam, seperti Maulid Nabi, Isra Mikraj, dan Tahun Baru Hijriah. Biasanya masyarakat mengundang seorang *ajengan* atau kiai untuk memberikan ceramah, dan itu dilakukan semalam suntuk. Kehidupan keagamaan yang kuat juga terlihat dari upacara-upacara selamatan yang kerap dilakukan, seperti

akikah, khitanan, pernikahan, dan peringatan saat ada yang meninggal (Ekadjati, 1984).

Untuk infrastruktur dalam bidang pendidikan, Kabupaten Sumedang memiliki 95 Taman Kanak-kanak, 660 Sekolah Dasar (583 SD Negeri dan 77 SD Swasta), 182 Sekolah Menengah Pertama (78 SMP Negeri dan 104 SMP Swasta), 50 Sekolah Menengah Atas (17 SMA Negeri dan 33 SMA Swasta), 86 Sekolah Menengah Kejuruan (7 SMK Negeri dan 79 SMK Swasta), dan 4 Perguruan Tinggi (UNPAD Jatinangor, ITB Jatinangor, IPDN, dan Universitas 11 April) (Pemerintah Kabupaten Sumedang, 2021c). Tingkat pendidikan masyarakat secara umum berada di level bawah-menengah. Hanya sebagian kecil dari masyarakat Sumedang yang mampu menempuh pendidikan secara penuh. Dalam hal pelayanan kesehatan, Kabupaten Sumedang memiliki 2 rumah sakit umum, 1 rumah sakit pembantu, 32 puskesmas, dan 84 apotek (<https://sumedangkab.go.id/Profile/fasilitas/2>, 2019). Selain itu, terdapat 23 orang dokter umum, 6 dokter gigi, dan 100 paramedis (Harsrinuksmo, 2004). Rumah sakit umum yang berada di pusat kota, membuat masyarakat di pelosok pedesaan memilih datang ke puskesmas bila berobat. Namun, jika sakit yang diderita adalah penyakit yang berat, barulah masyarakat mendatangi rumah sakit umum.

Infrastruktur lain yang dimiliki Kabupaten Sumedang adalah jalan-jalan yang menghubungkan satu wilayah dengan wilayah lain sepanjang 485 kilometer. Sebagian besar jalan tersebut berada dalam keadaan baik. Namun, di wilayah-wilayah yang dekat dengan area persawahan, jalan tersebut sering rusak dan berlubang karena terkena air. Termasuk jalan-jalan yang sering dilewati mobil-mobil besar, seperti truk dan bus, sering dijumpai dalam keadaan yang rusak. Pemerintah daerah cenderung lambat dalam menangani permasalahan infrastruktur, seperti jalanan yang rusak ataupun jembatan yang

roboh. Penduduk biasanya melakukan swadaya terlebih dahulu, yang kemudian dibantu oleh tentara daerah.

Masyarakat Indonesia telah mengalami proses pembentukan karakter masyarakat melalui hubungan dan interaksi dengan berbagai kebudayaan asing. Begitu pun dengan wilayah Sunda, yang juga menerima beberapa pengaruh kebudayaan asing yang intensif dalam jangka waktu yang panjang. Selain budaya Barat, budaya lain yang memiliki pengaruh besar di Sunda adalah budaya Tionghoa. Di masa lalu, sudah banyak masyarakat Tionghoa yang berinteraksi dengan penduduk asli Jawa Barat, bahkan orang-orang Tionghoa tersebut bermigrasi ke Pulau Jawa dan tinggal di wilayah-wilayah yang ada, termasuk Jawa Barat (Ekadjati, 1984). Meskipun sudah lama terjalin hubungan, terjadi pembedaan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia sendiri dengan orang-orang Tionghoa².

Masyarakat Indonesia tidak dapat membedakan dengan mudah mana yang merupakan masyarakat Tionghoa asing dan mana yang merupakan WNI keturunan Tionghoa. Terlebih dalam urusan ekonomi, masyarakat Indonesia merasa tersaingi oleh orang-orang Tionghoa di perekonomian Indonesia karena orang-orang Tionghoa dinilai lebih disiplin secara ekonomi dan pintar dalam mencari keuntungan. Oleh karena itu, masyarakat lokal Indonesia menyebut mereka sebagai nonpribumi; walaupun dilahirkan di Indonesia, mereka tidak termasuk sebagai salah satu kelompok etnis Indonesia.

Di Kabupaten Sumedang sendiri, menurut sensus Jawa Barat pada 1978, terdapat 399 penduduk Tionghoa asing yang terdiri atas 202 pria dan 197 wanita (Ekadjati, 1984). Salah satu pengaruh kebudayaan dari Tionghoa yang terdapat di wilayah Jawa Barat pada umumnya dan Sumedang pada khususnya adalah sisi perkebunannya.

² Etnis Tionghoa merupakan penyebutan resmi bagi para warga negara Indonesia keturunan bangsa China yang sudah tinggal sejak sebelum masa kemerdekaan. Peraturan ini ditetapkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 2014.

Imigran-imigran Tiongkok memperkenalkan jenis-jenis tanaman baru terhadap masyarakat Sunda. Hal itu diperkuat dengan adanya kosakata nama-nama tanaman yang memiliki kata 'China' di belakangnya, seperti *adas China*, *baru China*, *buluh China*, *gadung China*, *kacang China*, *pacar China*, *petai China*, *sawi China*, dan kemudian ada *cincau* yang telah dikenal luas pula oleh masyarakat Sunda, yang daunnya dapat diolah menjadi bentuk agar-agar (Lombard, 2005).

Di antara semua tanaman yang diperkenalkan dan dapat dimakan, yang paling penting adalah yang menjadi sumber protein, yaitu kacang hijau. Produk-produk olahan dari kacang hijau juga diberi nama khas Tiongkok, seperti taoge, *tahu*, dan *taoci* (atau *tauco* dalam sebutan bahasa Sunda). Kacang hijau sendiri merupakan tanaman industri yang pembudidayaannya mendorong munculnya kerajinan makanan. Adapun makanan tahu diperkirakan sudah ada di wilayah Nusantara sejak 902 Masehi atau 824 Saka menurut catatan Jawa kuno yang berasal dari Jawa Timur. Dalam catatan tersebut, dijelaskan bahwa tahu adalah salah satu hidangan yang ada di dalam sajian sebuah pesta (Lombard, 2005). Tahu dapat dibuat dari kacang hijau ataupun kacang kedelai, tetapi di Indonesia umumnya tahu terbuat dari kacang kedelai.

Sebagaimana masyarakat Sunda pada umumnya, kelompok masyarakat di Kabupaten Sumedang menganut prinsip penarikan garis keturunan bilateral dan memperhitungkan penarikan garis keturunan sampai generasi ketujuh, baik ke atas maupun ke bawah. Kegotongroyongan pada masyarakat Sumedang masihlah kuat, terutama di wilayah tiap pedesaan. Gotong royong ini biasa dilakukan di berbagai kesempatan, seperti dalam urusan pertanian, urusan rumah tangga, dan dalam urusan mengadakan pesta atau kegiatan besar lain yang melibatkan banyak orang.

Masyarakat Sumedang juga masih mempertahankan dan melestarikan berbagai upacara adat dan kesenian tradisional yang ada. Salah satu upacara adat yang masih dilakukan adalah upacara *Guar Bumi* atau biasa juga disebut *Hajat Bumi*. Upacara ini merupakan bagian dari ritual di bidang pertanian, khususnya dalam menyambut musim tanam tiba (Andayani, 2004).

Kemudian, dalam urusan kesenian, masyarakat Sumedang masih memainkan salah satu kesenian tradisionalnya, yaitu Kuda Renggong. Kuda Renggong adalah kesenian masyarakat berupa kuda yang menari dengan diiringi musik gamelan jaipongan. Biasanya Kuda Renggong ditampilkan pada acara-acara besar seperti memperingati hari jadi Kota Sumedang ataupun hajatan khitanan. Pada acara khitanan, sang anak yang dikhitan biasa dinaikkan ke atas kuda yang menari tersebut, kemudian diarak oleh warga keliling desa. Kuda Renggong juga suka menjadi salah satu objek wisata di alun-alun Kota Sumedang yang bisa dinaiki oleh para pengunjung wisata.

Kemudian, dalam hal organisasi kemasyarakatan, masyarakat Sumedang juga memiliki penggolongan yang terdiri atas kelompok-kelompok individu. Masyarakat mengenal istilah kelompok orang kaya dengan sebutan *jalma beunghar* dan orang miskin yang disebut *malarat/balangsak*. Hal itu didasari oleh jumlah harta yang dimiliki oleh seseorang. Golongan miskin biasanya bekerja sebagai buruh tani, pesuruh, dan sebagainya kepada golongan orang kaya. Walaupun di sini terdapat hubungan superior-inferior, secara horizontal menunjukkan hubungan yang kooperatif asosiatif. Hampir seluruh masyarakat yang tinggal di pedesaan hidup dari pertanian. Di dalam aktivitas pertanian, berlaku prinsip bagi hasil antara pemilik tanah danenggarapnya. Meski begitu, sikap tolong-menolong masih ada di lingkungan masyarakat.

Masyarakat Sumedang, yang merupakan etnis Sunda, dikenal sebagai masyarakat yang memiliki filosofi hidup yang sangat kuat seperti dalam kalimat:

“..sabilulungan dasar gotong royong, sabilulungan sifat silih rojong, sabilulungan genteng ulah potong, sabilulungan persatuan tembong. Sajiwa, sajiwa, sadia, sadia, segut singkil ngabasmu pasalingsingan.”

(“..sabilulungan dasar gotong royong, sabilulungan sifat saling bantu, sabilulungan genteng jangan patah, sabilulungan persatuan kuat. Sejiwa, sejiwa, sedia, sedia, membasmi perselisihan.”) (Mukhlas, 2015).

Filosofi hidup orang Sunda itu melekat dalam praktik kehidupan sehari-hari masyarakat Sumedang, yang tecermin pula dalam pepatah:

“hirup sauyunan, silih pikanyaah, silih bantu silih tulungan, silih asah, silih asih, silih asuh, silih jeujeuhkeun, jeung silih titipkeun.”

(“hidup satu tujuan, saling menyayangi, saling bantu saling menolong, saling mengasah, saling mengasihi, saling mengasuh, saling memberikan, dan saling menitipkan.”) (Mukhlas, 2015).

Di samping itu, masyarakat Sumedang, yang mayoritas beragama Islam, dikenal sangat kuat dalam beragama. Masyarakat Sumedang disebut-sebut sangat agamais, memiliki komitmen kuat terhadap nilai-nilai ajaran agama, dan sebagai masyarakat yang dalam menghadapi persoalan dunia memiliki semangat hidup yang tinggi. Hal itu tecermin dari motivasi hidup mereka untuk berprestasi, yang tersirat dalam pepatah kehidupan sehari-hari, yaitu:

“dug hulu koleang nyawa, ti suksruk ti dung-dung, hulu dijieun suku, suku dijieun hulu, peuting jadi beurang, beurang jadi peuting.” (Mukhlas, 2015).

(“usaha sekuat tenaga, kepala jadi kaki, kaki jadi kepala, malam jadi siang, siang jadi malam.”)

Karena itu, meskipun kehidupan mereka di pedesaan tergolong memiliki kemampuan ekonomi yang cukup dengan mengandalkan dari sektor pertanian, masyarakat Sumedang masih memiliki keinginan kuat untuk bekerja keras, mengadu nasib ke kota-kota besar dalam rangka mencari tambahan penghasilan (Mukhlas, 2015).

Banyak kalangan berpendapat bahwa orang Sunda yang tinggal di wilayah yang subur makmur *gemah ripah loh jinawi* cenderung merupakan orang yang pemalas. Mereka cukup menjalani hidup sebagai petani yang subsisten, tidak perlu bekerja lebih giat dan mengubah nasib, karena segala yang dibutuhkan manusia sudah tersedia di tanah Sunda. Pada kenyataannya, masyarakat Sunda tidak begitu saja menerima nasib.

Mereka juga aktif dalam mencari pekerjaan selain dari sektor pertanian, dan banyak pula yang mencoba merantau atau yang dalam istilah Sunda *nyaba* ke kota-kota besar. Notabene masyarakat pedesaan Kabupaten Tasikmalaya dikenal dengan sebutan “tukang kredit”, masyarakat dari pedesaan Kabupaten Ciamis dikenal dengan panggilan “tukang besi dan bangunan”, dari pedesaan Kabupaten Garut dikenal dengan istilah “tukang sol dan potong rambut”, dari Kabupaten Majalengka dikenal dengan “tukang sayur, tukang kios, dan tukang Gali”, serta dari Kabupaten Sumedang dikenal dengan panggilan “tukang tahu” (Mukhlas, 2015).

Pada awalnya, mata pencaharian utama penduduk Priangan adalah berladang, atau yang dalam bahasa Sunda disebut *ngahuma*, baru kemudian masyarakat Priangan bermata pencaharian dari kegiatan persawahan. Sejak zaman Kerajaan Sunda, orang Sunda dikenal bermata pencaharian berladang. Ciri masyarakat peladang adalah suka berpindah-pindah tempat untuk mencari lahan yang subur. Orang Sunda tidak memerlukan bangunan yang kokoh dan permanen untuk tempat tinggal, cukup yang sederhana saja. Hingga pertengahan abad ke-19, berladang masih merupakan pola umum di pedalaman

Jawa Barat. Usaha bersawah kemudian menjadi digalakkan setelah wilayah Priangan jatuh ke kekuasaan Mataram. Di beberapa daerah koloni dibuat persawahan. Seorang pejabat VOC bernama Juliaen da Silva melaporkan bahwa pada 5 Juni 1641, ia bersama enam orang Jawa melakukan perjalanan dari Banten menyusuri Kali Karawang, kemudian mereka melihat penduduk di beberapa kampung di pinggir kali sedang menimbun padi dalam jumlah yang banyak (Lubis, 1998).

Pada abad ke-17, perekonomian wilayah Priangan tidak bisa dilepaskan dari unsur perkebunan kopi. Kopi terlebih dahulu populer di kalangan orang Belanda yang mendapatkan kopi dari wilayah Arab dan Malabar. Kemudian ketika orang Belanda datang ke Batavia, mereka menemukan tanaman kopi di jalan menuju Ancol. Melihat adanya kesempatan yang besar pada tanaman kopi itu, *Heren XVII* kemudian mendorong VOC untuk mengatur penanaman kopi di Jawa pada 1706. Para kepala pribumi diperintahkan untuk menanam kopi di wilayah masing-masing.

Pada 1718, Gubernur Jenderal Zwaardecroon berhasil mengirimkan 100.000 pon kopi ke negeri Belanda. Pada 1786, produksi kopi mencapai 80.000 pikul atau setara dengan 10.000.000 pon per tahun. Kopi menjadi komoditas primadona untuk perekonomian Belanda pada saat itu. Setengah dari kopi yang dihasilkan berasal dari lereng-lereng Gunung Gede di Cianjur, selebihnya dari sekitar Bandung. Kejayaan kopi Jawa berakhir pada 1 Januari 1917, ketika tidak mampu bersaing dengan produk dari negara lain sehingga penanaman kopi dihentikan.

Seperti wilayah Priangan lainnya, mata pencaharian masyarakat Sumedang umumnya bertani. Terdapat dua jenis pertanian di Kota Sumedang, yakni sawah dan ladang. Sektor pertanian merupakan potensi yang besar di wilayah Sumedang karena tanahnya yang subur, perairan yang memadai, dan sistem bercocok tanam yang intensif. Selain menghasilkan padi, Sumedang juga menghasilkan kayu, ubi

jalar, jagung, kacang kedelai, dan sayur-mayur. Hasil lainnya berupa kopi, cengkih, kelapa, dan aren. Di luar sektor pertanian, para penduduk juga mencari mata pencaharian dari sektor seperti peternakan, perdagangan, lembaga pemerintahan, sarana dan prasarana kota, industri, serta jasa. Namun, tetap sektor pertanian mendominasi mata pencaharian warga.

Dalam sektor peternakan masyarakat Kota Sumedang meliputi ternak itik, kambing, ayam, sapi, kerbau, dan perikanan (Lubis, 1998). Hasil perikanan mencukupi untuk keperluan setempat. Pada peternakan, Sumedang menghasilkan susu sebanyak 912.500 liter dan telur sebanyak 31.818.345 butir (Harsrinuksmo, 2004). Dalam perdagangan, terdapat pasar sebagai tempat dagang masyarakat. Selain itu, masyarakat berdagang bermacam makanan ataupun barang khas dari Kota Sumedang.

Sektor ekonomi lainnya dari masyarakat Sumedang adalah sektor pariwisata. Sumedang memiliki beberapa objek wisata, baik yang berupa alam maupun buatan manusia. Karena merupakan daerah pegunungan, hampir semua objek wisata di daerah ini bersifat wisata air, seperti kolam renang dan kolam air panas. Objek-objek wisata tersebut adalah Gunung Kunci, Cipanas Conggeang, Kolam Renang Cimalaka, Margawendu, Kampung Karuhun Desa Citengah, dan Curug Cipenger.

Ada pula beberapa objek wisata yang berhubungan dengan sejarah, seperti Museum Geusan Ulun, Makam Dayeuh Luhur, Makam Leluhur Gunung Puyuh, dan makam Pahlawan Nasional Cut Nyak Dien (Pemerintah Kabupaten Sumedang, 2021d).

Masyarakat Sumedang juga terkenal kreativitasnya. Hasil kayu yang dihasilkan bisa diolah menjadi barang ekonomi yang lain. Produk yang terkenal dari masyarakat Sumedang adalah pembuatan wayang golek, ukiran kayu, dan senapan angin. Kemudian, kuliner

yang terdapat di Sumedang pun beragam. Ada makanan lokal, seperti soto bongko, kupat tahu petis, lotek, cireng, basreng, *seblak*, dan batagor. Ada pula yang merupakan hasil asimilasi dengan bangsa lain (Tionghoa), seperti siomay dan tahu.

Di lembaga pemerintahan, masyarakat Sumedang ada yang bekerja di pemerintah daerah, pengadilan negeri daerah, kepolisian daerah, dan tentara nasional daerah. Sumedang juga memiliki sarana dan prasarana kota yang menyerap berbagai tenaga kerja serta memberikan pemasukan bagi pemerintah daerah, seperti rumah sakit umum, perpustakaan daerah, terminal, pasar kota, pusat-pusat belanja, perguruan tinggi, tempat-tempat pariwisata, dan desa-desa penghasil berbagai kerajinan tangan khas Sumedang.

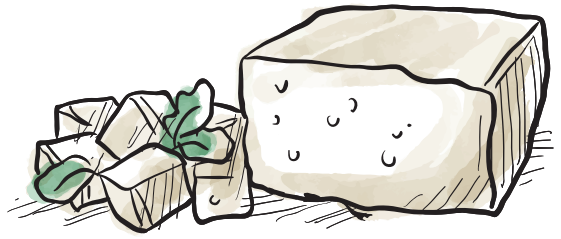
Tabel 1. Jumlah Keberadaan Industri di Sumedang

No	Kecamatan				Jumlah
		Kecil	Menengah	Besar	
1	2	3	4	5	6
1	CIKERUH	338	27	4	369
2	CIMANGGUNG	37	-	4	41
3	TANJUNGSARI	428	13	4	445
4	RANCAKALONG	135	2	-	137
5	SUMEDANG UTARA	477	64	2	543
6	SUMEDANG SELATAN	938	73	-	1111
7	SITURAJA	426	5	-	431
8	DARMARAJA	200	3	-	203
9	WADO	203	-	-	203
10	CADASNGAMPAR	22	2	-	24
11	TOMO	125	5	1	131
12	UJUNGJAYA	79	1	-	80
13	CONGGEANG	164	2	-	166
14	PASEH	175	4	-	179
15	CIMALAKA	379	8	1	388
16	TANJUNGKERTA	171	3	-	174
17	BUAHDUA	212	1	-	213
18	CIBUGEL	8	-	-	8
Jumlah		4517	313	16	4846

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

Di bidang jasa, terdapat berbagai profesi di masyarakat, seperti kepala daerah, camat, lurah, kepala desa, dokter, guru, dan pemilik pesantren. Di dalam bidang industri, Kota Sumedang memiliki empat level industri; industri rumahan, industri kecil, industri menengah, dan industri besar. Namun, kebanyakan industri yang ada di Sumedang adalah industri kecil, bahkan industri rumahan.

Berdasarkan pada klasifikasi dari Departemen Perindustrian, yang dimaksud dengan industri kecil adalah industri yang meliputi industri pangan (makanan, minuman, dan tembakau), industri sandang dan kulit, percetakan, serta industri kertas. Sementara menurut Biro Pusat Statistik, industri kecil adalah industri yang mempekerjakan 5–19 tenaga kerja, sedangkan industri rumahan adalah industri yang mempunyai pegawai kurang dari tiga orang. Pegawai yang bekerja di industri rumahan biasanya masih anggota keluarga. Keempat level industri tersebut masing-masing bergerak pada bidang alat-alat rumah tangga, kuliner, pakaian, bangunan, kesenian, dan hiburan.



BAB 2

MULA-MULA YANG TAK PERNAH DISANGKA

“Saya mah enggak pernah menyangka kalau tahu akan terkenal begini, sudah sampai seratus tahun...”
(Ong Yu Kim, putra Ong Bung Keng)

Munculnya industri tahu Sumedang tidak bisa terlepas dari adanya imigran Tiongkok yang tinggal di wilayah Jawa Bawar, khususnya di Sumedang. Hal itu terjadi karena tahu sendiri merupakan makanan khas dari negeri tirai bambu tersebut berupa olahan kedelai yang dihaluskan. Kedatangan awal imigran Tiongkok ke tanah Jawa masih belum memiliki keterangan waktu yang tepat. Meski banyak dikatakan bahwa kedatangan bangsa Tiongkok ke Nusantara sudah dilakukan sejak hubungan perdagangan jalur sutra dan makin banyak yang datang ke Asia Tenggara ketika Dinasti Ming memerintah (1368–1644 M), belum ada catatan pasti sejak kapan para imigran tersebut menetap dan berasimilasi dengan pribumi. Tidak ada satu pun keluarga Tiongkok di Jawa yang bisa menelusuri asal-usul keluarganya lebih dari akhir abad ke-18, hanya segelintir keluarga yang memang lebih tua dari yang lain yang bisa melakukan itu (Onghokham, 1991).

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Kebanyakan keluarga Tionghoa peranakan di Jawa meniti asal-usul keluarganya sampai ke pertengahan abad ke-19. Perempuan-perempuan Tionghoa beremigrasi dari Tiongkok baru pada abad ke-20. Banyak di antara pemukim Tionghoa, sebelum kedatangan perempuan Tionghoa, yang mengawini perempuan-perempuan setempat dan anak-cucunya mereka terserap menjadi penduduk setempat. Di daerah Priangan³, permukiman Tionghoa yang ada di sana telah ada sejak 1870, ketika sistem penanaman kopi di Priangan dihapuskan (Onghokham, 1991). Ada kemungkinan para imigran tersebut datang ke Sumedang mulai pada periode antara akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. Namun, belum ada bukti tertulis yang menyebutkan secara pasti kapan imigran Tiongkok tersebut datang ke Sumedang.

Bangsa Tiongkok dikenal sebagai pedagang yang ulung. Hampir di setiap permukiman Tiongkok di seluruh negara, mereka memiliki pecinan⁴ yang perekonomiannya aktif dan memiliki pengaruh terhadap lingkungan di sekitarnya. Orang-orang Tionghoa di Nusantara merupakan perintis penanaman tanaman perkebunan, seperti teh, kopi, tebu, termasuk kedelai. Selain membuka perkebunan, mereka mendirikan pabrik yang bahan bakunya hasil dari perkebunan

³ Menurut Atja, kata *priangan* berasal dari kata *parahyangan*, yang memiliki arti tempat para dewa. Hal itu mungkin berkaitan dengan kondisi Jawa Barat yang memiliki karakter geografis pegunungan tinggi.

⁴ Pecinan merupakan sebutan untuk suatu permukiman yang berisi warga etnis Tionghoa di setiap wilayah di Indonesia. Di luar negeri lazim disebut *chinatown*. Pecinan ini bisa terbentuk karena dua hal, pertama keinginan dari warga etnis Tionghoa sendiri yang merasa lebih nyaman berinteraksi dengan sesama warga perantauan dari China, kedua karena keadaan politik pemerintah setempat yang menginginkan keberadaan warga etnis Tionghoa terpisah dari warga pribumi. Seperti yang terjadi di Indonesia, keberadaan pecinan merupakan hasil dari peraturan *Wijkenstelsel* dan *Passenstelsel* Belanda yang mengharuskan etnis Tionghoa berkumpul di satu tempat setelah peristiwa pembantaian terhadap etnis Tionghoa di Batavia pada 1740. Pemusatan etnis Tionghoa tersebut juga memudahkan pemerintah Belanda untuk mengatur kegiatan ekonomi mereka.

mereka, contohnya pabrik gula, yang merupakan industri olahan tebu (Lombard, 2005).

Karena kepandaian mereka dalam berdagang dan berindustri, banyak pedagang Belanda yang beralih partner dagang menjadi dengan orang-orang Tionghoa. Kerangka acuan dagang milik orang Belanda juga cocok dengan milik orang Tionghoa. Karena itu pula, pemerintah Belanda memberikan kebijakan politik yang lebih istimewa kepada warga etnis Tionghoa saat itu yang memang berkaitan dengan kegiatan ekonomi (Onghokham, 1991).

Seperti yang telah dijabarkan di atas, dalam lingkungan pecinan, mereka membuat pabrik-pabrik kecil untuk mengolah hasil alam yang mereka tanam. Selain pabrik gula, mereka membangun pabrik untuk industri produk bahan makanan khas Tionghoa, seperti tahu, kecap, bihun, kuaci, kue, permen, mi, dan kerupuk. Begitu pula yang terjadi di Sumedang. Industri tahu Sumedang lahir karena adanya seorang imigran Tionghoa bernama Ong Ki No yang diperkirakan datang ke Sumedang pada awal abad ke-20, pada 1900-an. Ia datang bersama istrinya, yang menjadi penyebab ia membuat tahu pertama kali di Sumedang.

Sang istri adalah seseorang yang sangat menyukai makanan Tionghoa yang bernama *tao-fu*.⁵ Karena perasaan sayangnya kepada sang istri, Ong Ki No rela pergi berkeliling mencari kacang kedelai—bahan baku utama tahu—di wilayah yang masih asing untuknya. Saat itu, di wilayah Conggeang, terdapat kebun kedelai yang menghasilkan kedelai dengan corak seperti telur puyuh, yang disebut kedelai lurik. Setelah mendapatkan kedelai, ia pun mengolahnya menjadi tahu. Selain kacang kedelai, bahan lain yang penting dalam pembuatan tahu Sumedang adalah air. Dalam prosesnya, tahu Sumedang memerlukan 70% air, dan Sumedang memiliki banyak sungai mata air yang kualitas

⁵ Kata *tao-fu* dibaca *tao-hu*, yang kemudian orang pribumi menyebutnya sebagai tahu.

airnya masih baik saat itu, terutama di wilayah antara Cimalaka dan Tanjungsari.

Kalo baheula mah, dulu, ari mau bikin tahu mah caina (airnya) dari walungan (sungai), kalo dulu mah yah airnya masih keneh bersih.... Kalo sekarang mah yah enggak pakai air walungan deui, sekarang mah pakai air sumur (Neni, wawancara, 4 Maret 2017)⁶.

(“Kalau dulu mau buat tahu airnya dari sungai, airnya masih bersih. Kalau sekarang tidak pakai air sungai lagi, sekarang pakai air sumur.”)

Olahan kedelai ala Tiongkok dan air dari sungai Sumedang menghasilkan olahan tahu yang rasanya berbeda dengan *tao-fu* asli dari Tiongkok.

Tahu pertama yang berhasil dibuat Ong Ki No belum seperti tahu Sumedang yang sekarang kita kenal. Saat itu tahu yang dibuat masih tahu putih khas Tiongkok yang direbus. Ong Ki No membuat tahu tersebut pun hanya untuk dikonsumsi pribadi oleh dia dan istrinya, serta terkadang dibagikan ke sesama warga etnis Tionghoa jika sedang merayakan suatu hari raya (Rustandi, 2017). Selain kepada sesama warga etnis Tionghoa, Ong Ki No membagikannya kepada warga pribumi Sumedang di sekitar.

Dulu tahu itu hanya makanan yang dimakan orang China saja, sesekali warga di sekitar mencicipi tahu (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Meskipun etnis Tionghoa cenderung bersifat eksklusif, mereka juga tidak segan berinteraksi dengan warga pribumi. Interaksi ini bagi warga pribumi memiliki pengaruh yang cukup besar, salah satunya di bidang pangan. Etnis Tionghoa mengenalkan kepada masyarakat pribumi jenis makanan seperti hunkue, *muaci* (moci), asinan/manisan, kuaci, cendol, dan dodol (Lombard, 2005). Beberapa di antaranya

⁶ Ibu Neni merupakan anak pendiri Tahu H Ateng.

bahkan menjadi populer di beberapa wilayah di Priangan, seperti moci, yang terkenal dari Sukabumi, asinan/manisan dari Cianjur, dan dodol dari Garut.

Yang terpenting dari semua produk makanan itu adalah etnis Tionghoa mengenalkan sumber protein nabati yang sangat penting bagi pertumbuhan kepada masyarakat pribumi, yaitu kacang hijau. Kacang hijau termasuk tanaman yang dibudidayakan oleh masyarakat Tionghoa di Nusantara (Lombard, 2005).

Respons yang positif dari masyarakat membuat Ong Ki No berpikir untuk mendagangkan tahu. Sebagai seorang perantauan yang ingin mengubah nasib menjadi lebih baik, wajar jika Ong Ki No berpikiran untuk berjualan tahu di Sumedang, mengingat penyebab banyaknya etnis Tionghoa melakukan emigrasi pada abad ke-14 hingga abad ke-15 adalah membeludaknya jumlah penduduk di Tiongkok, sedangkan sektor pertanian tidak dapat mengisi kebutuhan hidup semua orang. Selain hal itu, para tuan tanah yang menaikkan sewa tanahnya, pemberontakan kaum tani, perang saudara, dan penyerbuan bangsa Mongol merupakan penyebab lain masyarakat Tiongkok melakukan emigrasi ke Asia Tenggara (Hidayat, 1984).

Sayangnya, usaha yang dibuat oleh Ong Ki No itu tidak berjalan mulus. Tidak banyak yang membeli makanan dari olahan kedelai tersebut. Karena tidak membawa perubahan yang signifikan dalam perekonomian mereka, Ong Ki No dan istrinya berencana kembali pulang ke negeri Tiongkok pada 1917. Pada tahun yang sama, putra mereka yang bernama Ong Bung Keng datang ke Sumedang (Rustandi, 2017).

Saat Ong Ki No dan istrinya kembali ke Tiongkok, Ong Bung Keng diminta untuk meneruskan usaha orang tuanya. Kegagalan orang tuanya dalam menjual tahu membuat Ong Bung Keng berpikir tentang apa yang harus dia lakukan agar tahu tersebut lebih menarik

minat banyak orang. Dari pengamatannya, beberapa jenis makanan siap makan, seperti tahu putih, ternyata bisa diolah lagi dengan cara digoreng. Ong Bung Keng pun mencoba menggoreng tahu putih khas Tionghoa itu. Hasilnya adalah tahu goreng yang memiliki tekstur lebih renyah dan rasa yang lebih gurih daripada tahu putih rebus. Selain itu, ketika tahu digoreng, muncullah aroma tahu goreng yang khas, yang menjadi daya tarik juga untuk orang lain.

Maneh keur ngagoreng naon? Ngeunah geuning ieu kadaharan teh, moal burung payu geura.⁷

(“Kamu sedang menggoreng apa? Enak ternyata makanan ini, pasti akan laku.”)

Ada suatu kisah pada 1928, ketika Bupati Sumedang saat itu—Pangeran Soeriaatmadja—pernah melewati tempat berjualan Ong Bung Keng saat hendak menuju wilayah Situraja. Di dalam kereta kuda yang dinaikinya, Pangeran Soeriaatmadja mencium aroma yang belum pernah dikenalnya. Beliau pun turun dari keretanya dan bertanya kepada Ong Bung Keng apa yang sedang digorengnya. Ong Bung Keng menjawab bahwa itu adalah tahu, makanan khas dari negerinya. Pangeran Soeriaatmadja mencicipinya dan mengatakan bahwa makanan itu enak dan bila makanan itu terus dijual pasti akan sangat laku.

Mungkin dari peristiwa itulah akhirnya Ong Bung Keng memutuskan terus menjual tahu goreng tersebut, dan ternyata memang mendapatkan sambutan yang baik oleh masyarakat sekitar. Sambutan itu berupa bertambahnya industri tahu oleh etnis Tionghoa lain, munculnya pengusaha tahu pribumi Sumedang, dan yang paling utama adalah bertambahnya konsumen tahu Sumedang hingga ke luar

⁷ Kalimat Pangeran Soeriaatmadja kepada Ong Bung Keng saat berhenti di depan toko tahu miliknya. Kalimat tersebut diceritakan turun temurun kepada generasi penerus tahu Ong Bung Keng.

Kota Sumedang. Sejak saat itu, tahu makin dikenal oleh masyarakat Sumedang secara luas. Selain itu, terdapat kepercayaan di masyarakat bahwa terkenal tahu Sumedang merupakan doa dari seorang Pangeran Soeriaatmadja yang dikenal sebagai sosok yang berilmu agama tinggi dan saleh. Bahkan, beliau mendapat julukan Pangeran Makkah⁸ sehingga apa yang diucapkannya bisa menjadi kenyataan. Orang Sunda menyebutnya “*saciduh metu, saucap nyata*”⁹, seperti yang terjadi pada industri tahu di Sumedang yang sampai sekarang masih dikenal dan diminati banyak orang. Nama Ong Bung Keng pun diadopsi sebagai nama perusahaan menjadi ‘Tahu Bungkeng’.



Sumber: Rustandi (2017)

Gambar 3. Foto Keluarga Ong Bung Keng

⁸ Gelar Pangeran Makkah diberikan oleh masyarakat Sumedang karena Pangeran Soeriaatmadja meninggal di Makkah pada saat sedang melaksanakan haji di usia 70 tahun. Dalam masyarakat Sunda, meninggal di Makkah merupakan anugerah dari Allah SWT dan tidak setiap orang bisa mengalaminya.

⁹ Kiasan tersebut memiliki arti ‘*sekali meludah pasti berhasil, sekali berucap menjadi kenyataan*’.

Secara teori industri, usaha yang dilakukan Ong Bung Keng termasuk industri rumah tangga atau bisa disebut *cottage industry* (Burger & Atmosudirdjo, 1970). Badan Pusat Statistik (2019) mengategorikan industri di Indonesia ke dalam empat kategori. Kategori pertama adalah industri rumahan atau *cottage industry*, merupakan suatu usaha masyarakat desa untuk memenuhi keperluannya sendiri atau untuk dijual dengan jumlah pekerja 1–4 orang. Kategori kedua adalah industri kecil atau *small scale industry*, merupakan usaha dalam perusahaan kecil yang memiliki pekerja 5–19 orang dan umumnya tidak menggunakan mesin. Kategori ketiga adalah industri sedang yang memiliki pekerja 20–99 orang dan sudah menggunakan mesin. Terakhir kategori keempat adalah industri besar dengan jumlah pekerja 100 orang atau lebih dan tentu saja sudah menggunakan mesin produksi.

Usaha tahu Sumedang awal yang dilanjutkan oleh Ong Bung Keng masih menggunakan alat produksi sederhana. Penggilingan yang digunakan untuk menghancurkan kedelai adalah alat penggilingan dari batu yang terdiri atas dua bagian. Bagian pertama adalah bagian yang dapat diputar untuk menggiling dengan lubang untuk memasukkan kedelai. Bagian kedua adalah batu alas yang diletakkan secara permanen di atas lembaran seng yang berfungsi untuk menampung bubur kedelai yang keluar dari gilingan. Untuk menggorengnya masih menggunakan tungku kayu bakar (Rustandi, 2017). Dengan alat produksi yang seperti ini, butuh waktu lama untuk menghasilkan tahu, dalam waktu sehari hanya bisa memproduksi paling banyak seribu potong tahu. Pada 1930-an, harga satu potong tahu adalah 3 *peser*¹⁰. “Ukuran tahu saat itu lebih besar dari yang sekarang kita kenal, kala itu tahu memiliki ukuran sekitar 5 cm x 5 cm” (Neni, 4 Maret 2017). Sekitar 1939, tahu mulai jadi bahan dagangan

¹⁰ Satu *peser* bernilai 0,5 sen. Artinya, 3 *peser* bernilai 1,5 sen. Hal yang menarik ialah dalam bahasa Sunda, *peser* artinya beli. Tidak ada penjelasan apakah ada hubungan antara kata *peser* dan satuan mata uang *peser* saat itu.

pedagang asongan. Orang yang diketahui pernah menjual tahu secara asongan adalah Odjo Mihardja,¹¹ yang menjajakan tahu di *stamplat*.¹²

Saat mulai menjadi negara industri yang imperialis, Jepang gencar menyebarkan pengaruhnya dan menjalankan ekonomi perang. Jepang berhasil menduduki negara Tionghoa pada 1937. Hal itu membuat Amerika Serikat menarik penjualan bahan-bahan perang yang dibutuhkan Jepang, seperti karet dan logam besi. Atas sikap Amerika Serikat tersebut, Jepang mencari bahan baku kebutuhan perang di wilayah Asia Tenggara dan berambisi untuk menguasai negara-negara kolonial Eropa yang ada di Asia Tenggara.

Saat itu, negara-negara sekutu sedang menghadapi perang dengan fasisme Jerman, sehingga mudah untuk Jepang merebut negara-negara di Asia Tenggara, terlebih setelah Jepang menjatuhkan bom di Pearl Harbour, pangkalan militer milik Amerika Serikat. Setelah menduduki Indonesia pada 1942, pemerintah militer Jepang menerapkan ekonomi perang. Semua hasil bumi dan bahan makanan digunakan Jepang untuk keperluan perang. Terjadi penjatahan makanan untuk rakyat, sehingga rakyat mengalami kelaparan yang luar biasa.

Industri tahu pun mengalami hal yang sama. Kedelai saat itu dibatasi dan produsen tahu hanya mendapatkan jatah 8 kilogram kedelai per minggu (Hartati, 2001, 41). Tentunya hal itu berdampak pada hasil produksi yang juga berkurang. Meski begitu, usaha tahu tetap bisa berjalan dengan skala industri yang tetap *cottage industry*.

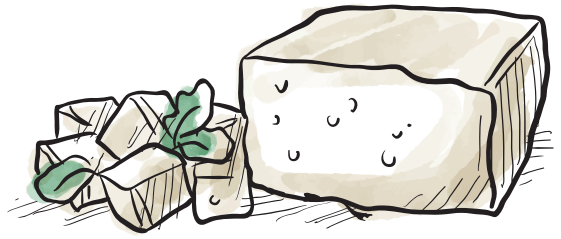
Setelah Indonesia merdeka pada 1945, keberadaan ekonomi negara masih belum stabil. Keadaan sosial politik yang masih waspada akan adanya serangan pihak luar terhadap kemerdekaan Indonesia

¹¹ Odjo Mihardja adalah pendiri usaha tahu Sumedang bernama Tahu Odjo Saputra. Namun, di kemudian hari, usaha tahunya mengalami kemunduran karena tidak adanya penerus.

¹² *Stamplat* berasal dari bahasa Belanda, yaitu *staanplaat*. *Staanplaat* adalah tempat umum untuk menunggu kendaraan umum seperti bus. Dengan kata lain, *staanplaat* adalah sebutan untuk terminal pada saat itu.

membuat pemerintahan belum bisa menjalankan roda ekonomi secara maksimal. Kegiatan ekonomi saat itu lebih ditekankan pada perbaikan dan pemulihan keadaan. Pada 14 November 1945, Kabinet Syahrir I dibentuk dan menggantikan kabinet presidensial. Kabinet Syahrir I mencanangkan beberapa program pokok yang mencakup aspek ekonomi berupa distribusi pangan dan menanggulangi keuangan ekonomi.

Pada Kabinet Syahrir II yang dibentuk pada 12 Maret 1946, pemerintah mencanangkan program ekonomi berupa penyempurnaan produksi, distribusi sandang dan pangan, serta pengambilalihan perusahaan perkebunan asing (Leirissa, 1996, 92–93). Usaha-usaha perbaikan dan pemulihan ekonomi banyak dilakukan oleh pemerintah, tetapi belum menghasilkan dampak yang besar. Sejak kemerdekaan sampai 1950, industri tahu belum mengalami perbaikan dan kemajuan yang signifikan.



BAB 3

TAHU PUNYA CERITA, SEJARAH PUN TERCIPTA

Mulai 1950, alat-alat produksi banyak didatangkan dari luar negeri dan pemerintah memberikan bantuan bagi proses produksi. Modernisasi industri di Tanah Air sangat digenjut oleh pemerintah. Pemerintah menargetkan industri-industri padat modal untuk diberikan bantuan mesin-mesin industri (Leirissa, 1996). Industri tahu adalah salah satu yang mendapatkan bantuan mesin dari pemerintah. Berdasarkan data dari Departemen Perindustrian, sekitar 1950-an terdapat bantuan pemberian tiga buah mesin penggilingan kedelai bagi industri tahu.

Tidak dijelaskan untuk daerah mana saja mesin tersebut disalurkan, yang jelas pada tahun tersebut industri tahu di Sumedang masih menggunakan alat sederhana. Meski begitu, industri tahu Ong Bung Keng mulai menerima tenaga kerja dari luar selain dari keluarga. Industri rumahan seperti Tahu Bungkeng ini bisa menyerap tenaga 3–5 orang. Kapasitas kedelai yang dipakai untuk produksi setiap hari rata-rata sebesar 50 kg kedelai (Hartati, 2001).

Saat itu, usaha tahu belum berbentuk kios, yakni konsumen mendatangi kios tahu untuk membelinya. Ong Bung Keng menjajakan tahunya pertama kali dengan cara menjualnya langsung kepada

konsumen dengan bersepeda. Setelah memiliki modal yang cukup, barulah ia membuka sebuah kios kecil untuk menjual tahunya.¹³ Selain itu, terdapat warga pribumi yang ingin ikut bekerja dalam industri tahu. Mereka menjajakan tahu dengan cara asongan (Neni, 4 Maret 2017).

Mereka mengambil tahu dari pabrik dan menjajakannya di tempat umum seperti di terminal, pasar, pinggir jalan raya, ataupun berkeliling ke rumah-rumah penduduk. Saat itu Bungkeng hanya memproduksi 500 potong tahu per hari, dan harga satu potong tahu adalah 5 sen.

Bentuknya persegi, makanan apa ini bentuknya persegi? Lama-lama orang jadi tertarik, karena keunikan itu yang membuat tahu jadi laku (*Ong Yu Kim, putra Ong Bung Keng*)¹⁴

Tidak ada aturan khusus untuk penerimaan tenaga para penjaja asongan tersebut. “*Orang-orang yang menjadi penjaja asongan tahu adalah yang mereka yang datang ke pabrik sejak pagi hari, dan bisa terjadi rebutan untuk menjual tahu*” (Neni, 4 Maret 2017). Dapat dikatakan bahwa industri tahu pada 1950-an itu sudah berkembang dari industri rumahan menjadi industri kecil. Industri kecil umumnya menyerap tenaga kasar atau setengah terlatih.

Bagi wilayah yang sebagian besar penduduknya masih masuk kategori miskin dan tidak memiliki bekal pendidikan, industri kecil seperti tahu Sumedang ini menjadi salah satu pilihan untuk mereka mendapatkan pekerjaan. Penggunaan tenaga mereka dalam proses industri, yang secara tidak langsung meningkatkan keterampilan

¹³ Kios yang pertama dibangun oleh Ong Bung Keng berada di Jalan 11 April, Kota Sumedang. Saat ini tempat tersebut menjadi pusat oleh-oleh tahu Sumedang Bung Keng.

¹⁴ Ong Yu Kim adalah putra Ong Bung Keng yang meneruskan usaha tahu miliknya. Hingga sekarang usaha tahu dilanjutkan oleh putra Ong Yu Kim yang bernama Suryadi.

mereka, menunjukkan bahwa keberadaan industri kecil menghasilkan tenaga kerja terlatih dalam jumlah besar (Clapham, 1991).

Maka, sejak industri tahu Sumedang yang dimulai oleh Bung Keng dikenal masyarakat lokal dan cukup berhasil, muncul industri tahu lainnya. Sejak 1950-an saja, tercatat dalam memori masyarakat bahwa ada usaha tahu selain Tahu Bungkek, di antaranya ada tahu Yoe Fo dan tahu Ojolali.¹⁵ Semuanya masih perusahaan tahu yang dimiliki warga etnis Tionghoa. Baru pada 1960 muncul perusahaan tahu Sumedang yang dimiliki orang pribumi. Perusahaan tahu tersebut bernama Saribumi, yang dibuat oleh Epen Oyib.

Tidak hanya Saribumi, sebenarnya ada beberapa perusahaan tahu Sumedang lain yang berdiri pada 1960-an, tetapi namanya tidak tercatat dengan baik, dan mungkin usahanya tidak berjalan mulus sehingga masyarakat tidak ada yang mengingatnya. Perusahaan tahu Saribumi, yang notabene industri tahu baru saat itu, berani muncul dengan kapasitas yang bisa dibilang lebih besar dari perusahaan tahu yang sudah ada sebelumnya. Jumlah tenaga kerja yang diserap bisa sampai 10 orang. Kapasitas kedelai yang dipakai untuk produksi pun meningkat menjadi sekitar 50–100 kg per hari. Hal itu bisa terwujud karena mulai dipakainya mesin diesel untuk menggiling kedelai (Dela, 5 Mei 2017).¹⁶

Perusahaan-perusahaan tahu ini banyak berdiri di sekitar jalan protokol. Letaknya yang strategis membuat kios tahu mudah dijangkau oleh orang-orang yang melintas dari jalan utama. Untuk perusahaan tahu Saribumi yang didirikan oleh Epen Oyib, usaha pertamanya justru bukan di Sumedang. Menurut penuturan cucunya, Epen Oyib sempat bekerja di Tahu Yoe Fo. Setelah beberapa lama bekerja sambil

¹⁵ Tidak ada catatan valid yang menunjukkan jumlah pengusaha tahu saat itu. Informasi tersebut diperoleh dari wawancara dengan Ibu Neni.

¹⁶ Dela merupakan cucu pendiri Tahu Saribumi.

mengamati dan memiliki modal yang cukup, Epen Oyib merantau ke Jakarta dan membuka usaha tahu.

Keberadaan perusahaan tahu Saribumi di Jakarta tidaklah terlalu lama, karena adanya suatu kecelakaan yang berkaitan dengan rusaknya pabrik perusahaan akhirnya perusahaan tahu Saribumi di Jakarta ditutup (Dela, 5 Mei 2017). Setelah membuka usaha di Jakarta, Epen Oyib kembali mencoba peruntungan di Kota Bogor. Sama seperti yang di Jakarta, usaha tahu di Bogor tidak berjalan lama. Mungkin inilah yang membuat masyarakat di Ibu Kota dan sekitar Jabodetabek mulai mengenal makanan yang disebut tahu Sumedang. Saat itu tahu Saribumi juga dikenal dengan sebutan tahu Oyib. Kemudian barulah setelah itu Epen Oyib membuka usaha tahu di Kota Sumedang, yang letaknya berada di Jalan Rancapurut.¹⁷

Sebagai pengusaha asli pribumi Sumedang, tahu Saribumi menjadi perusahaan yang ditukan oleh perusahaan tahu Sumedang lainnya, termasuk oleh perusahaan tahu milik orang Tionghoa yang sudah ada lebih awal. Apa yang dilakukan Epen Oyib bisa dibilang cukup berani. Dengan keadaan ekonomi negara yang sedang sulit setelah Presiden Soekarno mengeluarkan Dekrit Presiden pada 5 Juli 1959¹⁸, dan membuat kebijakan politik Demokrasi Terpimpin. Kas negara yang ada digunakan untuk mewujudkan proyek GANEFO¹⁹

¹⁷ Toko tahu yang dibuka di Sumedang kemudian menjadi Pusat Oleh-oleh Tahu Sumedang Saribumi dan terdapat kantor perusahaannya pula. Perusahaan tahu Saribumi juga mengklaim memiliki pembukuan akuntansi dari awal perusahaan berdiri hingga sekarang.

¹⁸ Dekrit Presiden 5 Juli 1959 adalah sebuah keputusan yang dikeluarkan oleh Presiden Soekarno dalam rangka mengembalikan bentuk negara kembali menjadi Republik Indonesia setelah melewati masa parlementer (Republik Indonesia Serikat). Juga instruksi penggunaan kembali UUD 1945 setelah sebelumnya menggunakan UUD Sementara di masa parlementer.

¹⁹ *Games of the New Emerging Forces* (Ganefo) adalah suatu acara olahraga internasional yang dibuat oleh Indonesia sebagai bentuk tandingan ajang olahraga Asian Games setelah Indonesia dikeluarkan dari keanggotaan Komite Olimpiade Internasional. Karena hal tersebut, Presiden Soekarno menganggap jika Asian Games adalah bagian dari neo kolonialisme, sehingga harus dilawan.

dan CONEFO²⁰ yang biasa disebut proyek mercusuar.²¹ Keadaan tersebut membuat munculnya keresahan sosial di berbagai tempat yang juga memicu berbagai pergolakan politik yang berakhir pada kejatuhan Soekarno.

Presiden Soekarno, selaku Mandataris MPRS, diminta pertanggungjawaban oleh MPRS di dalam Sidang Umum MPRS pada 1966 mengenai kebijakan yang telah dilakukan. Presiden Soekarno memberikan pertanggungjawabannya melalui Pidato *Nawaksara*. Sayangnya, pidato yang diberikan oleh Presiden Soekarno tidak berisi suatu solusi dari permasalahan yang ada melainkan berisi amanat-amanat yang biasa ia berikan dalam pidato-pidato lainnya. Terlebih lagi pidato tersebut tidak menyinggung peristiwa G30S, sehingga membuat MPRS kecewa. Hal ini juga direspons negatif oleh kebanyakan pihak karena Presiden dianggap tidak menjalankan Tritura²². Untuk mengurangi gejala yang ada, pimpinan ABRI meminta Presiden Soekarno menyerahkan kekuasaan kepada Jenderal Soeharto sebagai Pengemban Tap IX/MPRS/1966. Setelah melalui proses pemikiran yang rumit antara pimpinan ABRI dan Presiden Soekarno, akhirnya pada 20 Februari 1967 Presiden Soekarno secara resmi menyerahkan kekuasaan pemerintahan kepada Jenderal

²⁰ *Conference of the New Emerging Forces* (Conefo) adalah kegiatan konferensi yang digagas oleh Presiden Soekarno untuk menghimpun kekuatan negara-negara berkembang yang baru merdeka, agar bisa menyaingi organisasi PBB yang dikuasai oleh Amerika Serikat. Conefo memiliki arah nonblok, tetapi kegiatan ini tidak pernah terlaksana.

²¹ Proyek Mercusuar adalah sebutan untuk proyek-proyek yang diinisiasi oleh Presiden Soekarno yang bertujuan menjadikan Indonesia sebagai mercusuar dunia dengan pembangunan yang ada. Peninggalan fisik dari kedua proyek tersebut di antaranya Kompleks Istora (Istana Olahraga) Senayan, Hotel Indonesia, Monumen Nasional, Masjid Istiqlal, Gereja Katedral, dan gedung MPR/DPR.

²² Tritura merupakan Tiga Tuntutan Rakyat yang dibawa oleh gabungan aksi massa KAMI dan mahasiswa Universitas Indonesia selama kurang-lebih 60 hari sejak 10 Januari 1966. Tritura berisi pembubaran PKI, perombakan kabinet Dwikora, dan perbaikan ekonomi.

Soeharto (Poesponegoro & Notosusanto, 2008). Indonesia kemudian memasuki babak perpolitikan dan ekonomi baru yang berbeda dari masa sebelumnya, yaitu Orde Baru (Leirissa, 1996).

Di tengah-tengah pergolakan politik, sosial, dan ekonomi yang terjadi di dalam negeri, perusahaan-perusahaan tahu yang ada di Sumedang tidak terlalu mendapatkan pengaruh yang berarti. Mungkin karena perusahaan-perusahaan yang ada masih tergolong industri padat karya yang tidak besar, sehingga bisa tetap mempertahankan keberadaannya. Setelah kepemimpinan Soekarno jatuh, Indonesia masuk ke babak pemerintahan baru yang dipimpin oleh Soeharto. Program awal pemerintah Orde Baru adalah memprioritaskan stabilisasi dan rehabilitasi ekonomi. Stabilisasi berarti pengendalian inflasi, supaya harga-harga tidak melonjak secara cepat, sedangkan rehabilitasi meliputi rehabilitasi secara fisik prasarana, rehabilitasi ekspor, serta rehabilitasi alat-alat produksi yang mengalami kerusakan (Poesponegoro & Notosusanto, 2008). Upaya-upaya tersebut termasuk dalam Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita) I. Repelita I mulai dilaksanakan pada 1 April 1969.

Repelita I memiliki tujuan meningkatkan taraf hidup rakyat sekaligus meletakkan dasar-dasar bagi pembangunan tahap-tahap berikutnya, sasaran yang ingin dicapai adalah pangan, sandang, perbaikan prasarana, perumahan rakyat, perluasan lapangan kerja, dan kesejahteraan rohani. Titik beratnya diletakkan pada pembangunan di bidang pertanian melalui proses pembaruan bidang pertanian. Melalui proses pembaruan tersebut, Repelita I mengusahakan peningkatan sumbangan dari sektor industri daripada sektor agraria (Poesponegoro & Notosusanto, 2008).

Selama lima tahun Repelita I berjalan telah terjadi peningkatan pada sebagian besar hasil pertanian. Dalam setahun, komoditas beras mengalami kenaikan rata-rata 4%. Hasil pertanian lain yang juga meningkat adalah cengkih, kelapa sawit, tebu, kedelai, karet,

kacang tanah, lada, dan jagung. Pusat-pusat tenaga listrik pun telah dibangun di beberapa wilayah, baik yang tenaga air, uap, maupun diesel (Poesponegoro & Notosusanto, 2008). Meningkatnya hasil pertanian kedelai dan tersedianya sumber listrik di masa Orde Baru, membuat industri tahu Sumedang juga makin berkembang di masa itu. “Kapasitas produksi maksimal yang dihasilkan bisa mencapai ribuan potong tahu dari 100–150 kg kedelai” (Neni, 4 Maret 2017). Potensi calon pembeli pun mengalami peningkatan. Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintahan Orde Baru, seperti jalan raya, kantor-kantor pemerintahan, pusat kegiatan ekonomi, perumahan nasional, serta lembaga pendidikan, membuat pertumbuhan penduduk meningkat, dan tentunya ini menjadi potensi bagi usaha-usaha yang ada, termasuk industri tahu di Sumedang.

Kemajuan yang ada di kota-kota besar, terutama di Ibu Kota, menjadi suatu daya tarik dan membuat banyak orang-orang dari daerah lain mencoba peruntungan dengan merantau ke Jakarta. Urbanisasi pun terjadi, banyak yang berlomba-lomba ingin mendapatkan pekerjaan di Ibu Kota. Bagi mereka yang memiliki bekal pendidikan dan pengetahuan yang memadai, tentunya akan mudah mendapatkan pekerjaan. Masyarakat Sumedang dengan latar belakang yang berbeda-beda, juga melakukan urbanisasi. Banyaknya orang daerah yang menetap di Jakarta membuat Jakarta mendapati satu tradisi yang disebut *mudik*²³ setiap tahunnya. Seperti yang diketahui bahwa masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam. Pada 1970, penduduk muslim memiliki persentase sebanyak 87%.²⁴ Mudik dilakukan setiap menjelang hari raya Idulfitri oleh sebagian besar warga Jakarta yang berasal dari daerah untuk bertemu kembali dengan sanak keluarga.

²³ Mudik merupakan bahasa Sunda yang terdiri atas kata *muih* dan *udik*. *Muih* artinya pulang dan *udik* artinya kampung. Secara harfiah, mudik berarti pulang kampung.

²⁴ Data Biro Pusat Statistik Tahun 1970

Setelah selesai libur Hari Raya, mereka akan kembali pulang ke Ibu Kota dan biasanya membawa oleh-oleh dari daerah masing-masing. Oleh-oleh yang khas dari Kota Sumedang tentunya tahu dan ubi Cilembu²⁵. Hal itu membuat industri tahu makin berkembang. Banyak perusahaan tahu yang mendirikan pabrik dan kios-kiosnya di tempat-tempat strategis seperti pinggir jalan protokol. Terdapat dua kecamatan di Kota Sumedang, yaitu Kecamatan Sumedang Utara dan Sumedang Selatan. Sumedang Utara merupakan wilayah perekonomian masyarakat. Pasar dan pusat-pusat belanja terkonsentrasi di wilayah itu, termasuk toko-toko tahu Sumedang. Sementara wilayah Sumedang Selatan merupakan wilayah pemerintahan karena wilayah ibu kota dan kantor-kantor pemerintahan berada di Sumedang Selatan.

...permintaan kedelai per kapita sejak periode 1970 sampai 1990 telah meningkat 160%. ... peningkatan konsumsi kedelai ini tidak dapat diimbangi oleh peningkatan produksi kedelai dalam negeri, maka terjadi kesenjangan. Kesenjangan itu ditutup dengan kedelai impor yang banyak menyita devisa (Zakiah, 2011).

Sebagai sebuah industri yang sedang berkembang, perusahaan-perusahaan tahu Sumedang harus bisa menjaga ketersediaan dan kestabilan pasokan kedelai untuk kegiatan produksi. Bertambahnya jumlah penduduk menyebabkan bertambahnya potensi minat pembeli, bertambahnya potensi minat pembeli, bertambahnya permintaan, dan bertambahnya permintaan menyebabkan kapasitas produksi yang dihasilkan harus bertambah. Belum lagi bermunculan perusahaan-perusahaan tahu baru yang mencoba ikut bersaing di dunia bisnis tahu. Produsen-produsen tahu yang baru memulai usahanya sering kali mengalami kesulitan untuk mendapatkan pasokan kedelai. Selain sulit, harga kedelai mengalami fluktuasi yang tidak bisa diprediksi.

²⁵ Ubi Cilembu merupakan makanan khas Kota Sumedang berupa ubi yang berasal dari Desa Cilembu, Sumedang. Ubi Cilembu terkenal akan rasanya yang sangat manis bila dipanggang.

Sudah dijelaskan pada Bab sebelumnya bahwa masyarakat Sumedang memiliki ikatan gotong royong yang sangat kuat serta memiliki rasa saling peduli terhadap sesama yang tinggi yang biasa dimiliki oleh masyarakat pedesaan, karena orang Sunda menganut filosofi hidup *silih asah, silih asuh, silih asih*. Menyadari banyaknya pendatang baru dalam dunia usaha tahu dan mengalami kesulitan tidak membuat perusahaan-perusahaan yang sudah lama berdiri ini merasa berkurang pesaingnya. Justru mereka juga ingin membantu mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki perusahaan-perusahaan tahu yang baru. “*Para produsen tahu senior beberapa kali melakukan pertemuan untuk membahas hal tersebut*” (Neni, wawancara, 4 Maret 2017). Setelah melakukan beberapa kali pertemuan, para produsen tahu senior sepakat untuk mendirikan organisasi koperasi yang diberi nama Koperasi Industri Tahu Sumedang (Kopintasum) (Dela, wawancara, 5 Mei 2017).

Koperasi ini dibentuk pada 20 Mei 1978 dan memiliki fokus utama dalam hal pengadaan serta penyaluran kedelai untuk para anggotanya. Saat itu Kopintasum bekerja sama dengan Primer Koperasi Tahu Tempe Indonesia (Primkopti) Kota Bandung dalam pengadaan kedelai. Ternyata usaha itu pun masih mengalami kesulitan di bidang pengadaan kedelai. Pada 11 Juni 1980, kembali diadakan pertemuan antarpengurus Kopintasum dan kali ini dihadiri oleh perwakilan dari Kantor Departemen Koperasi, Dinas Perindustrian, dan Pemerintah Daerah Tingkat II Sumedang Bagian Perekonomian. Dalam pertemuan tersebut, diputuskan bahwa Kopintasum akan menjadi Primkopti Sumedang. Primkopti Sumedang akan menginduk langsung kepada Kopti Jawa Barat (Hartati, 2001, 63). Keanggotaan Primkopti tidak hanya berisi para produsen tahu, tetapi juga para produsen tempe.

Di masa Orde Baru, memang banyak penyaluran bantuan pemerintah dalam bentuk koperasi seperti KCK dan KUK.²⁶ Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan pada prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan pada asas kekeluargaan. Prinsip koperasi telah dicantumkan dalam UU No. 12 Tahun 1967 dan UU No. 25 Tahun 1992. Prinsip koperasi di Indonesia sama dengan prinsip koperasi internasional, hanya ada satu perbedaan, yaitu dalam prinsip koperasi Indonesia terdapat penjelasan mengenai Sisa Hasil Usaha (SHU) (Hendar & Kusnadi, 2005). Berdasarkan pada Pasal 4 UU No. 25 Tahun 1992, dijelaskan bahwa koperasi memiliki fungsi dan peranan, antara lain, mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi anggota dan masyarakat, berupaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia, memperkokoh perekonomian rakyat, mengembangkan perekonomian nasional, serta mengembangkan kreativitas dan jiwa berorganisasi bagi pelajar bangsa.

Sebagai sebuah koperasi, Primkopti Sumedang dibuat dengan tujuan para produsen tahu bisa terhindar dari kebangkrutan dan menyatukan semua produsen tahu dalam ikatan koperasi untuk kesejahteraan mereka. Nantinya Primkopti akan memberikan bantuan pinjaman modal kepada para anggotanya. Pinjaman modal didapatkan dari simpanan anggota saat pertama kali masuk. Besarnya pinjaman bergantung pada besarnya simpanan anggota yang dijamin di koperasi. Bantuan koperasi bisa dalam bentuk uang atau alat produksi. Primkopti menyediakan alat giling mesin bagi para produsen tahu yang membutuhkannya. Produsen bisa membelinya secara lunas ataupun dicicil. Kedelai juga tidak hanya dapat dibeli oleh anggota

²⁶ KCK adalah kependekan dari Kredit Candak Kulak. KUK adalah kependekan dari Kredit Usaha Kecil.

koperasi, tetapi yang bukan anggota koperasi pun dapat membeli kedelai dari Primkopti.

Di awal berdirinya, hanya sedikit produsen yang bergabung ke dalam Primkopti. Kebanyakan dari mereka bukan tidak mau bergabung, mereka hanya masih belum mengerti kenapa harus masuk ke koperasi dan mereka tidak mendapatkan penjelasan yang komprehensif tentang apa itu koperasi. Padahal, untuk mendapatkan pasokan kedelai yang besar dari Bulog²⁷, koperasi juga harus memiliki keanggotaan yang banyak, karena pastinya jatah kedelai yang dikirimkan pemerintah setiap bulannya harus sesuai dengan kebutuhan para produsen tahu ataupun tempe. Karena hal tersebut, terjadi penyimpangan dalam tubuh keanggotaan koperasi. Untuk mendapatkan pasokan kedelai sebesar 100 ton setiap bulannya, Primkopti Sumedang membuat data keanggotaan fiktif (Hartati, 2001).

Pada dasarnya, nama-nama yang digunakan adalah nama-nama produsen tahu yang sebenarnya, tetapi mereka bukan anggota koperasi. Kasus yang serupa dialami Kopti Jawa Tengah. Pada 23 Juli 1981, Kopti Jawa Tengah dituntut oleh Pengadilan Negeri Jawa Tengah karena terbukti melakukan penyelewengan kedelai sebesar Rp5,7 miliar (Harian Kompas, *Ketua Ikapti: Pengusutan Korupsi Kedelai Jangan Hanya di Jateng*, 1984).

²⁷ Bulog adalah kependekan dari Badan Urusan Logistik. Bulog merupakan sebuah perusahaan umum milik negara yang dibentuk pada 10 Mei 1967 berdasarkan pada Keputusan Presidium Kabinet No. 114/U/Kep/5/1967, dengan tujuan pokok untuk mengamankan penyediaan pangan dalam rangka menegakkan eksistensi pemerintahan baru (Orde Baru). Selanjutnya, direvisi melalui Keppres No. 39 Tahun 1969 tanggal 21 Januari 1969 dengan tugas pokok melakukan stabilisasi harga beras, dan kemudian direvisi kembali melalui Keppres No. 39 Tahun 1987, yang dimaksudkan dalam rangka mendukung pembangunan komoditas pangan yang multikomoditas. Perubahan berikutnya dilakukan melalui Keppres No. 103 Tahun 1993, yang memperluas tanggung jawab Bulog mencakup koordinasi pembangunan pangan dan meningkatkan mutu gizi pangan, yaitu ketika Kepala Bulog dirangkap oleh Menteri Negara Urusan Pangan.

Sebagai organisasi pun, Primkopti di masa awal ini memiliki struktur organisasi yang tidak teratur, manajemen dan pengelolannya belum maksimal, serta ada posisi-posisi yang diisi oleh seseorang dengan rangkap jabatan. Hal itu membuat pengawasan pemasukan dan pengeluaran kedelai menjadi tidak terkontrol (Hartati, 2001). Bisa jadi ada jatah kedelai yang seharusnya diterima oleh suatu produsen, tetapi beralih ke produsen lain. Di masa Orde Baru, lumrah terjadi penyimpangan jabatan dan penyalahgunaan kekuasaan dari level yang tertinggi hingga level yang terendah. Penyebabnya adalah banyak sumber daya manusia yang tidak kompeten dalam tugasnya, ditambah besarnya jumlah aliran dana pembangunan dari pemerintah pada masa itu.

Memasuki 1980, perusahaan tahu di Sumedang kian bertambah. Sejak 1979, terdapat 40 unit perusahaan tahu di Sumedang yang sudah berdiri, selama enam tahun berikutnya jumlahnya meningkat menjadi 50 unit perusahaan. Dalam waktu setahun kemudian, perusahaan tahu berkurang hingga menjadi 47 unit perusahaan. Pada 1987, bertambah kembali menjadi 54 unit perusahaan, pada 1988 menjadi 55 unit perusahaan, dan pada 1989 menjadi 92 unit perusahaan tahu Sumedang.

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Perusahaan Tahu Sumedang

Tahun	Jumlah Perusahaan Tahu
1979	40
1980	41
1985	50
1986	47
1987	54
1988	55
1989	92

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1979–2000

Berdasarkan pada data-data tersebut, bisa dikatakan bahwa usaha industri tahu Sumedang memiliki potensi pengembangan yang cukup tinggi. Didukung dari besarnya potensi calon pembeli dan nama tahu Sumedang yang makin dikenal banyak orang. Tidak mengherankan jika pada 1980-an makin banyak jumlah pedagang tahu Sumedang yang bentuknya kios kecil. Kios kecil ini biasanya milik orang lain yang bekerja sama dengan perusahaan tahu yang sudah ada. “*Mereka membeli tahu mentah dari pabrik-pabrik tahu yang ada, tahu mentah tersebut dijual per papan*” (Neni, wawancara, 4 Maret 2017). Setiap papan tahu saat itu dihargai Rp500–600. Mereka membayar langsung tahu-tahu tersebut sehingga tidak bersifat memberi setoran kepada pihak pabrik. Setelah digoreng, tahu tersebut mereka jual di kios dan juga dijual lagi kepada pedagang asongan. Per papan tahu mereka jual sekitar dua kali lipat dari harga beli ke pabrik. Para pedagang asongan ini menjualnya di tempat umum, seperti pasar, pinggir jalan raya, terminal, dan tempat rekreasi. Yang khas dari tahu Sumedang adalah wadah tahu yang berbentuk keranjang terbuat dari anyaman bambu tipis, yang disebut *bongsang* atau *awi tali*²⁸.

Meskipun pada 1970–1990 bisa dibilang merupakan tahun keemasan untuk industri tahu Sumedang, bukan berarti tidak ada usaha yang mengalami kemunduran, bahkan tutup perusahaan. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan suatu perusahaan bersaing dengan perusahaan lain yang sudah besar, biasanya terjadi kepada perusahaan tahu baru. Lalu, karena perusahaan tersebut masih baru, mereka tidak mampu beradaptasi dengan kondisi pasar kedelai secara cepat sehingga dapat terlihat ada dua karakter perusahaan yang berbeda

²⁸ *Awi tali* artinya tali yang terbuat dari bambu. Sementara *bongsang* memiliki arti bentuk anyaman. Sebelum digunakan sebagai wadah tahu, *bongsang* merupakan keranjang buah-buahan. Bisa juga dipakai untuk wadah tape singkong/*peuyeum*. Biasanya para penjual tahu asongan menaruh tumpukan *bongsang* di atas kepalanya. Itu biasa terlihat di wilayah terminal, baik di terminal Kota Sumedang, Bandung, dan Jakarta.

di industri tahu Sumedang ini. Karakter pertama adalah perusahaan tahu yang sudah memiliki pengalaman beradaptasi terhadap pangsa pasar kedelai dan dapat mengatur dengan baik hasil produksinya. Perusahaan yang seperti itu bisa bertahan melewati berbagai krisis, naik-turun harga kedelai dan minyak goreng. Karakter yang kedua adalah perusahaan tahu kecil yang rentan terkena guncangan ekonomi.

Pada dasarnya usaha tahu adalah usaha kecil yang memerlukan modal yang juga relatif kecil. *“Meski begitu, usaha kecil dengan hasil produksi yang kecil akan bisa kalah saing dan mengalami kebangkrutan”* (Neni, 4 Maret 2017). Ada fluktuasi tajam di dalam kelompok perusahaan kecil. Terdapat teori bahwa sebuah perusahaan baru dalam tiga tahun pertamanya akan memiliki persentase kegagalan sebesar 50–75%, dan hanya 10–20% perusahaan yang masih bertahan sampai lima tahun sejak didirikannya (Clapham, 1991).

Tabel 3. Potensi Industri Kecil 1992–1997

Tahun	Jumlah Unit Usaha
1992	3831
1993	3847
1994	3922
1995	4028
1996	3312
1997	5729

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000.

Sepanjang 1990-an, dapat dikatakan bahwa industri tahu Sumedang merupakan salah satu potensi yang terus berkembang. Dapat dilihat dari Tabel 3 bahwa sejak 1992 hingga 1997, terdapat penambahan jumlah industri kecil. Meski terjadi penurunan pada 1996, peningkatan terjadi kembali pada 1997. Dari data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa industri tahu, sebagai bagian dari industri kecil di Sumedang, mengalami peningkatan tersebut. Para

konsumen tahu yang kebanyakan berasal dari kelas menengah ke bawah mendapatkan manfaat dari keberadaan industri tahu. Secara umum perusahaan kecil memberikan sumbangan yang penting dalam bentuk penurunan biaya hidup bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah (Clapham, 1991, 19). Masyarakat yang berpenghasilan rendah lazimnya menginginkan suatu produk pemenuh kebutuhannya yang berharga murah. Tahu merupakan sumber pangan murah yang bisa dijadikan lauk untuk dimakan dengan nasi.

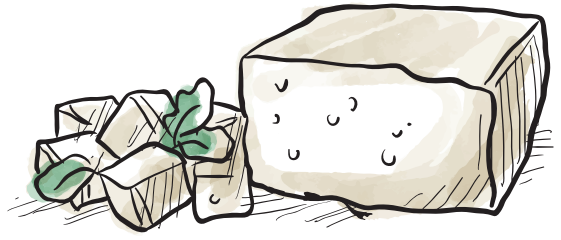
Selain itu, tahu memiliki banyak manfaat yang baik bagi tubuh. Di dalam 100 gram kedelai mengandung 34,9 gram protein, 331 kalori, 18,1 gram lemak, 34,8 gram hidrat arang, 227 mg kalsium, 585 mg fosfor, 8 mg zat besi, vitamin A, dan vitamin B1. Sebagai sumber protein yang baik, kedelai juga memiliki manfaat seperti meningkatkan metabolisme tubuh, menguatkan sistem imun tubuh, menstabilkan kadar gula darah, menambah daya ingat, membentuk tulang yang kuat, menurunkan risiko sakit jantung, menurunkan tekanan darah dan kolesterol, mencegah *menopause* bagi wanita, menurunkan risiko kanker payudara, menurunkan risiko kanker prostat, serta mengurangi risiko serangan jantung dan *stroke* (Alodokter, 2020). Bisa dikatakan bahwa masyarakat berpenghasilan rendah bisa mendapatkan asupan yang sehat dan bergizi melalui makan tahu.

Tabel 4. Jumlah Tenaga Kerja Menurut Status Pekerjaan

Tahun	Petani	Buruh Tani	Pedagang
1993	141370	71421	42983
1994	130752	38792	60513
1995	126722	37717	65697
1996	126491	37773	66193
1997	123980	36943	65826

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

Industri tahu Sumedang juga membawa beberapa dampak positif terhadap masyarakat. Industri tahu menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat kecil yang berusaha memperbaiki taraf hidupnya. Seperti diketahui, ketika bekerja di dalam industri tahu, secara tidak langsung para pekerja belajar bagaimana cara membuat tahu. Bagi para pekerja yang ingin mengubah nasibnya menjadi lebih baik lagi, mereka akan berusaha mengumpulkan modal dan kemudian membuka usaha tahu sendiri, seperti yang dilakukan oleh Pak Epen Oyib dan Pak Ateng. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa sejak 1993 hingga 1996, jumlah tenaga kerja petani dan buruh tani menurun setiap tahun. Sementara jumlah pedagang setiap tahun mengalami kenaikan. Masyarakat Sumedang, yang mayoritas bekerja di sektor pertanian, pada akhirnya akan memilih jenis pekerjaan lain yang bisa menaikkan taraf hidup mereka, salah satunya menjadi pedagang. Dalam hal itu, menjadi pedagang tahu Sumedang adalah pilihan yang terbaik mengingat tren industri tahu Sumedang pada masa itu sedang bagus. Barulah pada 1997, jumlah petani, buruh tani, ataupun pedagang mengalami penurunan, yang penyebabnya bisa dipastikan adalah krisis ekonomi yang dimulai pada 1997.



BAB 4 DATANG KRISIS, TAHU PUN MENIPIS



Foto: M. Luthfi (2019)

Gambar 4. Perbandingan bentuk tahu dari dua perusahaan yang berbeda. Sebelah kiri adalah tahu dari Perusahaan Tahu Saribumi, sebelah kanan adalah tahu dari Perusahaan Tahu Bungkeng.

Pada dasarnya, pemerintahan Orde Baru adalah periode pemerintahan yang berhasil melakukan perubahan yang cukup signifikan

Buku ini tidak diperjualbelikan.

terhadap pembangunan di Indonesia. Meskipun sering disebut sebagai pembangunan semu karena asal modal pembangunan tersebut berasal dari pinjaman lunak negara lain, Presiden Soeharto bisa dengan baik mengalokasikan dana bantuan tersebut ke berbagai sektor pembangunan dan masyarakat merasakan manfaatnya, contohnya pembangunan SD Inpres²⁹. Pada sepuluh tahun pertama pemerintahan Orde Baru (1971–1981), perekonomian Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Tingkat pertumbuhan ekonomi selalu berada di atas 5% per tahun, dan bahkan pada awal 1990-an, tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi salah satu yang tertinggi di dunia, mencapai rata-rata hingga 7% (Zon, 2004).

Peristiwa *oil boom*³⁰ yang terjadi pada 1973–1982³¹ menjadi faktor utama yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia sebagai negara penghasil minyak mendapatkan keuntungan besar dari peningkatan harga minyak yang mencapai 350% pada 1981. Namun, ada juga sektor lain yang menopang ekonomi Indonesia, yaitu sektor nonmigas lainnya yang mulai digalakkan oleh pemerintah Orde Baru pada awal 1980-an. Bukan hanya indikator pertumbuhan ekonomi dan tingkat inflasi yang menunjukkan perkembangan mengesankan, melainkan juga jumlah masyarakat miskin yang secara signifikan mengalami pengurangan. Pada 1993, jumlah penduduk miskin Indonesia tinggal 15% dari jumlah penduduk padahal pada

²⁹ Wawancara dengan Prof. Dr. Anwar Nasution, MPA (mantan Ketua BPK Periode 2004-2009) pada 17 Februari 2016

³⁰ *Oil boom* sesungguhnya memiliki dua arti. Yang pertama, *oil boom* merupakan alat yang digunakan untuk membendung tumpahan minyak di atas laut sehingga tidak menyebar luas. Yang kedua, *oil boom* adalah ketika minyak bumi menjadi primadona ekspor yang memberikan penghasilan luar biasa bagi perekonomian.

³¹ *Oil boom* I terjadi ketika harga minyak di pasar dunia melonjak dari US\$1.67/barel menjadi US\$11.70/barel karena adanya krisis minyak sebagai akibat tindakan boikot negara-negara OPEC Timur Tengah yang sedang konflik dengan Israel. *Oil boom* II terjadi karena harga minyak terus melambung menjadi US\$15.65/barel pada 1979, US\$29.50/barel pada 1980, dan US\$35.00/barel pada 1981.

1970 mencapai 60% dari total penduduk Indonesia. Tingkat pengangguran mengalami penurunan yang signifikan hingga di bawah 10% dari total angkatan kerja.

Bukan hanya Indonesia, beberapa negara di Asia Timur dan Asia Tenggara juga mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup hebat. Di Asia Timur, negara seperti Korea Selatan dan Taiwan mendapatkan pertumbuhan ekonomi rata-rata 7% per tahun sejak 1986 hingga 1996. Di Asia Tenggara, negara Malaysia dan Thailand juga mengalami pertumbuhan rata-rata 6% setiap tahun pada 1986–1996. Namun, seorang ahli politik-ekonomi Amerika Serikat, Paul Krugman, memprediksi bahwa pertumbuhan ekonomi yang sedang terjadi di sebagian wilayah Asia pada saat itu memiliki risiko yang tinggi terkena suatu krisis. Menurutnya, ada empat hal yang telah dilakukan oleh negara-negara tersebut yang bisa menyebabkan krisis. Pertama, terlalu mengandalkan pada upah buruh yang rendah. Kedua, kurang memperhatikan faktor perencanaan sosial yang matang. Ketiga, menggunakan bahan-bahan produksi yang tidak ramah lingkungan. Dan yang keempat, campur tangan pemerintah terlalu besar hingga menyebabkan ketergantungan dan munculnya kronikroni kapitalisme (Krugman, 1994). Dengan demikian, ketika terdapat negara yang mengalami salah satu atau keempat hal tersebut, bila krisis terjadi, itu merupakan suatu konsekuensi yang harus diterima.

Pada pertengahan 1997, Thailand mengalami krisis mata uang. Pemerintah Thailand melalui *Bank of Thailand* melakukan kebijakan intervensi di pasar valuta asing dengan membeli dolar hingga US\$10 miliar dalam satu hari, untuk menjaga nilai tukar tetap *baht*³². Namun, ternyata kebijakan tersebut gagal, yang membuat *Bank of Thailand* mengembangkan mata uangnya pada 2 Juli 1997 (Harinowo, 2004). Krisis mata uang tersebut membuat nilai utang luar negeri menggelembung, baik oleh negara maupun swasta. Peristiwa yang dialami

³² Mata uang Thailand.

Thailand tersebut ternyata memberikan efek kepada negara-negara tetangga, termasuk Indonesia. Devaluasi yang dialami baht menular kepada rupiah di Indonesia. Untuk menangani hal itu, pemerintah melakukan *spread*³³ intervensi untuk menstabilkan rupiah. Prediksi saat itu, Indonesia bisa melalui krisis tersebut dengan baik karena melakukan *spread* intervensi.

Pada Agustus 1997, pemerintah membuat keputusan antara lain pengalihan dana BUMN dari bank-bank komersial ke SBI dan menaikkan tingkat suku bunga SBI (30% untuk satu bulan dan 28% untuk tiga bulan). Sayangnya, kebijakan tersebut justru mengakibatkan kurs rupiah terus merosot hingga Rp3.100 per dolar Amerika Serikat (AS) atau terdepresiasi hingga 32% sejak 1 Januari 1997. Sampai akhir 1997, keadaan rupiah tidak stabil hingga akhirnya rupiah ditutup pada nilai Rp4.650 atau terdepresiasi hingga 68,7%. Nilai tukar rupiah terhadap dolar AS terus meluncur dengan cepat ke lever sekitar Rp17.000 per US\$ pada 22 Januari 1998. Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar AS tersebut berdampak negatif terhadap posisi neraca pembayaran, terutama karena utang luar negeri makin membengkak.

Pada 1997, total utang luar negeri secara riil telah mencapai 64,2% dari GDP dan membengkak menjadi 95,3% dari GDP. Sementara saat itu cadangan devisa hanya tinggal sekitar US\$14,44 miliar. Sementara itu, angka inflasi pada akhir 1997 mencapai 11,1% per tahun dan terus meningkat hingga mencapai 77,6% per tahun pada 1998. Pertumbuhan ekonomi mengalami kontradiksi, yaitu pertumbuhan positif 3,4% pada kuartal ketiga 1997 hingga 0% pada kuartal terakhir 1997. Lalu, menciut tajam pada 1998, hingga akhirnya pada kuartal ketiga 1998 menjadi -17,9% (Zon, 2004).

Untuk mengatasi hal itu, atas desakan para ahli ekonomi di sekitarnya, Presiden Soeharto meminta bantuan kepada International

³³ *Spread* adalah istilah perbankan untuk selisih harga jual dan harga beli mata uang yang dilebarkan.

Monetary Fund (IMF). Maka, pada 31 Oktober 1997, ditandatangani Nota Kesepakatan (*Letter of Intent/LoI*) pertama dengan IMF oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad dan Gubernur Bank Indonesia Sudradjad Djiwandono dalam *Memorandum on Economic and Financial Policies*. Kesepakatan tersebut membuat pemerintah Indonesia melakukan pembaruan-pembaruan kebijakan, di antaranya transparansi penggunaan dana Bank Indonesia, perbaikan aturan hukum untuk restrukturisasi perbankan, penghapusan monopoli Bulog, penghentian subsidi, dan penutupan 16 bank swasta yang diduga IMF dikuasai oleh kroni-kroni Soeharto. Namun, usaha tersebut tidak membawa hasil yang positif (Poesponegoro & Notosusanto, 2008).

Apa yang dilakukan IMF tidak menciptakan suatu kondisi yang lebih baik, tetapi ternyata menjadi lebih buruk. Sebab, pada dasarnya, yang dilakukan IMF adalah proses liberalisasi ekonomi di Indonesia sehingga pasar bebas makin terbuka, kemudian menyarankan agar aset-aset negara yang penting untuk dijual. Di masa Orde Baru, kroni Soeharto menguasai hampir semua sektor ekonomi. Namun, setelah liberalisasi dilakukan IMF, kroni Soeharto bukan satu-satunya pihak yang memiliki kekuatan. Investor-investor berdatangan menanamkan modalnya dan menciptakan keadaan pasar yang lebih besar, menghasilkan berbagai produk kebutuhan yang harganya berbeda-beda.

Penghapusan monopoli Bulog adalah hal yang paling dirasakan dampaknya oleh para pengrajin kedelai di Indonesia, termasuk industri tahu di Sumedang. IMF menyatakan bahwa penghapusan monopoli Bulog dimaksudkan agar pemerintah tidak terus melakukan intervensi penentuan harga komoditas logistik. Namun, kenyataannya, ada dampak lain yang dihasilkan dari keputusan tersebut. Tidak adanya kontrol harga dari Bulog menyebabkan banyaknya komoditas kedelai dijual bebas dengan harga yang berbeda-beda. Terjadi persaingan antara Kopti dan penjual kedelai non-Kopti. Untuk mempertahankan usahanya, Kopti melakukan pembinaan kepada para anggotanya

Tabel 5. Hasil Produksi Kacang Kedelai dan Kacang Hijau di Sumedang Tahun 1993

No	Kecamatan	Kedelai			Kacang Hijau		
		Luas Panen (ha)	Hasil/Ha (Kwt)	Produksi (ton)	Luas Panen (ha)	Hasil/Ha (Kwt)	Produksi (ton)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	CIKERUH	6	10 00	6	-	-	-
2	CIMANGGUNG	38	8 68	33	-	-	-
3	TANJUNGSARI	-	-	-	-	-	-
4	RANCAKALONG	-	-	-	-	-	-
5	SUMEDANG UTARA	10	10 00	10	24	8 75	21
6	SUMEDANG SELATAN	10	10 00	10	-	-	-
7	SITURAJA	3	10 00	3	72	8 61	62
8	DARMARAJA	168	10 24	172	10	10 00	10
9	WADO	37	9 46	35	97	10 00	97
10	CADASNGAMPAR	243	9 22	224	288	8 44	243
11	TOMO	188	10 53	198	572	7 48	428
12	UJUNGJAYA	100	9 10	91	190	7 79	148
13	CONGGEANG	366	15 63	572	39	8 46	33
14	PASEH	13	10 00	13	29	8 28	24
15	CIMALAKA	140	11 57	162	3	10 00	3
16	TANJUNGKERTA	121	10 25	124	-	-	-
17	BUAHDUA	870	12 54	1091	362	8 84	320
18	CIBUGEL	2	5 00	1	-	-	-
Jumlah		2315	11 86	2745	1686	8 24	1389

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

agar tetap membeli kedelai dari Kopti. Kopti mengusahakan harga jual kedelai yang dijual itu sama dengan yang ada di pasar. Sebelum tren penggunaan kedelai impor dilakukan, para produsen tahu lebih suka menggunakan kedelai lokal untuk produksinya dibandingkan memakai kedelai impor. Kedelai lokal masa tidurnya³⁴ lebih pendek, sehingga menghasilkan panen yang lebih segar dan membuat tahu tidak cepat basi. Dengan demikian, meskipun kedelai lokal memiliki harga yang lebih mahal dari kedelai impor, para produsen tahu tetap menggunakan kedelai lokal untuk menghasilkan kualitas tahu yang baik.

³⁴ Masa tidur adalah masa di antara waktu panen dan waktu penggunaan kedelai.

Dari data Tabel 5, selama industri tahu berdiri di Sumedang hingga memasuki 1990-an, pasokan kedelai yang paling banyak didapat berasal dari wilayah Buah Dua dengan hasil produksi 1.091 ton. Kemudian, terdapat pula panen kedelai dari wilayah Conggeang dengan hasil produksi 572 ton. Dan hasil panen terbesar ketiga di Sumedang berasal dari wilayah Cadasngampar dengan hasil produksi 224 ton. Tidak hanya berasal dari ketiga wilayah tersebut, terkadang Sumedang juga mengambil kedelai dari wilayah Majalengka, Subang, bahkan Surabaya, karena besarnya keperluan kedelai untuk produksi.

Seiring berjalannya waktu, ternyata kedelai yang dihasilkan oleh produksi dalam negeri mengalami penurunan kualitas. Para produsen tahu pun kemudian berpikir untuk beralih menggunakan kedelai impor karena kualitasnya yang lebih bagus dan harganya bersaing dengan kedelai lokal. Masuknya kedelai impor makin besar terjadi ketika pemerintah melalui Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 406/MPP/Kep/II/1997 menghapus tata niaga kedelai yang semula ditangani oleh Bulog kemudian dialihkan ke importir umum. Hal itu sesuai dengan keinginan IMF dan World Trade Organization (WTO) dengan alasan untuk membantu pengusaha kecil dan menengah dalam memperoleh bahan baku kedelai. Dengan bebasnya impor kedelai mengakibatkan harga kedelai di pasar domestik mengalami tekanan.

Meningkatnya impor kedelai berpengaruh terhadap penurunan produksi kedelai dalam negeri. Penurunan produksi di dalam negeri terjadi sejak 1993 dan menurun tajam sejak 2000. Hal itu terjadi karena area panen kedelai berkurang. Menurut Direktorat Jenderal Pertanian Tahun 2004, berkurangnya area panen kedelai disebabkan oleh (1) produktivitas yang masih rendah, sehingga kurang menguntungkan dibandingkan komoditas pesaing lainnya; (2) belum berkembangnya industri perbenihan; (3) keterampilan petani yang masih rendah; (4) rentan gangguan organisme pengganggu tanaman (OPT); (5) belum

berkembangnya pola kemitraan, karena sektor swasta belum tertarik untuk melakukan agrobisnis kedelai; dan (6) kebijakan perdagangan bebas (bebas tarif impor), sehingga harga kedelai impor lebih murah dari kedelai produksi dalam negeri (Sudaryanto & Swastika, 2007).

Kedelai impor yang paling disukai berasal dari Amerika Serikat. Kedelai lokal memiliki kualitas yang rendah dan sulit didapat (Harian Kompas, *Kedelai Tak Laku di Pasaran*, 1998). Sesungguhnya tahun 1998 merupakan tahun impor kedelai yang paling rendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Tingginya nilai tukar dolar terhadap rupiah membuat harga kedelai impor melambung tinggi dan volume impornya menurun drastis (Sudaryanto & Swastika, 2007). Penurunan volume impor kedelai secara otomatis menurunkan volume persediaan (penawaran) dalam negeri. Konsumsi pun menyesuaikan dengan ketersediaan kedelai di dalam negeri.

Selama periode 1990–2000, total konsumsi kedelai masih meningkat rata-rata 1,24% per tahun, terutama disebabkan oleh pertumbuhan penduduk. Sementara itu, produksi sudah menurun dengan rata-rata 3,72% per tahun. Tingginya penurunan produksi relatif terhadap konsumsi mempunyai implikasi bahwa Indonesia akan menghadapi defisit yang makin besar. Defisit kedelai akan berlanjut dan cenderung meningkat. Jika tidak ada upaya terobosan yang berarti, Indonesia akan makin bergantung pada impor untuk menutupi defisit (Sudaryanto & Swastika, 2007). Dapat disimpulkan bahwa meski harga kedelai impor pada 1998 tinggi, impor harus tetap dilakukan untuk menutupi defisit kedelai.

Ketika harga kedelai impor mengalami kenaikan, para produsen tahu tidak serta-merta beralih ke kedelai lokal yang harganya tetap, tetapi mereka melakukan pencampuran antara kedelai lokal dan kedelai impor. Suriadi Ukim, penerus dari perusahaan Tahu Bungkek, melakukan efisiensi berupa pencampuran kedelai impor dan lokal dengan perbandingan 1:1. Meski begitu, hasil tahu yang diproduksi

Tabel 6. Gambaran Harga Kebutuhan Pokok Kota Sumedang Tahun 1998

NO	JENIS/KOMODITAS	BULAN					
		JAN	FEB	MARET	APRIL	MEI	JUNI
	1	2	3	4	5	6	7
1	Beras (kg)						
	IR 64 I	1675	1700	1640	1540	1700	2200
	IR 64 II	1425	1425	1436	1360	1438	1896
	IR 64 III	1262	1225	1298	1265	1280	1728
	IR 64 IV	1083	1038	1140	1165	1212	1608
2	Ikan Asin						
	Teri No. 1	9667	10000	11600	12250	15250	14200
	Teri No. 2	6450	5000	7200	8000	12000	8800
	Sepat Siam	11750	12000	13200	14000	15000	15600
	Selar	3475	3600	3560	3875	5000	5000
3	Minyak Goreng						
	Barco 1 kg	2650	4150	3420	3450	4375	5240
4	Gula Pasir (kg)						
	SHS	1825	1962	2000	2025	2300	2350
5	Garam						
	Bataan 400 gr	250	275	300	300	312	350
	Hancur kg	338	538	600	660	550	760
6	Minyak Tanah (lt)	375	400	400	400	430	368
7	Sabun Cuci						
	Det Bubuk Rinso (kg)	800	1150	2100	950	1100	1200
	B29 450 gr	938	1138	1170	1300	1300	1400

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

tetap memiliki kualitas yang baik (Gloria, 2010). Perlu diingat pula bahwa ketika krisis ekonomi 1997–1998 terjadi tidak hanya harga kedelai yang naik, tetapi juga harga kebutuhan bahan pokok yang lain juga mengalami kenaikan.

Dalam produksi tahu goreng, diperlukan minyak goreng, garam, dan minyak tanah. Berdasarkan pada Tabel 6 di atas, harga 1 kg minyak goreng pada Januari 1998 mencapai Rp2.650. Mengalami kenaikan, lalu penurunan dan kemudian naik kembali hingga pada Juni 1998 harganya berada di posisi Rp5.240. Begitu juga garam batangan berukuran 250 gram, pada Januari 1998 berada di posisi harga Rp250, dan terus naik hingga pada Juni 1998 berada di posisi harga Rp368. Garam halus ukuran 1 kg memiliki harga Rp338 per Januari 1998, dan naik menjadi Rp760 per Juni 1998. Lalu minyak tanah pada Januari 1998 berada di posisi Rp375/liter, kemudian naik menjadi Rp430/liter pada Mei 1998.

Tabel 7. Gambaran Harga Kebutuhan Pokok Kota Sumedang Tahun 1999

NO	JENIS/KOMODITAS	BULAN					
		JAN	FEB	MARET	APRIL	MEI	JUNI
	1	2	3	4	5	6	7
1	Beras (kg)						
	IR 64 I	3075	3000	2800	2800	2850	2780
	IR 64 II	2825	2630	2600	2600	2700	2680
	IR 64 III	2675	2460	2375	2400	2550	2580
2	Pindang Bandeng Sedang	2400	2400	9750	10000	20000	20000
3	Pindang Tongkol	2025	2100	9250	9000	11500	11500
4	Cumi-cumi Asin	20000	21300	20000	10000	20000	22000
5	Ikan Asin Belah/Tawes Besar	8000	-	-	12000	11500	10000
6	Jambal Roti	27000	25300	24000	24000	26000	24000
7	Peda	12000	12000	12000	12000	10500	10000
8	Teri Jengki Asin	12000	-	-	12000	10000	10400
9	Sepat Garam	16000	16000	16000	16000	14000	14000
10	Minyak Goreng						
	Barco 1 kg	4300	4300	3925	4150	4250	3500
	Bimoli biasa	7650	7700	7000	7000	6388	6450
12	Garam						
	Bataan 400 gr	1000	950	975	1000	1000	980
13	Minyak Tanah (lt)	360	360	360	360	390	370
14	Subur Gula						
	Det Bubuk Rinso (kg)	10500	10500	9500	9500	9538	9500

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

Kenaikan masih terjadi hingga 1999. Berdasarkan pada Tabel 7 di atas, pada Januari 1999 harga 1 kg minyak goreng sudah mencapai Rp4.300 atau naik sekitar 39% dari harga pada Januari 1998. Lalu, garam batangan ukuran 400 gram berada di posisi Rp1.000 per Januari 1999. Minyak tanah, yang pada Mei 1998 berada di posisi harga Rp360/liter, pada Januari 1999 masih tetap berada di posisi tersebut. Sempat terjadi kenaikan pada Mei 1999 menjadi Rp390/liter, tetapi kembali turun menjadi Rp370/liter.

Untuk mengatasi setiap fluktuasi harga yang berubah-ubah, para produsen tahu Sumedang suka melakukan pertemuan yang dipimpin oleh perusahaan tahu Saribumi sebagai yang dituakan. Adanya golongan yang dituakan merupakan hal yang wajar bagi masyarakat di pedesaan karena masyarakat pedesaan memegang prinsip penghormatan bahwa yang lebih tua lebih berpengalaman (Soekanto, 2015).

Pertemuan tersebut membahas tentang berapa besaran harga tahu yang harus dipakai saat itu.

Pada 1997, harga tahu per potong yang disepakati adalah Rp150. Namun, setiap produsen memiliki kebebasan untuk menentukan harga tahunya, entah itu lebih mahal atau lebih murah dari harga yang disepakati. Setiap keputusan yang diambil oleh produsen tahu, mereka yang bertanggung jawab sendiri terhadap keuntungan atau kerugian yang didapat. Tidak pernah ada keributan dan kegaduhan yang ditimbulkan ataupun demonstrasi yang dilakukan oleh para produsen tahu Sumedang ketika mereka menghadapi kenaikan harga kedelai. Permasalahan tersebut selalu mereka bawa ke dalam forum pertemuan para produsen tahu dan dibicarakan secara musyawarah (Neni, 4 Maret 2017).

Tiap produsen tahu memiliki teknik yang berbeda-beda untuk mengatasi kenaikan harga-harga tersebut walaupun pada dasarnya yang dilakukan itu sama. Hal tersebut dilakukan karena masyarakat luas mengetahuinya bahwa tahu adalah makanan murah, sehingga bila harga tahu naik mengikuti kenaikan harga kedelai, bisa jadi konsumen berkurang. Perusahaan Tahu H. Ateng, misalnya, untuk menyiasati fluktuasi harga kedelai dan kebutuhan pokok, perusahaan Tahu H. Ateng memilih strategi pemasaran penaikan harga tahu per potong secara sedikit demi sedikit sehingga konsumen tidak kaget dan tetap memiliki kapabilitas untuk membeli. Sejak 1998 hingga 2000, harga tahu per potong milik Tahu H. Ateng naik secara berangsur sekitar Rp50 setiap tahunnya (Neni, 4 Maret 2017).

Selain itu, untuk mengurangi pengeluaran perusahaan, Tahu H. Ateng hanya mempekerjakan keluarga besarnya dalam pengelolaan pabrik pusat ataupun cabang-cabang perusahaan. Pekerja dari keluarga sendiri tentunya tidak akan protes bila terjadi penurunan pendapatan. H. Ateng memiliki delapan anak dan 15 cucu yang semuanya melanjutkan usaha tahu. Keberadaan pabrik dan cabang perusahaan

ditentukan melalui tempat tinggal para anak dan cucunya di mana pun mereka berada. Perusahaan Tahu H. Ateng milik setiap anak-anaknya tidak saling berhubungan satu sama lain. Urusan keuangan dan keuntungan tidak terpusat di satu sentra tertentu, tetapi menjadi urusan masing-masing anggota keluarga yang membuka usaha tahu (Neni, 4 Maret 2017).

Berbeda dengan strategi yang dilakukan oleh perusahaan tahu Saribumi milik Epen Oyib. Selain menaikkan harga tahu per potong, tahu Saribumi melakukan perubahan ukuran tahu. Sementara biasanya dalam satu papan cetakan menghasilkan 100 potong tahu, untuk menghemat produksi, satu papan tahu dibuat menjadi 140 potong tahu, ukuran 3 x 3,5 cm (Gloria, 2010). Bila keadaan harga kedelai di pasar kembali normal, ukuran tahu pun akan kembali seperti semula, ukuran 5 x 5 cm (Dela, 5 Mei 2017). Kemudian, dalam penggunaan minyak goreng biasanya produsen tahu Sumedang menggunakan minyak goreng yang sama 10–15 kali proses penggorengan, baru setelah itu menggantinya dengan minyak goreng baru.

Untuk menggoreng 100 potong tahu Sumedang, diperlukan 2,5 kg minyak goreng. Perusahaan tahu Saribumi saat ini sudah mempunyai tujuh cabang, masing-masing berada di Subang, Sukabumi, Karawang,

Tabel 8. Jumlah Industri Komoditas Unggulan Sumedang Tahun 1998

No	Cabang Industri Kecil	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Investasi (000)
	1	3	4	5
1	Tahu	154	633	1.426.845
2	Meubel	385	2.252	1.864.875
3	Senapan Angin	347	836	889.850
4	Anyaman Bambu	741	1.505	42.207
5	Tape Singkong	105	238	93.762

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

Tabel 9. Jumlah Industri Komoditas Unggulan Sumedang Tahun 1999

No	Cabang Industri Kecil	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Investasi (000)
	1	3	4	5
1	Tahu	158	647	1.462.545
2	Meubel	383	2.262	1.936.674
3	Senapan Angin	180	836	889.850
4	Anyaman Bambu	752	1.527	43.307
5	Tape Singkong	105	238	93.762

Sumber: Data Biro Pusat Statistik Sumedang Dalam Angka 1990–2000

Cikampek, Bekasi, dan dua di Sumedang. Keberadaan cabang-cabang tersebut juga karena tempat tinggal anak-anaknya.

Meskipun industri tahu Sumedang merupakan industri berskala kecil yang memiliki risiko tinggi terhadap kenaikan harga bahan baku, tetapi uniknya keberadaan industri tahu Sumedang bertambah. Seperti yang bisa dilihat pada Tabel 8 di atas, pada 1998 terdapat 154 unit usaha tahu Sumedang dengan 633 tenaga kerja dan investasi sebesar Rp1.426.845.000.

Kemudian, setahun berikutnya, pada 1999, jumlah unit usaha tahu Sumedang bertambah menjadi 158 unit usaha, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 647 dan investasi sebesar Rp1.462.545.000. Itu saja baru unit-unit yang ada di Kota Sumedang, belum termasuk yang ada di kota lain, seperti Bandung dan Jakarta.³⁵ Dapat dilihat bahwa di tengah situasi krisis, industri tahu Sumedang justru mengalami penambahan unit. Berdasarkan pada catatan dari Bank Indonesia,

³⁵ Tahu Sumedang memiliki cita rasa gurih yang khas karena air yang digunakan pada proses pengolahan kedelai adalah air yang berasal dari mata air pegunungan di Sumedang. Itu sebabnya, jika ada produsen tahu yang membuka cabang di luar Kota Sumedang, mereka akan “mengimpor” air dari Sumedang untuk pengolahan kedelai. Bila ada pabrik tahu Sumedang yang menggunakan sumber air selain yang ada di Sumedang, tidak dijamin rasanya akan sama dengan yang di Sumedang.

bertambahnya jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di masa krisis bisa terjadi karena usaha-usaha pada level tersebut mayoritas tidak bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Maka, ketika ada fluktuasi nilai tukar, justru perusahaan yang berskala besar yang paling berpotensi terkena imbas krisis karena secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing (LPPI dan Bank Indonesia, 2015).

Industri tahu Sumedang menjadi suatu tren tersendiri bagi masyarakat Sumedang. Nama tahu Sumedang yang sudah dikenal secara nasional membuat orang berpikir bahwa membuka usaha tahu Sumedang adalah hal yang patut dicoba. Keuntungan yang diperoleh bisa dihitung secara mudah. Sejak 2004, satu potong tahu Sumedang dihargai Rp300. Satu papan cetakan tahu bisa menghasilkan 100–150 potong tahu. Katakanlah dalam sehari satu unit produsen tahu menghabiskan 10 papan cetakan tahu. Artinya, dalam sehari, sebuah produsen tahu bisa mendapatkan omzet Rp300.000 dan dalam sebulan bisa mendapatkan omzet sebesar Rp9.000.000 (Neni, 4 Maret 2017). Belum lagi setiap akhir pekan banyak masyarakat Sumedang yang berwisata, terlebih lagi saat libur nasional seperti hari raya Idulfitri banyak pendatang domestik yang juga berwisata di Sumedang. Dalam sehari, sebuah toko tahu Sumedang seperti Saribumi bisa menghasilkan omzet sebesar Rp60.000.000.

Saya bisa mengantongi omzet sebesar Rp20 juta per hari. Namun, di akhir pekan, bisa jadi dua kali lipat. Apalagi kalau Lebaran tiba, omzet saya bisa naik tiga kali lipat (Dede Kartawidjaya, 2010)³⁶

Dengan perhitungan seperti itu, tentunya siapa pun pasti akan tergoda untuk mencoba membuka usaha tahu Sumedang. Sayangnya, yang tidak disadari oleh orang yang ingin memulai usaha tahu Sume-

³⁶ Wawancara Gloria Natalia dengan Dede Kartawidjaya, generasi kedua Perusahaan Tahu Saribumi, dalam berita <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-tahu-sumedang-pesaing-kian-banyak-omzet-pun-menipis-3-1>, diakses pada 20 Januari 2021

dang adalah keberadaan industri tahu Sumedang yang sudah menjadi bentuk pasar persaingan sempurna.³⁷

Ketika suatu usaha sudah menjadi bentuk pasar persaingan sempurna, akan terjadi penurunan keuntungan dari sektor tersebut. Keuntungan yang menurun disebabkan oleh banyaknya penjual yang menjual produk yang sama, sedangkan mayoritas pembeli pasti akan mencari harga jual yang paling murah di antara barang tersebut. Perlu diperhatikan pula bahwa hanya sedikit perusahaan dari semua perusahaan yang ada yang bisa mendapatkan posisi pasar persaingan sempurna, biasanya perusahaan yang sudah berjalan lama (Mankiw, Quah, & Wilson, 2012). Untuk industri tahu Sumedang, ada kemungkinan hanya produsen-produsen tahu senior yang bisa mendapatkan posisi pasar persaingan sempurna karena sudah memiliki pangsa pasar atau pelanggan tersendiri.

Sekadar *intermeso*, berbicara tentang pelanggan, Tahu Bungking memiliki satu kisah unik. Kisah ini berasal dari ingatan Ong Yu Kim sebagai generasi pertama dari Ong Bung Keng. Berdasarkan pada penuturannya, ada seorang elite pejabat dari suatu kota besar yang datang ke Sumedang dan membeli tahu di Bungking. Tanpa ditanya, kemudian orang tersebut mengatakan bahwa dia memiliki dosa kepada toko Tahu Bungking. Dosa apa? Ternyata orang tersebut masa kecilnya berada di Sumedang, dan ketika masih anak-anak suka mengambil satu atau dua potong tahu ketika sedang bermain di dekat toko Tahu Bungking.

Tahu Bungking memang dijajakan secara terbuka di sebuah etalase kaca, memperlihatkan hamparan tahu Sumedang yang baru saja digoreng untuk menarik perhatian. Jika penjaga toko sedang ke belakang sebentar, tahu-tahu itu tidak ada yang menjaga dan bisa saja “*dicomot*” oleh orang-orang lewat. Namun, Ong Yu Kim mengaku

³⁷ Pasar persaingan sempurna merupakan bentuk pasar yang terdapat banyak penjual, banyak pembeli, dan barang yang dijual bersifat homogen/sejenis.

tidak mempermasalahakan peristiwa yang telah lalu tersebut. Menurut dia, hal tersebut menjadi pemanis dalam cerita perkembangan Tahu Bungkeg.

Kembali ke pembahasan omzet, di antara para produsen tahu senior saja sudah terjadi penurunan omzet, apalagi untuk para produsen tahu baru yang belum memiliki pangsa pasar, bisa jadi mereka tidak mendapatkan keuntungan balik modal. Sebelum memasuki 1990-an, hanya ada sekitar 20 perusahaan tahu, dan saat itu sebuah perusahaan tahu bisa menggiling hingga 1 ton kedelai. Ketika memasuki 1990 dan muncul perusahaan tahu baru yang ratusan jumlahnya, sebuah perusahaan tahu senior menjadi hanya bisa menggiling 200 kg kedelai. Maka dari itu, perusahaan tahu yang notabene baru berdiri memiliki kerentanan terhadap kebangkrutan.

Keberadaan industri tahu di Sumedang tidak hanya memiliki pengaruh terhadap masyarakat Sumedang itu sendiri, tetapi juga berpengaruh terhadap masyarakat di luar Kota Sumedang. Di Jakarta, misalnya, terdapat usaha-usaha penjualan tahu Sumedang yang biasanya usaha tersebut digabung dengan usaha penjualan gorengan. Lalu, di wilayah Kalimantan Timur, tepatnya di Jalan Soekarno-Hatta Km 50 poros Samarinda–Balikpapan, terdapat Rumah Makan Tahu Sumedang Sari Kedele yang menjual tahu Sumedang beserta menu masakan ala Sunda lainnya (Purnomo, 2019). Juga yang paling baru berdiri, warung Tahu Sumedang Mantap, yang berada di sebuah dusun kecil di Belitung Timur (Kurniawan, 2015). Usaha-usaha tahu Sumedang tersebut tidak memiliki hubungan dengan usaha tahu Sumedang yang ada di Sumedang. Para pemilik usaha tersebut biasanya orang Sumedang yang tinggal di wilayah tersebut dan mencoba membuka peluang usaha melalui berjualan tahu Sumedang.

Seperti yang dibahas sebelumnya, kekhasan tahu Sumedang, baik dari tekstur maupun rasanya, berasal dari proses produksinya yang menggunakan air dari sumber mata air Sumedang. Artinya, tahu

Sumedang yang asli adalah produk tahu yang pabrik pengolahannya berada di Sumedang. Namun, namanya yang sudah dikenal secara nasional membuat banyak orang yang “nekat” membuka usaha tahu Sumedang di luar Kota Sumedang dan menghasilkan produk tahu goreng yang berkulit tipis dan kurang berisi, berbeda jauh dari tahu Sumedang asli yang berkulit lebih tebal dan padat isi. Selain itu, daya tahan tahu yang hanya berumur 1,5 hari membuat tahu Sumedang asli yang paling jauh dijual hanya sampai ke Bandung (Gloria, 2010).

Bisa saja tahu bertahan hingga dua hari lebih, tetapi itu bila memakai pengawet seperti formalin atau boraks. Tentunya hal itu tidak dilakukan oleh produsen tahu di Sumedang. Mereka lebih memilih bersaing secara ketat daripada melebarkan usahanya, tetapi mengurangi kualitas produk tahu yang sudah lama dikenal. Persaingan ketat yang muncul karena meningkatnya produsen tahu dan tingkat produksi, tetapi tidak diikuti dengan perluasan wilayah pemasaran, hanya berkuat di wilayah Sumedang dan Bandung.

Terlepas dari krisis yang dihadapi dan persaingan yang terjadi, keberadaan industri tahu di Sumedang telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat, baik untuk masyarakat Sumedang itu sendiri maupun masyarakat dari wilayah lain. Keberadaan industri tahu Sumedang membuat suatu mobilitas sosial di masyarakat (Soekanto, 2015).

Masyarakat Sumedang, yang tadinya bekerja sebagai petani, memiliki kesempatan untuk mengubah keadaan ekonominya melalui usaha industri tahu. Ada yang hanya menjadi tukang parkir di suatu perusahaan tahu, ada yang menjadi pedagang asongan tahu, ada yang menjadi pegawai pabrik tahu, ada yang menjadi pengrajin tahu, dan ada pula yang menjadi bos perusahaan tahu. Bahkan, adanya tahu Sumedang membuat suatu kreasi kuliner baru yang juga membuka pasar ekonomi baru, yaitu tahu gejrot.

Tahu gejrot merupakan kuliner khas Cirebon yang berisi tahu goreng Sumedang yang diracik dengan bumbu air gula merah, bawang merah, bawang putih, cabai rawit, dan sedikit garam. Tahu gejrot berasal dari Desa Jatiseeng, Kecamatan Ciledug, Kabupaten Cirebon. Konon, tahu gejrot berawal dari usaha para etnis Tionghoa di Cirebon yang ingin membuat tahu seperti di Sumedang. Namun, hasil tahunya tidak sama seperti tahu Sumedang. Tahu hasil produksi di Cirebon memiliki tekstur yang tidak padat dan kosong di dalamnya. Kegagalan itu membawa pada terciptanya suatu kuliner baru. Usaha tahu gejrot diklaim telah ada sejak masa sebelum kemerdekaan (Prayitno, 2015)³⁸. Sejak masa itulah tahu gejrot dijajakan dengan cara dipikul berkeliling. Terdapat dua buah keranjang bambu yang berisi tahu pada pikulan. Adapun penamaan tahu gejrot dikatakan berasal dari proses pembuatan racikan bumbunya yang diulek pada sebuah piring tembikar kecil dan menghasilkan suara yang oleh orang Sunda terdengar seperti kata “*jrot jrot jrot*”, sebuah resonansi³⁹ perpaduan suara gemericik air gula merah dengan piring tembikar.

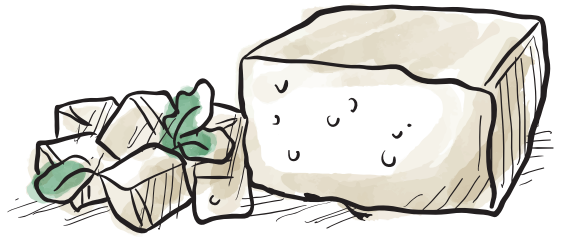
Selain terjadi mobilitas perbaikan ekonomi, keberadaan industri tahu di Sumedang membuat masyarakatnya mengalami modernisasi. Modernisasi lazim terjadi pada masyarakat yang bergerak di sektor pertanian (Soekanto, 2015). Industri tahu Sumedang pada awalnya menggunakan teknologi sederhana berupa batu gilingan kedelai. Pada masa Orde Baru, dilakukan peningkatan sektor industri daripada sektor pertanian. Oleh karena itu, untuk mendorong peningkatan industri tahu Sumedang, pemerintah memberikan bantuan modal berupa mesin giling kedelai. Masyarakat produsen tahu jadi mengenal penggunaan mesin dan memiliki konsep ekonomi modern bahwa

³⁹ Resonansi merupakan peristiwa ikut bergetarnya suatu benda karena getaran dari benda lain.

mesin bisa mempercepat proses produksi dan menghasilkan lebih banyak produk, dengan begitu keuntungan bisa menjadi lebih besar.

Dengan penghasilan yang mencukupi, seorang produsen tahu bisa membiayai keluarganya dan bisa memberikan anak-anaknya jenjang pendidikan yang lebih tinggi dari orang tuanya. Pendidikan yang tinggi dapat membuka wawasan yang lebih luas dan membuat suatu perubahan sosial (Soekanto, 2015). Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa keberadaan industri tahu Sumedang memberikan andil dalam perubahan sosial yang terjadi untuk masyarakat Sumedang, dari sejak awal berdirinya hingga sekarang.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



BAB 5

ELEGANSI BUNGKENG SANG PERINTIS: EKSISTENSI TANPA AMBISI?

“Hampir 90 persen kita sistemnya enggak jemput, tapi nunggu bola. Masih stabil kok, kita enggak pernah sampai jual tahu mentah.”
(Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *elegan* dapat bermakna banyak hal. Beberapa padanan kata yang melekat padanya ialah *anggun*, *elok*, *flamboyan*, *gagah*, *jantan*, *jatmika*, *kesatria*, *necis*, *adib*, *beradab*, *berbudi*, *beretiket*, *bermoral*, *bersusila*, *sopan*, dan *tahu adat*. Dengan demikian, *elegansi* merupakan manifestasi citra positif yang terefleksikan melalui praktik keseharian. *Keeleganan* terpancar melalui keberadaan tanpa melibatkan hasrat atau nafsu yang menggebu. *Keeleganan* ialah pengukuhan eksistensi tanpa ternoda oleh ambisi.

Dalam 100 tahun lebih perjalanannya, Tahu Bungkeng berhasil unjuk gigi ketangguhan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri kuliner. Dari generasi ke generasi, keluarga Bungkeng menyuguhkan pembuktian keberhasilan pengelolaan usaha tahu di Kota Sumedang. Sejak 1917, ketika generasi pertama keluarga Bungkeng

(Ong Ki No) membuat tahu pertama untuk istri tercintanya, hingga generasi keempat saat ini, keluarga Bungkek (Ong Che Ciang) membuat 3.000–5.000 tahu setiap harinya untuk masyarakat, tentunya mereka telah melewati berbagai lika-liku dan batu sandungan, baik di dalam dinamika bisnis tahu itu sendiri maupun terkait dinamika dan sejarah panjang bangsa dan negara ini. Tak dinyana, lebih dari satu abad bisnis tahu keluarga Bungkek ternyata mampu *survive* melalui berbagai *event* dan gejolak politik, sosial, dan ekonomi di Ibu Pertiwi.

Dialah Ong Che Ciang alias Suyadi, yang merupakan generasi keempat keluarga Bungkek selaku penjaga gawang bisnis tahu milik keluarganya. Suryadi dan keluarga batinnya memang telah memilih meneruskan tongkat estafet yang diwariskan dari generasi ke generasi. Setelah satu abad lebih, kini giliran Suryadi bertanggung jawab meneruskan usaha tahu yang telah turun-temurun dilanjutkan dari generasi buyutnya (Ong Ki No), generasi kakeknya (Ong Bung Keng alias Bungkek), dan generasi ayahnya (Ong Yu Kim).



Gambar 5. Ong Che Ciang alias Suryadi

Tentunya, Suryadi dan keluarganya memiliki kisah berbeda dengan yang dialami oleh para pendahulunya. Suryadi kini tidak lagi membuat Tahu Bungkeng untuk konsumsi istrinya sebagaimana yang dilakukan oleh buyutnya, melainkan membuat tahu Sumedang untuk minat dan permintaan pelanggan. Sejalan dengan itu, Suryadi pun dihadapkan pada tantangan pasar dan persaingan usaha yang makin ketat di samping ketersediaan bahan baku berkualitas yang kian menipis. Satu hal yang pasti, Suryadi berkewajiban secara moral menjaga marwah keluarga di satu sisi, dan kualitas Tahu Bungkeng di sisi lain. Apa yang sudah dan akan dilakukannya kini dan nanti merupakan konsekuensi dari keputusan berani yang ia ambil pada 1995 dengan memberikan *tagline* dan *brand* pada usaha tahu milik keluarganya, yaitu “*Tahu Bungkeng: Perintis Tahu Sumedang Sejak 1917*”. Ke depan, bukan hanya dia, melainkan juga salah satu dari ketiga anaknya yang notabene merupakan generasi kelima keluarga Bungkeng, haruslah siap mengelola dan menerjang segala bentuk peluang dan tantangan UMKM ke depan.

Suryadi memiliki *basic* pendidikan tinggi ilmu manajemen. Ia pada akhirnya memiliki kesempatan langsung untuk mempraktikkan segala teori yang didapat di bangku kuliah. Dalam perjalanannya,



Gambar 6. Kartu Nama Tahu Bungkeng

meskipun Suryadi berada pada posisi untuk memutuskan sendiri tindakan yang diambil, ia tetap setia melestarikan pola pengembangan usaha tahu yang selama ini ditekuni oleh keluarga besarnya, terutama di masa ayahnya, Ong Yu Kim. Meskipun demikian, harus diakui bahwa Tahu Bungkek yang ia nakhodai cenderung kurang ambisius dalam mengembangkan produk maupun manajemen perusahaannya. Namun, yang perlu digarisbawahi, pengelolaan yang dijalankan Suryadi justru mengukuhkan eksistensi Tahu Bungkek di tengah persaingan dengan perusahaan-perusahaan tahu lain di Kota Sumedang yang dapat dikatakan sekilas dengan Tahu Bungkek. Bagaimanapun, Suryadi tetap memiliki tekad bulat dan keyakinan kokoh bahwa Tahu Bungkek akan terus hidup sampai generasi-generasi setelahnya.

Jalan 11 April Nomor 53 adalah tempat pertama kalinya Ong Bung Keng memulai bisnis tahu Sumedang di sebuah bangunan dengan arsitektur bernuansa retro. Bangunan tersebut adalah bangunan tua tetapi kokoh. Terlihat satu-dua mobil dan beberapa sepeda motor yang terparkir di depan bangunan tersebut. Langit-langit yang menghitam tanpa plafon akibat asap menggoreng tahu serta lantai yang didominasi oleh ubin hitam pekat seakan menjadi perpaduan harmonis yang membangkitkan memori kolektif masyarakat untuk bernostalgia. Beberapa meter dari bangunan tersebut, dapat tercium aroma menggoda khas tahu Sumedang yang baru diangkat setelah digoreng. Aroma tersebut seakan-akan mengundang orang untuk masuk dan mencicipi tekstur tahu Sumedang yang renyah di luar dan lembut di dalam. Dari luar pula terlihat jelas keranjang-keranjang bongsang dan beberapa tahu Sumedang yang ter-*display* rapi di etalase kaca.

Dari dalam bangunan tersebut, muncul sosok pria paruh baya dengan rambut yang sudah mulai memutih. Pria itu memiliki perawakan khas orang China keturunan dengan kulitnya putih bersih. Saat itu, pria tersebut, yang akrab dipanggil “Koh” baik oleh karyawan



Gambar 7. Pusat Tahu Bungkeng Jalan 11 April 53

maupun pelanggan, terlihat mengenakan kaus oblong dan celana pendek serta sandal jepit. Meskipun sudah berusia lebih dari setengah abad, terlihat kondisi fisiknya masih gagah dan bugar. Sosok tersebut berinteraksi dengan ramah dan riang terhadap para pelanggan dan karyawannya dengan menggunakan bahasa Sunda halus *ala* Priangan. Sosok pria tersebut tidak lain adalah Suryadi, sang penjaga gawang dan penerus Tahu Bungkeng sejak 1995. Tanpa pernah gelisah atau merasa khawatir ataupun curiga, Suryadi senantiasa dengan senang hati berbagi cerita dan pengalaman ke semua orang yang datang ke tokonya.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Suryadi telah hampir 25 tahun meneruskan usaha tahu Sumedang milik keluarganya. Dalam perjalanannya, ia melakukan beberapa perubahan yang perlu dilakukan agar tahu Sumedang milik Bungkek tetap dapat *survive* dan menetap di hati pelanggannya. Beberapa upaya inisiatif dan inovatif telah dia ambil demi menjaga agar nama keluarga Bungkek dan kualitas rasa tahu Sumedang tetap baik di mata masyarakat. Beberapa strategi usaha dan strategi bertahan serta manajemen perusahaan dalam konteks UMKM dilakukan dengan santun dan bijak. Upaya-upaya tersebut dilakukan dengan tulus tanpa tekanan atau paksaan. Upaya-upaya tersebut dilakukan dengan elegan tanpa ambisi berlebihan.

Tahu dipotong kecil-kecil gitu digoreng mungkin karena daya beli juga kali ya. Itu kan tahu Sumedang tuh nenek moyangnya tahu kuning, tahu pasar, sama kakek saya, uyut saya, dipotong kecil-kecil (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Harus diakui bahwa memang bentuk persegi tahu Sumedang yang diolah dengan cara digoreng merupakan murni ide keluarga Bungkek. Tahu persegi yang digoreng memiliki tekstur renyah, berwarna coklat keemasan di luar serta memiliki tekstur lembut, berwarna putih di dalam. Kini, setelah 100 tahun lebih, masyarakat dapat dengan mudah mengonsumsi dan menemukan tahu Sumedang hampir di seluruh penjuru negeri. Sejak pertama kali dibuat pada 1917 sampai sekarang, Suryadi tentu memiliki tugas berat untuk menjaga kualitas produksi tahu Sumedang *ala* Bungkek. Namun, beberapa langkah inisiatif dan inovasi tetap harus dilakukan olehnya. Sejak 1995, saat pertama kali Suryadi mengemban amanah melestarikan usaha tahu milik keluarga, ia telah melakukan berbagai upaya untuk menjamin kelangsungan tahu Sumedang Bungkek. Hal pertama yang ia lakukan bersama kakaknya adalah membuka cabang dan membuat logo serta *tagline* sendiri untuk tahu Sumedang Bungkek.

Tahun '95-an itu kakak saya desain logo dan plang, karena waktu pertama buka di sana plangnya kecil, enggak laku (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Dengan *tagline* “*Perintis Tahu Sumedang Sejak 1917*”, Suryadi siap dengan segala konsekuensinya. Konsekuensi tersebut terutama dalam hal menjaga kualitas tahu yang diproduksi, dan tentu saja untuk merawat memori kolektif masyarakat tentang tahu Sumedang Bungkeng. Suryadi tentu tidak bisa mengabaikan segala bentuk perubahan yang terjadi di fase-fase kemajuan zaman sepeninggal para pendahulunya. Oleh karena itu, ia pun berusaha menggunakan mesin-mesin produksi atau teknologi semi-otomatis demi memenuhi permintaan konsumen dan pelanggannya. Suryadi menuturkan bahwa inovasi produksi tahu Sumedang dari sepenuhnya manual menjadi semi-otomatis adalah atas inisiatif keluarga Bungkeng. Proses produksi, termasuk beberapa mesin, semisal untuk pembakaran, telah diubah oleh keluarganya dari yang awalnya menggunakan bahan bakar minyak tanah menjadi solar dan uap. Termasuk juga untuk *packaging*, tahu Sumedang *ala* Bungkeng tidak lagi hanya menggunakan keranjang bongsang, tetapi juga mika plastik dilengkapi dengan stiker berlogo Bungkeng. “*Stiker kita ada, kemasan mika itu ditempel stiker,*” tutur Suryadi pada 5 Juli 2019.

Pada 1995, berdasarkan pengalamannya, ia menangkap bacaan akan situasi yang mengharuskan Tahu Bungkeng untuk membuka cabang. Hal demikian bertujuan menjangkau pasar dan konsumen yang lebih luas. Dari hasil pengamatannya tersebut, ia memutuskan membuka dua cabang di jalan raya, yakni Jalan Mayor Abdurachman Nomor 70 dan 136. Lokasi tersebut lebih strategis karena akses yang lebih dekat dengan pusat keramaian dibandingkan lokasi Tahu Bungkeng pusat yang terletak di Jalan 11 April Nomor 53.



Gambar 8. Dapur Produksi Tahu Bungkeng

Saya perhatikan, *kalo* diam di satu tempat ini *aja* kan susah jauh, kalo orang luar kota *muter-muter* ke sini siapa yang *tau*. Saya sampai '95 ya cuma satu ini *aja*, terus jalan ditutup satu arah ya susah. Otomatis pas saya masih lajang, sering jalan keliling-keliling lihat jalan raya, wah hebat juga makanya saya buka cabang (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Mayoritas konsumen yang menjadi pelanggan tahu Sumedang Bungkeng tidak lain adalah pribumi asli Sumedang. Akses dan transfer informasi sesama konsumen Tahu Bungkeng dilakukan hanya melalui mulut ke mulut, interaksi yang bersifat informal. Proses *marketing* Tahu Bungkeng pada dasarnya masih didominasi pola-pola penyebaran informasi secara tradisional. Dengan kata lain, Tahu Bungkeng tidak melakukan promosi dan ekspansi pasar secara besar-besaran seperti yang lumrah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan modern berskala besar. Suryadi bercerita, “...*bahwa kebanyakan kalo ke sini asli Sumedang, paling dia bawa temennya ngenalin bahwa ini Bungkeng, selaku yang pertama di Sumedang*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). Dalam perjalanan panjang perkembangan industri kuliner tahu

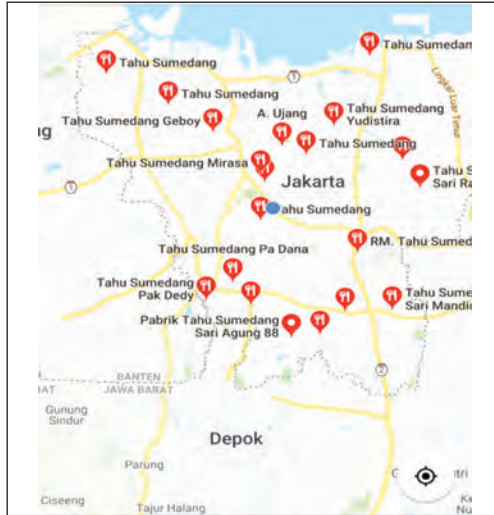
Buku ini tidak diperjualbelikan.

Sumedang, pada dasarnya terdapat dua strategi usaha yang berbeda di antara tiap pelaku usaha: “jemput bola” dan “*nunggu bola*”. Menurut pengakuan Suryadi, sejak dahulu Bungkek konsisten menerapkan prinsip strategi *nunggu bola*. Strategi yang dijalankan Bungkek dari generasi ke generasi tersebut merupakan sebuah elegansi Bungkek dibandingkan usaha tahu Sumedang lainnya. Dikatakan elegan karena *nunggu bola*, berarti Bungkek tidak bersusah payah untuk memasarkan produknya ke konsumen, melainkan konsumennya sendiri yang menghampiri Bungkek. Tahu Sumedang Bungkek telah memiliki pelanggan sendiri, yang setia untuk senantiasa datang ke salah satu cabang atau pusat Tahu Bungkek. Dengan demikian, seperti apa yang dinyatakan oleh Suryadi, sampai saat ini, Tahu Bungkek masih dalam kondisi stabil. Suryadi menuturkan:

Iya hampir 90 persen menunggu bola. Masih stabil kok saya belum jual mentah atau *gimana*, enggak. Sampai sekarang sih memang krisis sekali sih enggak ya, jadi enggak *sampe* setahun, tiga tahun, paling 2 atau 3 hari agak sepi. Stabil lah (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Lain halnya strategi *nunggu bola*, strategi jemput bola bermakna bahwa sang pengusaha tahu secara aktif mendistribusikan tahu mentahnya kepada pedagang-pedagang tahu, baik skala besar maupun skala kecil, di dalam ataupun di luar Kota Sumedang. Strategi menjual tahu mentah ini memang efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas karena jangkauan distribusi yang meluas. Artinya, tahu mentah asli Sumedang akan didistribusikan ke luar wilayah Sumedang. Ujung-ujungnya, pemandangan tahu Sumedang yang dengan mudah kita temui di terminal-terminal bus antarkota antarprovinsi, termasuk di sudut-sudut ruang publik Kota Jakarta, tidak lain adalah berkat strategi jemput bola.

Dapat dipastikan bahwa usaha-usaha tahu Sumedang yang ditemukan di luar Kota Sumedang dan Kota Bandung bukanlah milik



Sumber: Google Maps

Gambar 9. Keberadaan Tahu Sumedang di Jakarta

Bungkeng. Namun, tumbuh suburnya usaha-usaha tahu Sumedang di berbagai kota di Indonesia, termasuk Jakarta, adalah berkat benih yang ditabur oleh keluarga Bungkeng sekitar 112 tahun yang lalu. Bungkeng menabur, masyarakat menuai. Bungkeng menunggu pelanggan dengan elegan, sementara yang lain menjemput pelanggan secara terang-terangan.

Dengan menggunakan strategi jemput bola, pelaku usaha tahu akan secara otomatis mendatangkan *income* lebih besar ke dalam perusahaannya. Terlepas dari efektivitas penerapan strategi usaha dengan istilah menjemput bola tersebut, Suryadi dan Bungkeng tetap teguh memegang amanah dari pendahulunya.

Nah, *kalo* orang lain itu jemput bola, *pake* motor, gerobak *masukin* ke mana-mana. Periode '80-an paling hebat jadi si tahu *nyebar* ke mana-mana, dari segi kuantitas produksi saya kalah jauh, tapi saya enggak minat, sama kakek sayanya juga enggak boleh (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Dengan rendah hati, sosok Suryadi tidak menutupi bahwa tahu Sumedang Bungkek kalah secara kuantitas dibandingkan pengusaha besar tahu Sumedang lainnya. Suryadi bercerita bahwa setiap harinya Tahu Bungkek hanya memproduksi tiga sampai 5.000 tahu, atau 20–50 ribu tahu ketika hari raya Idulfitri. Namun, Suryadi dengan percaya diri menyatakan, untuk urusan kualitas tahu Sumedang, tahu Sumedang milik Bungkek masih bisa diadu dengan tahu Sumedang milik orang lain.

Terlepas dari perbedaan prinsip dalam menentukan apakah menunggu ataupun menjemput pelanggan, bagi Suryadi dan Bungkek, mereka yakin bahwa segalanya sudah ada yang mengatur, ada rezekinya, punya pangsa pasarnya sendiri. Terkait dengan hal itu, merujuk pada hasil penelitian Srimenganti (2016), pelanggan Tahu Bungkek didominasi orang dengan rentang usia 45–49 tahun dengan kecenderungan membeli untuk oleh-oleh bagi keluarga di rumah atau bagi rekanan yang hendak dikunjungi. Hasil penelitian Srimenganti (2016) menunjukkan bahwa mereka yang memilih membeli Tahu Bungkek, lebih karena *brand loyalty* daripada harus bertaruh mencoba yang lain. Bagaimanapun, banyak di antara kita yang sepakat bahwa Bungkek merupakan perintis tahu Sumedang dengan *brand* paling dikenal masyarakat serta kualitas yang teruji selama satu abad.

Berbicara soal kualitas tahu Sumedang milik Bungkek berarti berbicara mengenai keteguhan hati Suryadi selaku garda terdepan usaha tahu keluarga Bungkek. Sebagai ujung tombak keluarga, Suryadi memikirkan segala sesuatunya masak-masak sebelum mengambil sebuah keputusan. Keputusan yang diambil guna menjamin keberlangsungan usaha Tahu Bungkek, pada akhirnya tidak pernah mengabaikan urusan kualitas. Mengejar jumlah produksi tahu yang fantastis tidak pernah ada di dalam benak seorang Suryadi. Kuantitas, sebagaimana telah kita ketahui, bukan merupakan ambisi

yang semata-mata menjadi target. Bagi Suryadi dan Bungkeng, menjaga kualitas tahu adalah prioritas.

Banyak cabang *kalo* kualitasnya enggak sama, kan repot. Saya *kalo* buka cabang, kebanyakan yang di sini *udah* dua tahun. Secara teknik memasak, koki punya keahlian masing-masing, dasarnya kan *kalo* menggoreng tahu, minyak harus panas. Kadang-kadang ada yang enggak sabaran, minyak dingin tahu langsung *dimasukin*, ada juga tahu *dalemnya* kopong. Saya juga bisa bikin kopong, minyak panas, misalnya kapasitas ketelnya 100, saya *masukin* 150 pas belum panas, pasti jadi kopong. Kualitas baru kuantitas. Saya enggak sebanyak yang jual mentah, orang bilang saya 1 ton, enggak. Makanya saya enggak percaya *kalo* ada yang bilang, sendiri sehari bisa 10 ribu, sendiri, pribadi maksudnya cuci, giling, goreng, enggak percaya saya. Mungkin bisa sendiri sehari, atau dua hari lah, tapi besoknya sakit (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Di sela waktu senggangnya, Suryadi selalu menyempatkan untuk berpesan kepada pelanggannya mengenai waktu terbaik untuk mencicipi kelezatan tahu Sumedang. Ketika baru diangkat setelah digoreng, saat asap masih mengepul, saat aroma tahu Sumedang begitu semerbak menusuk hidung, di situlah kenikmatan hakiki muncul saat menyantap tahu Sumedang bersama dengan *cengek* (cabai rawit).

Suryadi juga tidak pernah merasa jenuh berpesan kepada pelanggannya yang hendak membawa tahu Sumedang sebagai oleh-oleh untuk segera menyantapnya tidak lebih dari satu hari karena tahu Sumedang, khususnya yang dibuat di dapur produksi Bungkeng, tidak menggunakan bahan pengawet. Suryadi juga menekankan kepada siapa pun bahwa rasa tahu Sumedang jelas akan berbeda dan mengalami penurunan kelezatan cita rasa ketika dikonsumsi setelah dingin.

Ketika dihadapkan pada tuntutan pasar dan konsumen, termasuk pelanggan setianya, yakni pada situasi-situasi tertentu untuk memproduksi tahu lebih banyak dari biasanya, seperti saat hari raya atau

hari libur (*weekend* dan hari libur nasional), Suryadi pun bergegas menambah pekerja dan mengoperasikan mesin-mesin produksi tambahan yang memang hanya dioperasikan pada saat-saat tertentu. Hal demikian menunjukkan keseriusan Suryadi bahwa ia tidak main-main untuk tetap memastikan stok produk tahu terbaik bagi masyarakat. Bagaimanapun, apa yang dilakukan Suryadi tersebut ialah upaya agar kualitas tahu Sumedang tidak mengalami penurunan meskipun harus meningkatkan kuantitas produksinya.

Konsistensi dalam menjaga kualitas yang dilakukan oleh keluarga Bungkek membawa umur panjang bagi usaha tahu yang mereka kelola. Jangankan sekarang, dahulu, ketika tahu Sumedang belum populer dan sepi peminat saja, keluarga Bungkek tetap mampu untuk *survive*. Suryadi menceritakan bahwa dahulu peminat makanan tahu hanyalah orang keturunan Tionghoa, sementara bagi masyarakat Sumedang sendiri kurang menunjukkan antusiasnya. Suryadi melanjutkan ceritanya bahwa rekan-rekan pengusaha tahu yang hampir seangkatan dengan kakeknya, yakni sekitar 1940-an, sudah banyak yang tutup usia di dunia kuliner tahu. Banyak di antara generasi penerus mereka yang tidak melanjutkan usaha tersebut. Hal itu berdasarkan pada pengakuan Suryadi bahwa sampai 1980-an, usaha tahu Sumedang kurang prospektif. Pada 1980-an ke atas, yakni 1990–2000-an, tahu Sumedang berada pada masa keemasannya.

Usaha Tahu Bungkek, dari masa Ong Bung Keng sampai kini dipegang oleh Suryadi selaku generasi keempat, dikelola oleh keluarga saja, yakni bersama kakaknya dan tentu saja di bawah bimbingan dan nasihat ayahnya, Ong Yu Kim, selaku generasi ketiga Keluarga Bungkek. Namun, meskipun manajemen usaha tersebut dikelola oleh keluarga, Suryadi tetap menerapkan prinsip profesionalitas terhadap para karyawannya yang mayoritas adalah orang asli Sumedang.

Ini sama kakak saya, Liling. Dia sakit waktu itu sekolah tidak selesai, jadi enggak kerja, saya juga enggak, ya *udah* bareng, dia pegang di sana sama sepupu pegang rumah makan, tahunya saya yang pegang. Itu sepupu dari keluarga mamah saya. Mamah saya itu pribumi, istrinya Ong Yu Kim asli Sumedang, tapi dia campuran ibunya Sunda asli, ayahnya Tionghoa (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Bukan rahasia jika sejak dahulu Tahu Bungking hanya dikelola oleh keluarga, sekadar mengandalkan strategi *nunggu* bola, dan bergantung hanya pada kesetiaan pelanggan yang mayoritas merupakan masyarakat asli Sumedang, nyatanya mampu menggenapkan usianya sampai 100 tahun. Dalam manajemen perusahaan, analisis standar yang biasa digunakan ialah analisis SWOT. Analisis tersebut ditujukan untuk membedah dan mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta peluang (*opportunities*) dan tantangan (*treats*) (Rangkuti, 2015). Lebih jauh, analisis tersebut merupakan upaya untuk membantu perusahaan menemukan cara, guna memaksimalkan daya berupa kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman serta meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.

Dalam beberapa kesempatan, Suryadi sepertinya terlihat bimbang menetapkan apakah SDM-nya (karyawan) merupakan faktor internal yang dapat diposisikan sebagai kekuatan atau kelemahan. Di satu sisi, Suryadi meyakini bahwa SDM yang kompak merupakan kekuatan dalam menjalankan usaha tahunya. Di sisi lain, Suryadi menjelaskan alasan mengapa ia belum membuka cabang di kota-kota lain (selain Bandung) adalah karena faktor SDM. “*SDM tidak bisa saya kendalikan, itu pribadi masing-masing, mau di saya terus atau enggak, kalo saya buka cabang, harus punya SDM minimal tiga orang, kalo satu-dua orang kadang-kadang ragu*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). Namun, Suryadi juga mengungkapkan kepercayaannya terhadap kemampuan SDM yang dimilikinya. “*SDM-nya kompak sebagai*

Tabel 10. Skema Analisis SWOT

SWOT	STRENGTHS Faktor-faktor Kekuatan Internal	WEAKNESS Faktor-faktor Kelemahan Internal
OPPORTUNITY Faktor-faktor Peluang Eksternal	Strategi SO Maksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi SW Minimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREAT Faktor-faktor Ancaman Eksternal	Strategi ST Maksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Minimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman

Sumber: Rangkuti (2015)

kekuatan. Kalo saya percaya sih, ya beda koki itu beda hasil. Faktor itu 90 persen menentukan” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). Ungkapan-ungkapan Suryadi tersebut bermuara pada satu kesimpulan—dualitas SDM, yaitu memosisikan SDM sebagai kekuatan sekaligus sebagai kelemahan bagi Bungking.

Berbeda dengan faktor internal mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Bungking, Suryadi memetakan dengan jelas apa-apa yang menjadi peluang dan hambatan (faktor eksternal). Prinsip Suryadi agaknya merefleksikan teori Maltusian tentang perbandingan pertambahan jumlah penduduk dengan ketersediaan bahan pangan. Baginya, populasi penduduk yang terus bertambah merupakan peluang utama yang harus dilihat secara jeli di samping juga agenda-agenda pembangunan yang makin pesat. Sementara itu, kondisi kelangkaan bahan baku, terutama air dan kedelai, merupakan hal krusial yang menjadi tantangan dan sekaligus mengancam kualitas cita rasa tahu yang dihasilkan.

“Sebagai peluang itu populasi, itu beda banyaknya penduduk, dan pembangunan-pembangunan.... Jadi, pasti ada perubahan, dari air,

Buku ini tidak diperjualbelikan.

kedelai juga berubah. Kedelai sejak tahun 2000-an *udah* beda dari tahun '90-an. Kedelai sekarang sebetulnya jelek, 3 bulan bisa *udah* rusak, *kalo* tahun 2000 ke bawah panen itu setahun 2 kali, itu saya *taro* bisa 6 bulan belum rusak, *kalo* sekarang, 3 bulan *udah* rusak, hama keluar enggak tau kenapa, padi juga sama enggak sebagus dulu. Sumber air juga ancaman paling besar, kualitas air semakin lama semakin jelek. Hal krusial terkait bahan baku itu” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019)

Satu hal kiranya yang benar-benar menjadi peluang bagi Tahu Bungkeng adalah masyarakat Kota Sumedang itu sendiri. Populasi yang bertambah tidak serta-merta mengamankan posisi Bungkeng di tengah dinamika UMKM dalam menghadapi arus zaman dan persaingan dengan pengusaha tahu lain. Penilaian dan kepercayaan masyarakat yang menjadi pelanggan Tahu Bungkeng adalah kuncinya. Setiap cabang Tahu Bungkeng, apalagi di pusat, terlihat selalu ramai oleh pengunjung, baik masyarakat asli Sumedang maupun mereka yang berasal dari Bandung atau Jakarta. Mobil-mobil berpelat D atau B, hampir dapat dipastikan mengisi area parkir yang disediakan oleh sang pemilik. Suryadi dengan mantap menuturkan, “Untuk Tahu Bungkeng masih bagus, saya masih yakin, karena masyarakat merasa nama Tahu Bungkeng masih baik lah” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Selain analisis SWOT, dalam urusan pengembangan perusahaan, terdapat konsep *Kaizen* yang berasal dari Negeri Matahari Terbit. *Kai* berarti perubahan dan *Zen* berarti menjadi lebih baik. Istilah ini mencakup makna perbaikan yang melibatkan seluruh aspek, baik manusianya maupun manajerialnya (Kato & Smalley, 2012). Filsafat *Kaizen* berpandangan bahwa cara hidup kita, apakah itu kehidupan kerja atautkah kehidupan sosial ataupun kehidupan rumah tangga, sepatutnya berfokus pada upaya perbaikan secara berkesinambungan. Dalam konsep *Kaizen*, semua orang di dalam perusahaan harus melakukan kerja sama sosial untuk mematuhi tiga aturan dasar, yaitu penataan, penghapusan, dan standardisasi.

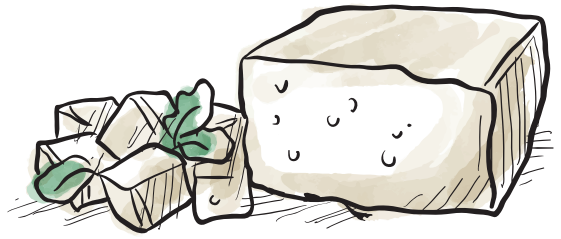


Gambar 10. Cabang Bungkeng di Jalan Mayor Abdurachman

Terlepas apakah keluarga Bungkeng mengetahui konsep tersebut atau tidak, nyatanya setiap nakhodanya mampu membawa Tahu Bungkeng mengarungi dinamika usaha tahu di Kota Sumedang selama lebih dari 100 tahun. Tidak menjadi soal pula apakah selama ini Bungkeng memahami analisis SWOT secara teoretis atau tidak, karena faktanya praktik usaha yang mereka lakukan selama ini telah mencerminkan dasar-dasar yang berlaku di dalam analisis SWOT.

Melihat analisis SWOT yang ada pada usaha Tahu Bungkeng berdasarkan pada penjelasan Suryadi, tentunya diperlukan beberapa upaya agar Tahu Bungkeng dapat terus *survive* dan melambungkan namanya hingga beberapa generasi mendatang. Kapasitas Suryadi dan Keluarga Bungkeng dalam dunia usaha kuliner tahu Sumedang tentu tidak dapat diragukan. Bagaimanapun, Suryadi dan keluarganya tentu sudah lama mengidentifikasi hal ini serta merancang berbagai kemungkinan yang akan terjadi beserta langkah-langkah jitu yang akan diambil. Tentunya, hal itu diwujudkan tanpa melepaskan ciri khas yang selama ini direfleksikan oleh keluarga Bungkeng, yaitu melekat elegansi pada mereka.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



BAB 6

PERTUKARAN MORAL: DARI KEUNTUNGAN EKONOMI HINGGA MANFAAT SOSIAL

“Kalo tahu Sumedang saya sih kebanyakan (pelanggan) pribumi Sumedang. Jadi, mereka tahu siapa yang pertama bikin tahu. Orang dulu ke sawah suka beli tahu.”
(Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019)

Pertanyaan umum yang muncul ketika seseorang hendak memulai sebuah usaha adalah berapa modalnya, dan bagaimana risikonya. Hubungan antara modal yang dimiliki dan niat serta motif berwirausaha lebih diarahkan pada kesiapan finansial dan *income* atau *return* yang ingin diperoleh. Modal menjadi hal utama dalam membangun sebuah usaha. Berkenaan dengan modal, biasanya kita terkunci pada jenis modal finansial dan modal fisik seperti apa, yang diharapkan dapat memuluskan sebuah eksekusi wirausaha.

Secara umum, masyarakat mengenal beragam bentuk modalitas yang memiliki daya guna yang memberikan manfaat. Modal ekonomi atau finansial, misalnya, dilihat dari kepemilikan moneter. Modal fisik dapat merujuk kepada kegiatan produksi barang dan jasa yang berwujud pada bahan baku dan infrastruktur yang mengolahnya.

Modal manusia adalah kesepakatan masyarakat atas kapasitas individu yang dilihat dari keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki. Modalitas-modalitas tersebut dilihat dari bagaimana ia dikonversikan untuk memperoleh keuntungan (Bourdieu, 1986; Usman, 2018).

Namun, agaknya terdapat satu bentuk modalitas yang terlewat, yaitu modal sosial. Mengenai definisi modal sosial, akan tepat jika dilihat melalui kacamata sosiologis. Dalam perkembangannya, para teoritis dalam disiplin ilmu dan kajian sosiologi telah memberikan kita gambaran tentang modal sosial. Coleman (1989) melihat modal sosial sebagai sesuatu keseluruhan yang diarahkan atau diciptakan untuk memudahkan individu dalam struktur sosialnya. Putnam (2000) berpendapat bahwa modal sosial merujuk pada hubungan antar-individu, jaringan sosial, dan norma-norma timbal balik serta kepercayaan yang timbul di antara mereka. Istilah modal sosial merujuk pada kapasitas individu untuk memperoleh barang material atau simbolik yang bernilai berdasarkan pada kebajikan hubungan sosial dan keanggotaan dalam kelompok sosial atau kapasitas pluralitas seseorang untuk menikmati keuntungan dari tindakan kolektif berdasarkan pada kebajikan dari partisipasi sosial, kepercayaan, atau komitmen untuk menetapkan cara dalam melakukan sesuatu (Ritzer, 2004).

Menurut Portes (1998), modal sosial adalah kemampuan dari para aktor untuk menjamin manfaat dengan bertumpu pada keanggotaan dalam jejaring sosial dan struktur sosial lain. Sementara menurut Wolcock (1998), modal sosial adalah derajat kohesi sosial yang ada dalam komunitas. Bagi Lang dan Hornburg (1998), modal sosial umumnya merujuk pada ketersediaan rasa saling percaya di dalam masyarakat, norma-norma, dan jejaring yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam rangka menyelesaikan persoalan-persoalan mereka. Tidak jauh berbeda dengan pakar-pakar sebelumnya, menurut Fukuyama (2002), modal sosial ialah hubungan yang berisikan

serangkaian norma yang dipegang bersama sebagai fondasi kepercayaan yang memungkinkan adanya kerja sama di antara mereka.

Haridison (2013) menyimpulkan bahwa pandangan para ahli tersebut tentang konsepsi modal sosial ialah mencakup (1) Sumber daya aktual dan potensial; (2) Entitas tersebut memfasilitasi tindakan individu-individu di dalam struktur sosial; (3) Asosiasi-asosiasi yang bersifat horizontal; (4) Informasi; (5) Nilai dan norma; (6) Resiprositas; (7) Kerja sama; dan (9) Jejaring.

Term modal dan *term* sosial memang begitu lentur dan fleksibel ketika didefinisikan, sehingga konsep modal sosial pun memiliki beragam pengertian. Secara sederhana, kita dapat pahami bahwa modal sosial sejatinya memiliki tiga unsur pembentuk: nilai-norma, jaringan sosial, dan kepercayaan. Bagaimanapun, modal sosial harus dilihat bukan semata-mata sebagai hasil, melainkan lebih sebagai proses. Proses pembentukan modal sosial berlangsung terus-menerus sepanjang ia dimanfaatkan. Pemanfaatan modal sosial justru akan secara otomatis membuatnya terakumulasi. Pertanyaannya adalah bagaimana ketiga unsur pembentuk modal sosial tersebut dikonversikan menjadi sesuatu yang dapat dimanfaatkan dan mampu mendatangkan keuntungan? Merujuk Usman (2018), keunikan modal sosial adalah upayanya untuk mendayagunakan relasi-relasi sosial. Bagaimanapun, relasi-relasi sosial telah dianggap sebagai sumber daya yang berharga (Bhandari & Yasinoubu, 2009).

Lantas, pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana orang mendayagunakan relasi sosial sehingga menjadi sumber daya untuk tujuan memperoleh keuntungan? Koput (2010) dalam Usman (2018) memaparkan empat ilustrasi mengapa relasi sosial mampu berperan untuk mendatangkan keuntungan:

Pertama, relasi sosial memfasilitasi aliran informasi tentang berbagai macam kebutuhan lingkungan. Penguasaan informasi memiliki peran

penting dalam memprediksi kebutuhan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Kedua, relasi sosial berkorelasi positif dengan pengaruh yang mampu menjadi kekuatan memobilisasi dukungan. Ketiga, relasi sosial adalah media menanamkan dan menebarkan trust sehingga orang dapat mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain. Keempat, relasi sosial adalah media mempertegas identitas sehingga orang mudah mengembangkan hubungan yang saling menghargai. Hubungan tersebut menciptakan kondisi kondusif untuk berbagi kepentingan dan sumber daya. Hubungan semacam ini bukan hanya memberikan rasa aman, tetapi juga jaminan keberlangsungan sebuah kegiatan (Koput, 2010 dalam Usman, 2018, 5).

Pertanyaan terakhir yang harus diajukan adalah keuntungan apa yang sebenarnya hendak diperoleh? Asumsi yang banyak berkembang adalah ternyata modal sosial mampu mendatangkan bukan hanya keuntungan ekonomi (*economic gain*), melainkan juga manfaat sosial (*social benefit*). Lantas, seperti apa bentuk manfaat sosial yang dimaksud? Menurut Fukuyama (2005), pertukaran moral atau *reciprocal altruism*, memiliki prinsip yang sama sekali berbeda dengan istilah tukar-menukar seperti yang biasa terjadi di pasar—*market exchange*.

Di pasar, barang-barang dipertukarkan secara serentak. Pembeli dan penjual mengikuti perkembangan nilai tukar dengan cermat. Sedangkan menyangkut pengorbanan timbal balik, pertukaran bisa terjadi pada waktu yang berbeda. Pihak yang satu memberikan manfaat tanpa mengharapkan balasan langsung dan tidak mengharapkan imbalan yang setimpal. Jika kita tahu bahwa kita harus bekerja sama dengan kelompok yang sama dalam jangka waktu panjang dan jika kita tahu bahwa mereka akan selalu mengingat kejujuran dan kecurangan kita, maka demi kebaikan kita sendirilah kita harus berperilaku jujur. Dalam situasi seperti itu, asas timbal balik akan muncul dengan sendirinya karena reputasi telah menjadi modal (Fukuyama, 2005, 210).

Lalu, apa kaitan semua pembahasan modal sosial yang mencakup pendayagunaan relasi sosial, kohesivitas, keuntungan ekonomi, dan

manfaat sosial dengan Bungking dan usaha tahu Sumedang miliknya? Apakah kemudian kita ingin mengatakan bahwa keluarga Bungking memiliki potensi modal sosial yang baik, yang ternyata menjadi kunci keberhasilannya dalam bertahan selama 100 tahun? Perihal jawaban di balik pertanyaan tersebut, tentu saja hanya Suryadi dan Bungking yang mampu memberi kita pencerahan.

Jika beranggapan bahwa keluarga Bungking memanfaatkan modal sosial dalam menjalankan usaha tahunya, yang harus diidentifikasi tentu saja adalah bagaimana proses pembentukan modal sosial tersebut. Norma informal, jaringan sosial, dan derajat kepercayaan yang melekat pada keluarga Bungking tidak bisa dilihat secara terpisah. Unsur-unsur pembentuk modal sosial tersebut tumbuh secara beriringan dan mengalami proses pembentukan yang saling berkelindan.

Meskipun Tahu Bungking saat ini merupakan wujud industri kuliner di era modern, ternyata tidak dapat dimungkiri bahwa norma (aturan) yang ada dalam perusahaan mereka lebih bersifat informal. Artinya, norma informal tersebut lebih didasarkan pada kontrak informal yang berwujud pada kesepakatan dan pemahaman bersama, baik di antara keluarga Bungking maupun dengan karyawan dan pelanggannya, tanpa diikat dengan kontrak yang bersifat kaku dan formal. Norma yang melekat di dalam usaha tahu milik Bungking mengalami proses pembentukan dan pemeliharaan terus-menerus melalui interaksi yang menghasilkan ikatan dan kesepakatan bersama di antara pihak-pihak yang terlibat.

Dalam sudut pandang sosiologis, norma merupakan bentuk konkret dari nilai yang bersifat abstrak. Nilai dapat bermakna sebagai sesuatu yang diyakini benar atau salah, baik atau buruk, patut, maupun tidak patut. Dengan demikian, jika hendak mengidentifikasi norma yang berlaku di dalam keluarga Bungking ataupun perusahaan tahunya, harus diidentifikasi dahulu nilai-nilai apa yang tertanam

di dalamnya. Beberapa nilai sebagaimana dimaksud, yang ada pada tubuh Bungkeng, di antaranya kejujuran, kebaikan, rendah hati, keterbukaan dan toleransi, demokrasi, kekeluargaan, kebebasan, harmonisasi, serta tidak neko-neko.

Sejak dahulu, Keluarga Bungkeng dapat dikatakan sebagai keluarga yang demokratis. Demokratis dalam hal ini menyangkut urusan dalam menentukan siapa anak dari keluarga Bungkeng yang harus meneruskan usaha tahu milik keluarga. Pada praktiknya, dari generasi pertama, yaitu Ong Ki No, sampai generasi keempat, Ong Che Ciang (Suryadi), tidak pernah secara sepihak menentukan salah satu di antara anak mereka harus mewarisi usaha tahu keluarga. Mereka masing-masing mengedepankan musyawarah dan membuka peluang bagi anak-anaknya untuk memilih sendiri apakah berminat meneruskan usaha tahu keluarga atau mengejar kariernya sendiri di luar.

Ya orang tua, demokrasi lah, jadi mau lanjutin oke, punya pilihan sendiri oke, tidak diplot kamu harus lanjutin, tidak. Kakek saya juga enggak, cuma papah saya anak pertama jadi dia cuma yah lanjutin aja lah (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Ong Bung Keng pada saat itu memilih meneruskan membuat tahu ciptaan ayahnya, (Ong Ki No) lebih didasarkan pada kewajibannya sebagai anak laki-laki satu-satunya. Begitu pula Ong Yu Kim (ayah Suryadi), merasa memiliki beban moral untuk melanjutkan usaha tahu ayahnya (Ong Bung Keng) karena dia merupakan anak yang tertua. Begitu pun Suryadi (Ong Che Ciang), meskipun bukan satu-satunya anak laki-laki dan bukan pula anak tertua di keluarganya, ia merasa perlu untuk meneruskan usaha tahu ayahnya (Ong Yu Kim). Pilihan tersebut diambil oleh Suryadi tanpa tekanan ataupun paksaan dari ayahnya. Semua keputusannya pada 1995 diambil atas dasar pertimbangan dan kesadaran yang matang.



Gambar 11. Ong Yu Kim (tengah) dan Suryadi (kanan)

Ong Yu Kim memang dikaruniai banyak anak, yaitu tujuh orang, dengan Suryadi sebagai anak keempat. Suryadi sendiri memiliki tiga kakak, yaitu Hasan, Herdjanti, dan Liling; serta tiga adik, yaitu Tedi, Herli, dan Tju-Tju. Dengan begitu, posisi Suryadi sebagai anak tengah menjadi strategis, yakni ia adalah seorang anak yang mungkin bisa menjadi penghubung antara adik-adiknya dan kakak-kakaknya. Mungkin karena faktor itu jugalah Suryadi menjadi anak yang paling memahami kondisi keluarganya, termasuk soal urusan Tahu Bungkek, sehingga ia dengan percaya diri mengajukan diri kepada ayahnya untuk melanjutkan usaha yang telah dibangun sejak 1917. Namun, ternyata cerita Suryadi menggugurkan semua asumsi dan kemungkinan-kemungkinan yang dibayangkan tadi.

Yang 1, 2, 3, boleh dikata karier bagus, pendidikan oke lah, *kalo* saya lebih rendah dibandingkan mereka. Ini sekolah yang kedua dan ketiga di luar negeri, 5, 6, 7 ke luar negeri juga. Pas saya beres kuliah enggak punya rencana mau ke mana, *tau-tau* kan kakak-beradik saya sekolah bagus-bagus, kalo saya C lah cukup, sedang-sedang saja (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Suryadi memang bukan anak tunggal. Ia pun bukan satu-satunya anak laki-laki di keluarganya. Satu hal yang bisa dipetik dari ceritanya adalah ia satu-satunya anak Ong Yu Kim yang tidak bersekolah ke luar negeri. Semua kakak dan adiknya menempuh pendidikan S-1 di Amerika, termasuk kakak tertuanya, Liling, meskipun Liling tidak menyelesaikan studinya karena sakit. Untuk itulah, Suryadi kini bersama kakaknya mengelola usaha Tahu Bungkeng bersama-sama.

Suryadi merupakan sosok yang humoris. Kesan ramah dan bersahabat, santai, serta informal menyertai setiap interaksi dengannya. Meskipun Suryadi, tidak mengikuti jejak saudara-saudara kandungnya bersekolah ke Amerika, ia tetaplah pribadi yang rendah hati dan tidak neko-neko. Rendah hati dapat terlihat dari aura dan kesan pertama yang terpancar dari seseorang. Selain itu, penilaian kita terhadap orang lain, dapat dilakukan dengan melihat cara komunikasi orang tersebut, bagaimana mimik wajahnya, gestur, gerak-gerik, ataupun tingkah lakunya, serta apa yang diucapkan olehnya.

Keluarga Bungkeng tidak pernah merasa jumawa atas keberhasilannya mengelola usaha tahu Sumedang selama 100 tahun. Setiap generasi yang mengawal keberlanjutan usaha tahu keluarga tersebut terkenal akan kerendahan hatinya. Bagaimanapun, Bungkeng merupakan pelopor tahu Sumedang, paling lama, paling tua, dan paling mapan. Meskipun Suryadi berani menjamin bahwa kualitas Tahu Bungkeng tetap terjaga, ia dengan kerendahan hatinya tidak mengklaim Tahu Bungkeng lah yang menjadi nomor 1 soal rasa.

Makanan selera, suka yang A, B, suka yang C, itu harus pelanggan yang bilang, saya terus terang enggak bisa *ngejamin* produk saya 100% paling bagus, pasti ada gagalnya saya juga (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Suryadi adalah pribadi yang juga tidak neko-neko dalam menjalani hidup. Bagi Suryadi, hidup haruslah dijalani dengan apa

adanya, tanpa bumbu-bumbu berlebihan, tanpa harus berperilaku macam-macam. Kesederhanaan, kejujuran, dan kebaikan merupakan nilai yang menjadi prinsip hidup bagi dia dan keluarganya. “*Ah enggak pernah macem-macem, jangan nipu orang atau gimana, saya enggak suka kata yang dilebihin, digedein, apa adanya aja*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). “*Kita hidup itu harus jujur*” (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019). Suryadi menceritakan lebih jauh bahwa:

Enggak pernah merasa tersaing dengan orang lain. Papah saya, dia percaya masing-masing orang punya rezeki. *Kalo* itu sifat keluarga, memang prinsip atau landasan. Dia menjalani *aja* prinsipnya, tidak pernah merasa, itu buka wah jadi saingan *nih*, harus saling banting, enggak, saya juga enggak. Kami tidak masalah, itu hak dia. Saya cenderung berada di tengah enggak mau nomor 1 atau bawah juga ya tengah *aja* lah, saya enggak punya ambisi untuk jadi nomor 1 (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Nilai-nilai yang diyakini dan menjadi landasan hidup Suryadi pada dasarnya tidak muncul begitu saja. Proses pembentukan nilai tersebut telah berlangsung selama satu abad lebih. Transmisi nilai sebagaimana dimaksud telah diinternalisasi ke dalam diri anggota keluarga Bungkek dari generasi ke generasi. Anak-anak Bungkek mendapat sosialisasi dan proses belajar langsung dari ayah-ayah mereka. Dengan begitu, nilai-nilai tersebut mengendap di alam bawah sadar mereka sehingga memandu mereka dalam setiap perbuatan. Keluarga Bungkek memang keluarga China keturunan yang dapat dikatakan memiliki hubungan harmonis. Kekompakan merupakan efek samping positif dari kesepahaman tiap anggota terhadap nilai-nilai yang dianggap baik dan patut. Dengan nilai yang dipegang teguh bersama, keluarga Bungkek hidup serasi satu sama lain karena mereka berada dalam satu frekuensi.

Nilai kebaikan yang tumbuh dalam keluarga Bungkek pada akhirnya juga menyebar luas ke dalam kehidupan mereka sehari-hari

dengan masyarakat. Kebaikan sudah melekat di dalam diri keluarga Bungkeng. Legitimasi informal tersebut tentu saja bukan tanpa alasan. Hal itu disebut Francis Fukuyama sebagai pertukaran moral. Dalam pertukaran moral, terjadi prinsip timbal-balik atas nilai-norma yang dipertukarkan. Keluarga Bungkeng meyakini bahwa pertukaran jenis itu akan membawa manfaat pada dirinya di kemudian hari. Kebaikan di masa mendatang akan datang membalas kebaikan di masa lalu yang pernah kita berikan kepada orang lain. “*Karena saya percaya, kalo orang itu amalnya baik, ya, akan mendapat kebaikan, itu saya yakini*” (Suryadi, wawancara 5 Juli 2019).

Baik ke mereka, mereka pasti baik, timbal balik. Semua orang punya sifat, kita dasarnya *kalo* memberi kepercayaan pada mereka, kayak saya memberi kepercayaan pada orang, ya udah itu percaya *aja* (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Apa yang diyakini Suryadi merupakan keyakinannya terhadap nilai. Nilai tersebut di satu sisi memang terinternalisasi ke dalam dirinya melalui transmisi yang dilakukan oleh keluarganya. Di sisi lain, nilai tersebut juga merupakan hasil dari pengalaman tidak menyenangkan di masa lalu. Meskipun demikian, ketika Suryadi mendapat pengalaman yang kurang berkenan, ia tidak pernah merasa dendam. Justru hal itu membangkitkan nalurinya untuk menjadi manusia yang lebih baik terhadap sesama. Komitmen justru tumbuh di dalam dirinya untuk tidak memberikan perlakuan kurang menyenangkan terhadap orang lain, sebagaimana pernah ia dapatkan di masa lalu. Suryadi menceritakan kejadian masa lalu yang sarat akan pesan moral:

Ini pengalaman pribadi waktu mahasiswa, bikin skripsi ke Leuwi Gajah, Cimahi, pabrik tekstil. Datang ditolak, saya naik motor seharian. Ada yang *nolak* secara halus, misal tiga bulan disuruh balik lagi, itu kan sama aja *nolak* secara halus. Makanya ada mahasiswa datang ke sini, ‘Koh, saya mau bikin skripsi’, saya tolak kasihan, apalagi dari Bandung jauh-jauh ke Sumedang, saya tolak, ‘wah enggak bisa, paling-paling tiga

bulan lagi, kan dia mau *cepat* maunya kapan, bagian apa, keuangan, *kalo* keuangan susah cuma saya *ngasih* angkanya segini kamu contoh skripsi orang, *kalo* sejarah saya ada berkas klipng, klipng koran saya kasih, *kalo nanya* SMS *aja*, saya jawab, *kalo* cap? Boleh, sini cap, kapan *aja* kamu mau, boleh saya cap. Kan mereka senang, terima kasih sama saya. Coba aja pikir naik motor, saya kasih ini juga saya *fotokopiin*, kamu susun sendiri ini bahannya, oh iya *makasih*. ‘Mau *liat* fotonya Koh, *liat* pabriknya,’ iya silakan, dia foto-foto, *udah* beres jadi skripsinya, mau kata pengantar. *Gitu* lah, karena saya tahu enggak enak, pengalaman pernah juga ada *udah nunggu* sejam, SDM-nya enggak ada, alasannya rapat, ditunggu sejam, panggil ke atas *ngobrol* ke atas wah enggak bisa. Jadi kasihan lah *kalo* ditolak-tolak gitu, kasih *aja* apa ruginya, enggak ada rugi saya *mah*, rugi apa? (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Merasakan dan mengalami sendiri kejadian kurang menyenangkan menggugah Suryadi untuk berperilaku baik kepada orang lain. Ia tidak ingin orang lain mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan darinya karena ia tahu betul bagaimana rasanya mendapatkan itu dari orang lain. Suryadi menjadikan tahu Bungkek sebagai tempat terbuka untuk masyarakat. Orang-orang bisa datang ke Bungkek tidak hanya untuk membeli tahu, tetapi juga berbagi cerita. Bahkan, Bungkek adalah tempat belajar bagi pengusaha tahu lain di Kota Sumedang. Dengan melakukan hal tersebut, secara otomatis Suryadi dan Bungkek sedang membentuk reputasi sebagai modal.

Baik *aja* lah, cukup toleransi, terbuka kita orangnya. Semua orang mau *liat* tahu, bikin tahu, silakan saja ya banyak apa, orang boleh dikata meniru kita melakukan ini, mereka lihat, cocok buat dia, ya dicoba (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Keluarga Bungkek memang sudah lama terkenal akan kebaikan, kesederhanaan, dan keterbukaannya. Pernah suatu ketika, seorang pelanggan menghampiri Suryadi, kemudian serta-merta melakukan pengakuan dosa. Suryadi lantas terkaget-kaget, ada apa gerangan? Dalam benak Suryadi, ia merasa tidak pernah diperlakukan atau

memperlakukan orang tersebut dengan tidak adil. Ternyata orang tersebut menceritakan bahwa dahulu, ketika masih bersekolah di dekat Alun-alun Kota Sumedang dan tinggal di daerah Tegal Kalong, ia sering sekali “mencomot” tahu yang dipajang di etalase *outlet* tahu Bungkeng, kemudian bergegas lari tanpa bayar. “*Sama kakek saya enggak diapa-apain, udah tua dia inget dan cerita ke saya*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Tidak mengherankan jika Bungkeng selama ini, termasuk Suryadi, juga memperlakukan karyawannya dengan baik. Menurut pengakuan Suryadi, hubungan Bungkeng dengan karyawannya terbilang cukup baik, tidak terbatas pada hubungan kerja semata, tetapi juga didasarkan pada asas kekeluargaan. “*Saya kalo boleh dikata ya cukup memberi lebih lah sama karyawan*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Baik lah, tidak sebatas karyawan, ibarat kata kekeluargaan. Saya *mah* baik, boleh dikata, ya kekeluargaan lah ya, mereka ada kebutuhan apa ya saya kasih pinjam enggak pernah saya tagih, tanya *aja* karyawan (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Perlu diketahui bahwa Suryadi dan Bungkeng memang memperlakukan sistem borongan terhadap para karyawannya, atau bisa dikatakan pekerja lepas. Akan tetapi, pada dasarnya hubungan mereka telah disatukan dengan ikatan sosial yang bersifat informal. Hal itu terbentuk sepanjang intensitas dan keintiman interaksi yang terjalin di antara mereka di luar urusan pekerjaan. Sistem borongan yang berlaku justru bertujuan menjamin keleluasaan dan pendapatan karyawan Bungkeng. Artinya, Suryadi memberikan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan para karyawannya.

Keleluasaan sangat diberikan Suryadi dan Bungkeng kepada para karyawannya, termasuk apakah mereka ingin bertahan di Bungkeng atau tidak, apakah mereka ingin keluar lalu kembali lagi ke Bungkeng bukanlah sebuah persoalan. Bungkeng dapat dikatakan sebagai salah

satu rumah bagi para pembuat tahu di Kota Sumedang. Bahkan, Suryadi senantiasa menitip pesan ketika ada karyawannya yang hendak bekerja dengan orang lain.

Saya memberi kebebasan, *kalo* kamu mengajarkan orang, minta imbalannya yang sepadan, *kalo* sistem gaji, rugi. Dia kan menurunkan ilmu, kamu minta yang seimbang, misalnya pergi ke Cikampek, *kalo* kamu cuma digaji satu kali dari saya, itu rugi, harus minta jasa pengajaran tuh berapa. Kalo kamu cuma digaji satu kali, misal di saya 75 ribu (rupiah), kamu ke Jakarta 150 ribu (rupiah), jangan mau *kalo* bosnya enggak bisa apa-apa, minta imbalan, tiga bulan pertama kamu minta imbalan (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Apa yang disampaikan Suryadi tersebut sudah seperti sikap seorang ayah menasihati anaknya. Nasihat ayah kepada anaknya tentu saja demi kebaikan si anak. Tidak hanya memberikan restu, Suryadi dan tentu saja Bungkeng juga memberikan bekal berupa pesan-pesan bermanfaat kepada karyawannya yang hendak mencoba peruntungan di luar agar mendapat keadilan dan hak yang semestinya mereka dapat.

Nilai-nilai tentang kerendahan hati, kejujuran, kebaikan, keterbukaan dan toleransi, demokrasi, kekeluargaan, kebebasan, harmonisasi, serta tidak neko-neko merupakan fondasi terbentuknya norma yang bersifat informal di dalam tahu Bungkeng. Meskipun bersifat informal, norma tersebut begitu kokoh mengikat mereka yang terlibat di dalamnya. Kohesivitas tercermin dalam praktik kehidupan mereka.

Fukuyama (2005, 179) menjelaskan bahwa ada 4empat jagat norma: hierarkis-spontan dan rasional-arasional.

Pada umumnya norma yang terbentuk secara spontan cenderung bersifat informal, dalam arti tidak dituliskan dan diumumkan. Selain merentangkan norma-norma sosial, mulai dari norma sosial hierarkis hingga norma spontan, kita juga dapat merentangkan norma lain-

nya hasil pilihan rasional, serta norma turun menurun dan arasional (Fukuyama, 2005, 179).

Fukuyama (2005) menjelaskan bahwa akan terbentuk empat macam norma dengan empat sifat yang berbeda: spontan arasional (bersifat alami teratur sendiri), spontan-rasional (bersifat tertata sukarela), hierarkis-arasional (bersifat keagamaan), dan hierarkis-rasional (bersifat politis). Sementara itu, Tahu Bungkek dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa norma yang terkait dengan beberapa situasi: kewajiban meneruskan sebagai pewaris usaha, tidak ikut campur, manajemen konflik, operasional, tahu mentah, dan *cost and reward*.

Pada dasarnya, semua norma tersebut bersifat sebagai aturan informal—tidak dituliskan dan tidak diumumkan. Aturan-aturan informal yang ada di dalam keluarga Bungkek dan usaha tahunya lebih sebagai aturan yang terbentuk secara sukarela (spontan-rasional) dan alami teratur sendiri (apontan-arasional). Bersifat spontan-rasional (tertata sukarela) artinya aturan-aturan tersebut terbentuk melalui hasil perundingan yang menampung semua kepentingan. Aturan-aturan di sini dilihat sebagai hasil yang disepakati bersama karena nilai-nilai yang diyakini setiap anggota telah terakomodasi. Bersifat spontan-arasional (alami teratur sendiri) artinya aturan-aturan tersebut terbentuk tanpa melalui perundingan rasional. Aturan-aturan di sini dilihat sebagai sesuatu yang secara alami—otomatis terbentuk karena faktor nilai-nilai tentang kebutuhan mereka sebagai manusia.

Setiap generasi keluarga Bungkek menyadari kewajibannya untuk melanjutkan usaha warisan keluarga mereka. Namun, bukan berarti terjadi ambisi dan perselisihan di antara anggota keluarga. Mereka dengan dewasa mengerti kondisi dan posisinya di keluarga. Kesepakatan informal terjalin di antara mereka. Bagi generasi keempat, misalnya, Suryadi dan saudara-saudaranya sadar betul bahwa hanya

Suryadi dan Liling-lah yang memungkinkan memegang perusahaan tahu Sumedang yang sebelumnya dipegang oleh Ong Yu Kim.

Enggak *tau nih* saya juga, ya *jalanin aja* tapi ya bisa aja harus ada lah mudah-mudahan. Memang harus satu, jangan sampai dua, kalo dua saya kurang setuju, konflik. Sampai generasi saya *tetep* satu, untungnya *gitu*. Kakak-beradik papah saya cowok, berhak semua tapi kan mereka enggak mau, memilih berkarier, coba *kalo* lima-limanya tinggal di Sumedang, Bungkeng lain cerita. Saya juga tujuh, yang lain enggak mau, apalagi pendidikannya tinggi (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Bagi Suryadi, tidak penting siapa di antara anggota keluarga yang nantinya akan melanjutkan Tahu Bungkeng sepeninggal dirinya. Satu-satunya harapan Suryadi adalah harus ada satu orang yang siap dan direstui semua keluarga untuk melanjutkan usaha tersebut. Suryadi begitu meyakini bahwa keberlangsungan usaha Tahu Bungkeng harus dipegang oleh satu orang. Dengan demikian, visi dan misi Bungkeng tetap satu, kekuatan mereka bulat dan terpusat, potensi-potensi konflik dapat diminimalisasi sehingga Bungkeng tetap menjadi satu kesatuan, utuh, dan tidak tercerai-berai.

Tentu saja bukan tanpa alasan Bungkeng berharap di setiap generasi hanya ada 1satu anggota keluarga yang meneruskan tongkat estafet perusahaan. Suryadi menceritakan:

Senior yang hampir seangkatan kakek saya, Ojolali (tahu Ojolali), penerusnya juga enggak ada, turunannya *udah* enggak produksi, itu mereka seangkatan lah satu gelombang datang ke Sumedang bikin tahu sekitar tahun '40-50-an. Generasinya kan beda, ada yang lanjut, ada yang enggak. Tapi juga jangan semuanya mau jadi penerus. Kayak tahu Haji Ateng, misalnya, itu masing-masing anaknya buka cabang, tapi ternyata rasanya beda, kualitas menurun, jadi enggak sejalan, kan repot *kalo* begitu (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Beda Ojolali, beda Haji Ateng, beda pula tahu Bungkeng. Tiap perusahaan tahu besar di Sumedang memiliki kisah sendiri-sendiri.

Kembali melihat soal norma lain yang ada pada Bungkek, ada satu aturan yang kiranya harus dipahami, terutama oleh karyawan. Aturan tersebut bersifat operasional sehari-hari, yaitu Bungkek melarang para karyawannya menjual tahu mentah Bungkek atau mengambil tahu mentah di luar untuk digoreng di Bungkek. Aturan ini sudah berlaku dari masa Ong Bung Keng sendiri.

Jadi misal ada orang mau jual tahu, dia mau beli tahu mentah, *nah* saya dilarang jual, itu dari kakek saya, *sampe* sekarang *kalo* mau jual tahu mentah ya bisa aja. Jadi *gini*, *kalo* setiap gerobak ditulis Bungkek, bisa *aja* orang tinggal tulis Bungkek, jadi kayak contohnya bakso tahu Hoki, bisa *aja* saya bikin bakso tahu, saya tulis Hoki kan bisa *aja*, jadi saya enggak setuju prinsip bikin sebesar-besarnya tapi *mukul* balik. Ini sama juga kayak cuanki, cuanki kan singkatan cari usaha dengan jalan kaki, sebenarnya itu dari China. Nah, kata dia, dulu awalnya si cuanki ini jualan di rumah. Saking lakunya, dia *pake* pedagang gerobak, otomatis kan yang jual itu banyak, nah pedagangnya kalo di cuanki, misal harganya 1.000 (rupiah), orang bikin cuanki juga, tapi harganya misal 800 (rupiah). Pilih mana? Nah, Tahu Bungkek juga saya cegah jangan sampai ke sana, saya punya gerai banyak jangan *sampe* membeli tahu mentah dari perusahaan lain dan digoreng di saya, saya bilang ke karyawan saya, itu bisa dipidanakan (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Prinsip tersebut pada dasarnya mencegah Bungkek mati. Meskipun begitu krusial, aturan tersebut tidak tertuang dalam peraturan tertulis atau dokumen perjanjian yang bersifat formal dan kaku. Semua pihak di dalam Bungkek, baik keluarga maupun karyawannya, memahami dan menyepakati aturan tersebut secara informal, tetapi utuh dan mengakar. Bukan hanya soal aturan pelarangan menjual dan membeli tahu mentah, aturan-aturan lain di Bungkek juga bersifat informal, termasuk urusan operasional sehari-hari.

Saat ini, tahu Bungkek di bawah Suryadi memiliki 12 karyawan inti. Baginya, ia tidak menyatakan karyawannya adalah karyawan tetap. Jika ada yang menanyakan hal tersebut kepadanya, Suryadi

menjawab, “*disebut tetap boleh, enggak juga boleh, itu ada 10–12 lah, karena kalo saya punya karyawan jarang ada yang full 10 hari kerja, jadi 2, 3, 4 hari, libur 2, 3 hari, baru masuk lagi*” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). Lebih detail, Suryadi menjelaskan:

Sebenarnya ini tiga tahun yang lalu lah. Karyawan saya prinsipnya gini, kerjanya kan lepas. Saya tuh pengennya dia 10 hari masuk, sehari uang hadir 10 ribu boleh diambil setelah 10 hari. Jadi misalnya dalam 10 hari, hari ketujuh atau kelima tidak masuk, itu angus. Sepuluh harinya maksudnya supaya dia rajin, tapi jarang ada yang ngambil, paling 3–4 orang. Jadi gini, kalo Sabtu dia dapet 100 ribu, mereka cenderung libur besoknya, biasanya saya kasih Seninnya, untuk mencegah itu, karena kan Sabtu-Minggu rame biasanya, jangan Jumat dia dapet, Sabtu-Minggu tuh dia enggak masuk. Itungannya hari pertama ya dari mulai tanggal dia masuk sampe 10 hari, tapi harus lewat weekend, kalo kena weekend saya lolosin sampe Senin, tapi enggak angus. Fleksibel aja lah, enggak terikat kontrak (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Aturan pekerja lepas yang ditetapkan serta jumlah pegawai yang hanya 12 orang untuk empat cabang di Sumedang tidak lain karena Suryadi memiliki kedekatan hubungan secara emosional dengan karyawannya. Menurut pengakuan Suryadi, sistem borongan dan jumlah karyawan yang hanya 12 orang ini justru bertujuan agar karyawannya dapat memperoleh penghasilan yang maksimal. Lagi pula, bagi Suryadi, menambah karyawan bukan perkara mudah karena membutuhkan beberapa pertimbangan, terutama menyangkut kedekatan secara emosional dan dibutuhkan saling percaya satu sama lain. Sebab, bagi Suryadi, sekali lagi, Bungkeng tidak berambisi mengejar kuantitas produksi yang fantastis. Suryadi tidak ingin sekadar berlomba untuk membuka banyak cabang di banyak kota. Bagi Suryadi dan Bungkeng, yang terpenting masyarakat Sumedang dapat menyantap tahu dengan kualitas yang baik.

Kertas-kertas yang sebagian sudah menguning tertempel di pintu di belakang Suryadi. Kertas-kertas tersebut merupakan aturan bagi karyawan, yakni berupa *shift* atau jadwal masuk dan libur kerja, baik ketika hari-hari biasa maupun ketika pada saat hari libur dan hari raya. Kertas-kertas tersebut hanya sebatas pengingat yang pada praktiknya, masih sangat memungkinkan untuk membuka ruang dialog antara Suryadi dan karyawannya.

Nilai yang membentuk norma pada akhirnya berkaitan erat dengan derajat kepercayaan. Pembentukan norma secara otomatis menumbuhkan rasa saling percaya di antara pihak-pihak yang saling berbagi dan terhubung dengan norma bersama tersebut. Sebagaimana dijelaskan Fukuyama (2002), norma sosial memiliki dualitas, yakni sebagai prakondisi munculnya kepercayaan sekaligus sebagai pas-cakondisi dari adanya kepercayaan. Dengan kata lain, norma dapat membentuk kepercayaan sekaligus dapat dibentuk oleh kepercayaan.

Komunitas-komunitas yang berdasarkan nilai-nilai etis bersama ini tidak memerlukan kontrak ekstensif dengan segenap pasal-pasal



Gambar 12. Penjadwalan (*Shift*) Karyawan Bungking

hukum yang mengatur hubungan-hubungan mereka karena konsensus-konsensus moral sebelumnya cukup memberikan pada anggota kelompok itu basis untuk terwujudnya sikap saling percaya (Fukuyama, 2002, 37).

Nilai yang melandasi norma-norma di dalam Bungking ini pada akhirnya memandu anggotanya dalam menentukan cara-cara untuk membangun dan menjaga kepercayaan satu sama lain. Cara-cara mereka bersikap, baik keluarga Bungking maupun karyawannya, dalam mematuhi segala bentuk kesepakatan dan aturan, merupakan proses dalam membangun rasa saling percaya satu sama lain. Sementara itu, saling menekan ego, saling menghormati dan menghargai, serta kepedulian yang ditunjukkan terhadap sesama, merupakan komitmen di antara keluarga Bungking dan karyawannya, bukan hanya untuk urusan pekerjaan, tetapi juga urusan lain di luar aktivitas produksi tahu, tidak lain merupakan upaya menjaga kepercayaan yang telah mereka bangun selama ini.

Menyorot pembentukan jaringan sosial tahu Bungking, artinya melihat situasi di mana telah terafiliasinya nilai dan norma bersama ke dalam wadah untuk saling berinteraksi (Fukuyama, 2005). Terbentuknya jaringan sosial yang kuat di dalam tahu Bungking disebabkan oleh telah terjadinya titik temu nilai dan norma informal yang masing-masing dipegang oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Namun, hal itu sebenarnya menimbulkan kerja sama sosial di antara mereka. Pertama-tama, terbentuklah apa yang disebut dengan identitas bersama.

Sebelum berada pada tahap kerja sama sosial, kepentingan perseorangan (individual) harus diubah terlebih dahulu. Untuk mencapai itu, harus ditumbuhkan identitas bersama sebagai perekat antar-anggota. Meminjam istilah Putnam (2000), modal sosial mengikat—*bonding social capital*—cenderung mendorong identitas eksklusif dan mempertahankan homogenitas. Memperkuat Putnam, Fukuyama

(2005) menambahkan bahwa syarat mengubah kepentingan individu menjadi kerja sama sosial adalah dengan cara menciptakan identitas bersama.

Beberapa bentuk identitas bersama yang mendorong kohesivitas antara keluarga Bungkek dan masyarakat (karyawan dan pelanggan) terutama adalah kesamaan etnis dan geografis. Dalam hal ini, yaitu kesamaan sebagai orang Tionghoa dan Sunda serta sebagai orang asli Sumedang. Pada awal kemunculan tahu Bungkek, terutama di era Ong Ki No dan Ong Bung Keng, Tahu Sumedang masih sebatas konsumsi orang China Keturunan.

Tahu itu kan makanan China, pribumi enggak seberapa, penduduknya juga masih sedikit, jadi *denger-denger* sih sesama China perantauan *aja*, mereka kan rata-rata apa, susah lah, jadi kalo orang China *ngumpul* orang Cina lagi, kadang-kadang, *udah* makan di sini aja (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Para pendahulu Bungkek memang seorang pejuang yang mampu *survive* di dataran Sunda. Mereka mencoba memulai usaha dengan memperkenalkan makanan asli China, mengawali promosinya ke kerabat-kerabat dekat sesama China perantauan, serta menyebarkan informasi tentang keberadaan tahu di Kota Sumedang. Hal itu konsisten dilakukan oleh Ong Ki No selama bertahun-tahun, termasuk sampai pada era Ong Bung Keng. Sampai kemudian tahu bungkek masuk pada tahap kedua, yaitu memperkenalkan tahu bungkek kepada masyarakat asli Sumedang. Keluarga Bungkek memiliki kedekatan dengan pribumi asli Sumedang. Tidak sekadar memasarkan tahu Sumedang, tetapi juga menjalin hubungan erat dengan mereka.

Kebanyakan itu *kalo* ke sini *yah* itu asli Sumedang, paling-paling dia bawa *temennya*, *ngenalin* bahwa ini Bungkek, di sini yang pertama di Sumedang. *Kalo* saya perhatikan sebelum saya kan ada generasi papah saya juga orang keturunan banyak waktu mudanya usia 40-an lah, mereka sering (ziarah bareng), *kalo* sekarang kan *dikata udah* tua

lah mereka *udah* jarang, tapi itu dulu *udah* dilakukan sejak dulu kan gaulnya sesama pribumi Sumedang (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Kedekatan hubungan antara keluarga Bungkek dan pribumi Sumedang berlangsung selama berpuluh-puluh tahun. Hubungan mereka sampai saat ini pada akhirnya bukan hanya sebatas penjual tahu dengan pelanggannya, melainkan lebih dari itu—kedekatan karena kesamaan identitas sebagai orang asli Sumedang.

Keluarga Bungkek, sebagai perantau dari negeri China—China keturunan di Indonesia memiliki ikatan kuat dengan sesamanya. Ikatan tersebut tidak hanya tecermin melalui hubungan horizontal atau kehidupan sosial, tetapi juga melalui hubungan vertikal atau kehidupan religius. Dalam acara-acara atau kejadian yang berhubungan dengan religiositas, orang China Keturunan di Sumedang senantiasa berkumpul menjalankan aktivitasnya. Hal demikian juga dimanfaatkan sebagai wadah untuk merawat interaksi sehingga kedekatan emosional dan harmonisasi tetap utuh terjalin di antara mereka.

Identitas bersama, bagaimanapun merupakan potensi modal sosial dalam melahirkan kerja sama sosial. Namun, identitas bersama yang terbentuk tidak serta-merta mampu mengubah kepentingan individual menjadi kerja sama sosial. Ia, pada gilirannya, membutuhkan norma timbal balik sebagai sesuatu yang dipertukarkan. Identitas bersama memang potensial untuk merangsang tindakan-tindakan kooperatif di antara berbagai pihak yang terlibat, akan tetapi, hal itu tidak akan sempurna tanpa didasari pada asas timbal balik di dalamnya.

Asas timbal balik, sebagaimana kita ingat bukanlah sesuatu yang dipertukarkan dalam transaksi ekonomi—transaksional, atau keuntungan praktis. Fukuyama (2005) menjelaskan:

Orang cenderung ceroboh menggunakan istilah asas timbal balik (*reciprocity*) atau pengorbanan timbal balik (*reciprocal altruism*). Istilah

tersebut dianggap sama dengan istilah tukar-menukar di pasar (*market exchange*), padahal tidak demikian. Di pasar, barang-barang ditukarkan serentak. Pembeli dan penjual mengikuti perkembangan nilai tukar dengan cermat. Sedangkan menyangkut pengorbanan timbal balik, pertukaran bisa terjadi pada waktu yang berbeda. Pihak yang satu memberikan manfaat tanpa mengharapkan balasan langsung, dan tidak mengharapkan imbalan yang sepadan (Fukuyama, 2005, 212–213).

Waktu perolehan manfaat serta derajat imbalan yang didapat merupakan dua hal yang membedakan antara *market exchange* dan *reciprocal altruism*. *Market exchange* menitikberatkan pada pertukaran secara serentak dengan memprioritaskan perolehan manfaat yang setimpal—dapat diukur. *Reciprocal altruism* atau asas timbal balik tidaklah demikian, dengan merujuk pada reputasi sebagai modal akan mendatangkan manfaat di waktu mendatang tanpa diduga-duga. *Reciprocal altruism* inilah yang selama ini dipraktikkan oleh penerus usaha Tahu Bungkek dari generasi ke generasi termasuk oleh Suryadi.

Hal tersebut dapat dibuktikan, misalnya, dengan melihat cerita-cerita masa lalu mereka. Ong Bung Keng tidak pernah memendam amarah atau dendam ketika ia mengetahui tahu Sumedang di etalase *outlet*-nya dicomot oleh anak-anak ketika berangkat sekolah. Ong Yu Kim dan Suryadi, senantiasa menerima siapa pun yang datang ke Bungkek dengan tujuan menulis dalam bentuk apa pun, tugas akhir, berita, buku, dan sebagainya. Keluarga Bungkek sejak dahulu memperlakukan karyawannya dengan baik dan menganggap hubungan dengan mereka bersifat kekeluargaan dan saling memahami. Gambar di bawah ini memperlihatkan kepada kita bahwa usaha tahu Bungkek memang dijalankan secara kekeluargaan. Hal itu terlihat terutama dari ruang kerja utama Suryadi.

Suryadi, misalnya, meskipun mendapat perlakuan tidak menyenangkan menyelesaikan tugas akhirnya semasa kuliah, tidak pernah

menolak kedatangan mahasiswa-mahasiswa yang datang ke Bungkek untuk menyelesaikan tugas akhirnya. Ia, pada titik tersebut, berupaya memberikan manfaat kepada mahasiswa-mahasiswa yang datang ke Bungkek dengan keyakinan bahwa ia akan memperoleh kebaikan di masa mendatang. Bukan kebaikan yang sama persis seperti yang Ia berikan, melainkan sesuatu hal yang bersifat baik secara umum karena pada intinya Suryadi meyakini bahwa kebaikan yang diberikan saat ini akan mendatangkan kebaikan di masa mendatang.



Gambar 13. Suasana di Dalam Rumah dan Ruang Kerja Suryadi

Selain identitas bersama yang juga diciptakan melalui interaksi berlandaskan pada asas timbal balik, pengulangan interaksi menjadi faktor yang membentuk terjadinya kerja sama sosial.

Orang yang punya reputasi culas akan dihindari, sedangkan orang jujur cenderung mau bekerja sama dengan orang jujur pula. Karena masa lampau tidak sepenuhnya dapat dipakai sebagai patokan untuk memperkirakan masa depan, selalu ada kemungkinan bahwa orang yang mau bekerja sama hari ini mengkhianati saya esok. Namun, kemampuan yang kecil sekalipun untuk membedakan mana orang yang mau bekerja sama, dan mana yang tidak tetap dapat memberikan manfaat yang cukup besar pada kemampuan seseorang untuk membangun hubungan kerja sama (Fukuyama, 2005, 209–210).

Pengulangan interaksi adalah kunci. Mencitrakan diri sebagai sosok yang baik, artinya mentransformasikan reputasi menjadi modal. Intensitas dan keintiman interaksi yang dibangun, baik di dalam keluarga Bungkeng itu sendiri maupun dengan masyarakat Sumedang, adalah bentuk investasi sosial di masa mendatang. Bungkeng memahami betul, jika usaha kuliner mereka hendak berumur panjang, mereka harus menjaga citra baik di masyarakat, baik untuk urusan kualitas tahu maupun dalam interaksi kehidupan sehari-hari.

Jika kita tahu bahwa kita harus bekerja sama dengan kelompok yang sama, dalam jangka waktu yang cukup lama, dan jika kita tahu, bahwa mereka akan terus ingat pada kejujuran atau kecurangan kita, maka demi kepentingan kita sendirilah kita harus berperilaku jujur. Dalam situasi seperti itu, asas timbal balik akan muncul dengan sendirinya karena reputasi telah menjadi modal (Fukuyama, 2005, 210).

Kita dapat melihat bahwa proses pembentukan modal sosial di dalam keluarga Bungkeng terjadi secara terus-menerus. Nilai-norma, jaringan sosial, dan kepercayaan terbentuk tidak secara terpisah, tetapi berkelindan, saling menguatkan. Secara sekilas sebenarnya kita dapat melihat bahwa modal sosial yang terbentuk tersebut memberikan

manfaat pada keberlangsungan usaha tahu Bungking. Untuk lebih detail, seperti apa pastinya peran dari nilai (norma), jaringan sosial, dan kepercayaan dalam memberikan keuntungan ekonomi dan manfaat sosial bagi keluarga Bungking?

Perihal nilai-norma, sejauh mana hal tersebut mampu menjadi perekat bagi kohesivitas sosial, baik di kalangan internal Bungking maupun eksternal Bungking. Selain itu, nilai-norma tersebut harus dilihat kapasitasnya dalam mengatur dan merawat kehidupan bersama pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Pada dasarnya, peran nilai-norma tersebut dapat dilihat dalam dua hal. Pertama, nilai-norma mampu menciptakan ketertiban di masyarakat. Terkait hal itu, Fukuyama (2005, 179) mengungkapkan bahwa *“ketertiban dapat dibentuk dari berbagai sumber, mulai dari beragam hierarki yang terpusat, hingga interaksi yang sepenuhnya otonom dan spontan antar-individu.”* Dalam berperilaku dan berinteraksi, keluarga Bungking diatur oleh serangkaian norma informal yang disepakati bersama secara spontan. Norma-norma bersama tersebut merupakan hasil dari interaksi yang terakumulasi, padat intensitas dan keintimannya, serta berisi

Tabel 11. Terbentuknya Jaringan dan Kerja Sama dalam Kehidupan Usaha Tahu Bungking

No	Terbentuknya Jaringan	Terbentuknya Kerja Sama
1	<p>Syarat</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya nilai dan norma yang dipegang teguh bersama. Terjalin hubungan benuansa kerja sama. 	<ol style="list-style-type: none"> Menciptakan identitas bersama (etnis, geografis, dan religiositas). Asas timbal balik (memberikan manfaat kepada orang lain). Pengulangan interaksi (intensitas dan keintiman interaksi), baik di dalam Bungking maupun dengan masyarakat.

Sumber: Fukuyama (2002; 2005) diolah.

kumpulan pengetahuan dan pengalaman masing-masing anggota, yang mana norma-norma tersebut dilandasi oleh nilai-nilai yang diyakini. Kedua, merujuk kembali kepada Fukuyama (2002) bahwa nilai-norma bersama yang dimiliki Bungkek mencakup aktivitas sosial ekonomi mereka dengan masyarakat, mampu menciptakan kebajikan-kebajikan sosial (*social virtues*). Kebajikan-kebajikan sosial adalah:

Beberapa rangkaian kebajikan individu yang bersifat sosial di antaranya adalah kejujuran, keterandalan, kesediaan untuk bekerja sama dengan orang lain, kekompakan, dan *sense of duty* terhadap orang lain. Modal sosial memerlukan pembiasaan terhadap norma-norma yang berlaku, dan dalam konteksnya termanifestasikan dalam kebajikan-kebajikan sosial umum—kesetiaan, kejujuran, kekompakan, dan *dependability* (Fukuyama, 2002, 65).

Dalam pengamatan penulis, dinamika di dalam usaha tahu Bungkek, baik internal maupun eksternal, menunjukkan apa yang kita kenal dengan loyalitas. Dalam hal ini, loyalitas tidak dimaknai secara sempit—kesetiaan—melainkan secara luas mencakup keterbukaan, keakraban, kerukunan, dan kekompakan, yang semuanya itu telah terbukti mampu direfleksikan dalam dinamika atau praktik usaha tahu Sumedang yang dilakukan oleh Bungkek.

Sama halnya dengan nilai-norma, peran jaringan sosial menciptakan kohesivitas dinamika internal dan eksternal yang dijalani oleh Bungkek. Jaringan sosial tersebut di satu sisi berperan dalam menciptakan dan mempererat kerja sama, dan di sisi lain peran jaringan sosial adalah dalam rangka memperluas kerja sama yang sebelumnya telah dibangun tersebut.

Mempererat kerja sama harus dilihat pada hubungan internal di dalam usaha Bungkek itu sendiri, baik kehidupan antarkeluarga Bungkek maupun antara keluarga Bungkek dan karyawannya. Eratnya kerja sama dalam hal ini dilihat dalam dimensi sosial, yaitu

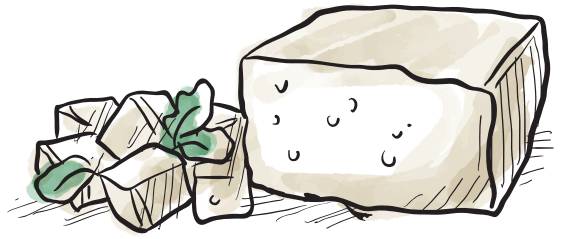
interaksi, berkenaan dengan kualitas interaksi. Sejauh apa yang saya amati secara langsung, terlepas dari subjektivitas penilaian yang diberikan, hubungan internal Bungking dapat dikatakan baik. Minimnya konflik dan kesalahpahaman merupakan bukti bahwa kalangan internal Bungking baik-baik saja. Dengan begitu, hubungan internal Bungking relatif harmonis, dan oleh sebab itu dapat berarti bahwa kualitas interaksi mereka cenderung baik. Dengan demikian, kesepahaman pandangan dan tujuan, serta solidaritas—saling membantu dan gotong-royong yang terbentuk di antara mereka—menandakan bahwa kalangan internal Bungking memiliki praktik kerja sama sosial yang erat.

Mapannya nuansa kerja sama di dalam dinamika internal usaha tahu Bungking pada gilirannya menular kepada hubungan eksternal di luar kelompok mereka, mencakup pelanggan dan masyarakat luas. Perluasan kerja sama sebagaimana dimaksud jelas bukanlah sesuatu yang berwujud kesepakatan formal legal, melainkan sesuatu yang bersifat luwes dan informal.

Berbicara soal urusan perluasan kerja sama sosial yang terbentuk antara Bungking dan pelanggan dan masyarakat luas, sangat berkaitan dengan cerita-cerita mengenai memori kolektif, proses belajar, dan legitimasi informal yang terbangun secara spontan, tetapi mengakar di antara kedua pihak yang terlibat. Sehubungan dengan hal tersebut akan diceritakan belakangan pada bagian-bagian selanjutnya. Satu hal yang pasti, bahwa perluasan kerja sama, dapat disebut sebagai modal sosial menjembatani (*bridging social capital*). *Bridging social capital* adalah kemampuan kelompok untuk mengasosiasikan dirinya dengan kelompok lain di luar persekutuan berbasis suku atau agama—bersifat lebih inklusif. *Bridging social capital* merupakan hubungan yang menjembatani lebih baik dalam menghubungkan aset eksternal, dan bagi persebaran informasi dan dapat membangun identitas dan timbal balik yang lebih luas (Putnam, 2000).

Mengenai peran kepercayaan, bagi Fukuyama (2005), pertama-tama harus diukur melalui sikap dan perasaan yang menunjukkan derajat kepercayaan yang tinggi. Berkenaan dengan sikap dan perasaan percaya, baik hubungan internal maupun eksternal Bungkeng, dapat dikatakan baik. Kepercayaan tinggi dapat direfleksikan dalam interaksi sosial ekonomi mereka. Dikatakan demikian, berdasarkan pada apa yang diceritakan oleh Suryadi dan penjelasan sebelum-sebelumnya, di sana terdapat kondisi minimnya konflik, kebajikan-kebajikan sosial, dan *bridging social capital*.

Lantas, apa implikasi ketiga hal tersebut bagi ketahanan dan keberlanjutan Bungkeng? Di sinilah muncul hakikat dari peran adanya kepercayaan yang tinggi di dalam *setting* kehidupan sosial apa pun. Kepercayaan jelas mendorong efektivitas dan efisiensi dalam sebuah aktivitas. Dengan kata lain, "*kepercayaan adalah pelumas, komponen krusial bagi mulusnya sebuah kerja sistem sosial*" (Fukuyama, 2002, 222).



BAB 7

AIR DARI SUMEDANG, SARI DARI CHINA: ASUPAN GIZI DAN PEMBERI REZEKI

"Dulu, Pangeran Sumedang mampir ke kedai buyut saya, dia nanya, ini makanan apa? Dijawab buyut saya, itu tahu. Wah enak nih, akan laku kalo jualan, begitu kata Pangeran Sumedang."
(Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019)

Dalam konteks tahu Sumedang Bungking, melekat tiga komponen penting. Pertama, Bungking itu sendiri sebagai seorang pelopor yang menciptakan sebuah kesempatan usaha dan lapangan kerja bukan hanya bagi orang asli Sumedang, melainkan juga bagi orang lain di luar Kota Sumedang. Hal tersebut berkaitan dengan komponen pemberdayaan masyarakat. Kedua, menyorot tahu sebagai kuliner silang budaya antara etnis Tionghoa dan Sunda yang ternyata memiliki kandungan gizi yang baik bagi kesehatan. Keberadaan tahu di Indonesia ternyata begitu penting dalam menyelamatkan pemenuhan asupan nutrisi masyarakatnya di kala krisis melanda. Ketiga, terkait Sumedang itu sendiri, ketika Kota Sumedang mendapatkan legitimasi informal sebagai Kota Tahu. Tahu begitu identik dengan Sumedang, dan menjadi hal yang ikonik di mata masyarakat luas. Dengan kata

Buku ini tidak diperjualbelikan.

lain, legitimasi tersebut bermakna juga bahwa tahu telah menghidupi Kota Sumedang.

Berbicara mengenai siapa pelopor tahu Sumedang, jelas merujuk pada keluarga Bungkek. Tidak dapat diragukan lagi bahwa pendahulu Bungkek yang memperkenalkan dan memopulerkan jenis camilan tahu kepada masyarakat Sumedang khususnya. Hal tersebut bukan hanya berdasarkan pada cerita-cerita dari Keluarga Bungkek semata, melainkan juga diamini oleh masyarakat Sumedang.

Perlu diketahui bahwa Keluarga Bungkek konsisten untuk memproduksi tahu di wilayah Sumedang dan Bandung. Kita ingat bahwa strategi penjualan mereka yang utama adalah menunggu bola. Aturan main yang disepakati bersama dalam praktik usaha tahu Bungkek adalah tidak menjual atau membeli tahu mentah dari orang lain. Di sini, berarti posisi Bungkek hanya sebatas sebagai pelopor, Bungkek memang yang pertama kali membuat tahu Sumedang, Bungkek yang memperkenalkan tahu berbentuk persegi, kemudian digoreng dan dimakan dengan cabai rawit. Namun orang yang secara aktif mendistribusikan tahu Sumedang (tahu mentah) ke luar wilayah Sumedang ialah, Ojo Saputra dan Haji Oyib.

Keduanya, baik Ojo Saputra maupun Haji Oyib, merupakan pengusaha besar tahu Sumedang. Ojolali merupakan *brand* tahu milik Ojo Saputra, sementara Saribumi, merupakan *brand* tahu milik Haji Oyib. Terkait dengan sosok mereka. Suryadi menceritakan:

Iya memang Bungkek pelopornya, siapa lagi? Nah, *sebenarnya mah* tahun berapa ya, itu kakek saya punya karyawan satu Ojo Saputra (Ojolali), satu lagi Haji Oyib (Saribumi). Saribumi masih bertahan, itu berdiri mungkin tahun, tapi bukan di Sumedang. Dia yang *ngeluarin* tahu Sumedang ke luar Sumedang *tuh* juga termasuk haji Oyib perintisnya, terus terang saja. *Kalo* kakek saya lokal, *kalo* Haji Oyib setelah bekerja di sini itu dia pergi ke Bogor bikin tahu Sumedang *nah*

itu *rame* dia lama kan biasa *kalo rame* jadi banyak, masih ada dia masih produksi *sampe* sekarang (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Satu hal yang menarik, rupanya Ojo Saputra dan Haji Oyib sama-sama pernah bekerja pada Ong Bung Keng. Ini makin menegaskan eksistensi keluarga Bungkeng sebagai pelopor yang memulai usaha tahu Sumedang. Lagi-lagi, berdasarkan pada cerita di atas, kita juga dapat menegaskan bahwa eksistensi yang dibangun Bungkeng adalah tanpa ambisi. Karena faktanya, Ojo Saputra dan Haji Oyiblah yang aktif mendistribusikan tahu ke luar Kota Sumedang sehingga akhirnya masyarakat luas mengenal jenis kuliner tersebut. Harus diakui, keduanya melakukan langkah progresif dan penting bagi kepopuleran tahu Sumedang yang sudah dimulai oleh Bungkeng. Baik Bungkeng, Ojolali, maupun Haji Oyib sama-sama berjasa dalam melestarikan kuliner tradisional tahu Sumedang.

Di satu sisi, Bungkeng terlihat kaku dan eksklusif dengan prinsip yang mungkin dianggap kolot terkait dengan aturan untuk tidak menjual atau membeli tahu mentah. Namun, di sisi lain, inklusivitas juga tecermin dari apa yang mereka lakukan. Hal tersebut terutama dapat dilihat dari bagaimana mereka menjadikan usaha Tahu Bungkeng sebagai rumah bersama untuk saling belajar dan bertukar cerita serta pengalaman bagi siapa pun yang tertarik dengan tahu Sumedang. Berkat sikap inklusif tersebut jugalah kita pada akhirnya tidak mengenal tahu Bungkeng, tetapi tahu Sumedang. Bungkeng pun tidak pernah melarang, menutup, atau membatasi mereka yang pernah berhubungan dengannya untuk tumbuh dan berkembang secara mandiri. Ojo Saputra dan Haji Oyib adalah saksi dan bukti nyata akan kedewasaan dan keterbukaan Bungkeng. Gambar di bawah ini merupakan dua pesaing sekaligus rekan belajar yang sezaman dengan keluarga Bungkeng di dalam dunia usaha tahu Sumedang.



Gambar 14. Kedai Tahu Ojolali dan Saribumi

Kehadiran Bungkeng dengan usaha tahunya di Kota Sumedang berujung pada terbukanya kesempatan usaha dan lapangan pekerjaan bagi warga pribumi Sumedang. Berdasarkan pada data Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Sumedang, pada 2016, setidaknya terdapat 42 industri tahu di Sumedang.

Di satu sisi, Bungkeng membuka lapangan pekerjaan dengan mempekerjakan orang di tempatnya yang kini telah berjumlah

lima *outlet* di Sumedang dan Bandung. Bukan hanya karyawan inti, melainkan juga tenaga tambahan dalam menghadapi peningkatan permintaan tahu pada hari atau *event* tertentu, ketika banyak warga Sumedang yang mengambil *part time* di Bungkek saat waktu tersebut tiba. Di sisi lain, jelas bahwa Bungkek juga membuka kesempatan usaha bagi penduduk Kota Sumedang sebagai tumpuan mata pencaharian. Bukan hanya pengusaha besar seperti Ojo Saputra dan Haji Oyib, melainkan juga pengusaha kecil dan pedagang-pedagang kaki lima yang berjualan tahu Sumedang di pinggir jalan atau sudut-sudut Kota Sumedang. Tidak mengherankan jika kita menapaki kaki di Sumedang, aroma dan pemandangan tahu langsung menyambut kehadiran kita dengan ramah.

Kalo Sumedang ini sih hampir 60–70% pengusaha tahu bekas anak buah kakek saya, *sampe* tahun '90–95 masih di sini, kayak Saribumi, Ojo Saputra, itu karyawan sini dulunya yang sukses, kebanyakan karyawan saya, jadi orang mau bikin tahu panggil karyawan saya. Ada dulu zaman papah saya, karyawan saya *tuh* panggilan dia dari bikin apa itu semua bisa, dia dibawa ke Cikampek ama yang bermodal bikin tahu di sana, dipanggil, wah sekarang dia banyak uang kan konsultan cuma kan dia sederhana, banyak juga kayak di Cikampek, Bogor, *tuh* kebanyakan orang Sumedang (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Berkat Bungkek, kesempatan berwirausaha tidak hanya terbuka bagi masyarakat Sumedang, tetapi juga untuk masyarakat di daerah lain di Jawa Barat, seperti Bandung, Cikampek, dan Bogor. Bahkan, seperti yang kita sadari, keberadaan tahu Sumedang dan para pelaku usahanya tersebar di berbagai kota dan penjuru negeri. Ketenaran tahu Sumedang melambung berkat Bungkek. Hal demikian jelas memikat mereka yang jeli melihat dan memiliki jiwa-jiwa sebagai *entrepreneur*. Kita harus mengakui bahwa memang berkat Bungkeklah tahu Sumedang dapat ditemukan dengan mudah di mana pun dan kapan pun. Bahkan, detik ini pun kita bisa menyantap tahu



Gambar 15. Pedagang Tahu di Kota Sumedang

Sumedang hanya dengan memesannya melalui aplikasi, Gojek atau Grabfood misalnya.

Melihat fenomena keberadaan tahu Sumedang tersebut, Suryadi menceritakan hal menarik:

Kalo di luar kota, harus, kalo enggak salah nih, tahu asli Sumedang, kalo tahu Sumedang dibawa keluar kota, asli tahu Sumedang. Itu kalimat memusingkan juga. Dia ngasih ide itu untuk membedakan itu tahu di luar Sumedang dan tahu Sumedang yang dibawa ke luar (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Bungkeng dan tahu Sumedang sejatinya juga membawa berkah bagi pelaku usaha lain. Perajin keranjang bongsang (wadah yang digunakan ketika membeli tahu Sumedang yang terbuat dari anyaman bambu) dapat hidup karena adanya tahu Sumedang. Tahu Sumedang, dengan demikian, mampu menggerakkan ekonomi lokal masyarakat, ekonomi kerakyatan yang mana bagi Indonesia, juga merupakan

tumpuan bagi ekonomi nasional. Suryadi menceritakan eksistensi para perajin keranjang bongsang di Kota Sumedang:

Bagi orang lain, ya, bagus sekali, dari perajin keranjang bongsang, itu keranjang satu desa itu, desa itu tidak sembarangan mau *ngajarin* ke desa lain, banyak yang enggak bisa, Lampung, Surabaya, itu dari Sumedang, yang intinya mah Desa Marasa dan Cikoneng, Desa Gunung Bulet juga tapi enggak seberapa, yang jelas mah intinya asli Sumedang (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Keranjang bongsang menjadi sangat identik dengan tahu Sumedang. Keranjang bongsang menunjukkan eksistensi seiring dengan eksistensi tahu Sumedang itu sendiri. Satu hal yang tidak boleh kita lupa adalah eksistensi para perajin keranjang bongsang. Bagaimanapun, berkat merekalah sampai saat ini keunikan atau kekhasan tahu Sumedang tetap terjaga. Kesan khas melekat ketika menjadikan tahu Sumedang sebagai oleh-oleh dengan menggunakan keranjang bongsang sebagai wadahnya.

Dalam perkembangannya, keranjang bongsang tidak hanya digunakan sebagai wadah tahu Sumedang. Keranjang bongsang dianggap sebagai wadah ramah lingkungan yang mendukung keberlanjutan bumi yang kita huni. Akhir-akhir ini, pemberitaan mengenai Hari Raya Iduladha salah satunya diwarnai dengan berita tentang imbauan untuk menghindari kantong plastik sebagai wadah daging kurban. Salah satu opsi yang ditawarkan ternyata menggunakan keranjang bongsang.

Agaknya, saat ini kita memang tengah familier dengan kampanye untuk meminimalkan penggunaan plastik sebagai kantung belanja. Hal demikian juga tidak terlepas dari agenda pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals*), yang bertujuan menjadikan bumi sebagai tempat yang lebih baik bagi manusia. Untuk itulah, di berbagai tempat, baik pasar tradisional maupun pusat-pusat

belanja modern, telah dimulai inisiasi untuk mengganti kantong plastik dengan wadah lain sebagai tempat belanjaan, termasuk di antaranya penggunaan keranjang bongsang. Hal tersebut sangat positif bagi eksistensi dan prospek para perajin bongsang di masa mendatang. Oleh sebab itu, alangkah bijak jika Pemerintah Indonesia memberikan perhatian dan kepedulian akan hal tersebut. Gambar 17 memperlihatkan salah satu pengrajin yang sedang membuat keranjang Bongsang, sementara Gambar 18 memperlihatkan kepada kita bahwa penggunaan keranjang Bongsang tidak terbatas untuk mengemas tahu Sumedang saja.

Kuo (2012) mengemukakan bahwa tahu adalah sejenis makanan yang produktif, dalam pengertian ketika proses pembuatan dan penjualannya memiliki banyak pekerja dan penjaja, sebagai mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, keberadaan



Sumber: Firmansyah (2019)

Gambar 16. Keranjang Bongsang untuk Daging Kurban

Bungkeng dan tahu Sumedang, termasuk elemen-elemen yang terlibat di dalamnya, merupakan sebuah bentuk pemberdayaan. Fungsi produksi, konsumsi, dan distribusi terhadap tahu Sumedang yang dilakukan dari, oleh, dan untuk masyarakat telah menciptakan sistem ekonomi yang ada di dalam masyarakat, khususnya dalam manajemen wisata kuliner (Harahap, 2017). Tahu Sumedang telah memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengais rezeki.

Di samping itu, tahu Sumedang tampaknya juga memenuhi asupan gizi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Telah banyak penelitian yang membuktikan bahwa tahu Sumedang, sebagaimana panganan tahu umumnya, merupakan makanan menyehatkan. Hal tersebut mungkin menjadi salah satu daya pikat tahu Sumedang di mata konsumen karena, bagaimanapun, masyarakat kerap mendambakan dan mengupayakan untuk mengonsumsi makanan yang lezat lagi aman bagi kesehatan. Sebagaimana yang diutarakan oleh Suryadi dan Susanti (2010), keberadaan tahu Sumedang di Indonesia, khususnya Jawa Barat, telah memberikan setidaknya dua hal, yaitu kesejahteraan dan kesehatan.

Sehat itu mahal. Kalimat tersebut agaknya telah menyetujui bahwa pemenuhan kesehatan membutuhkan apa yang disebut Harahap (2017) sebagai biaya tambahan. Termasuk soal pola konsumsi dan jenis makanan yang diperoleh bahwa makanan sehat juga ikut-ikutan menjadi barang mewah dan mahal (Notoatmodjo, 2007; Arisman, 2009 dalam Harahap, 2017). Menjadi mahal berarti menjadi sulit dijangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah. Ketimpangan ekonomi yang terjadi menyebabkan ketimpangan dalam memperoleh asupan nutrisi atau gizi standar yang harus dipenuhi oleh masyarakat. Jarang makan daging, kini lazim kita dengar di tengah-tengah pola konsumsi masyarakat. Bagi Indonesia, dengan angka kemiskinan yang masih relatif tinggi dan kesenjangan yang kian tajam, dibutuhkan alternatif asupan nutrisi dan gizi yang dapat dijangkau oleh masyarakat.

Oleh sebab itu, eksistensi tahu dan tempe sangatlah penting karena telah menjadi primadona kuliner yang relatif murah dan dianggap menyehatkan serta menyelamatkan kebutuhan asupan nutrisi dan gizi sebagian besar masyarakat Indonesia. Ketersediaan makanan yang sehat dan murah—hal itu jarang terjadi—justru ada pada masyarakat di tatar Sunda khususnya, yakni tahu Sumedang, yang telah membantu masyarakat untuk mengonsumsi makanan sehat dengan harga murah (Yuniawati & Koswara, 2010 dalam Harahap, 2017).

Tahu Sumedang, dengan demikian, menjadi makanan yang dekat di hati masyarakat, bukan hanya masyarakat kelas bawah, tetapi juga masyarakat yang berada pada lapisan sosial ekonomi lain. Karena faktor tersebut jugalah tahu Sumedang menjadi makanan yang tahan uji sepanjang zaman. Bagaimana tidak, 100 tahun sudah berlalu sejak Ong Ki No pertama kali membuat tahu Sumedang, yang mengantarkan tahu Sumedang melewati berbagai fase krisis ekonomi di Indonesia.

Tahu Sumedang merupakan makanan kegemaran banyak orang dan disantap berulang kali sebagai makanan yang tahan uji sepanjang zaman. Dilihat dari berbagai perspektif teori perubahan sosial, tahu Sumedang adalah makanan yang tetap digemari oleh berbagai lapisan masyarakat di sepanjang zaman, walaupun harus berhadapan dengan jenis-jenis makanan baru dan modern yang datang belakangan (Harahap, 2017, 123).

Dua komponen yang menjadi penekanan dalam cerita tahu Bungkek di bagian ini bermuara pada satu *lesson learn*—perlunya melestarikan dan mengembangkan tahu Sumedang sebagai kuliner merakyat hasil dari silang budaya yang membawa dua hal: rezeki dan gizi. Hal itu senada dengan penjelasan Harahap (2017) di bawah ini:

Jika dikelola dan dipasarkan secara baik dan profesional maka pembuatan tahu Sumedang akan mengalami peningkatan yang luar biasa, yang pada gilirannya akan membawa kesejahteraan bagi masyarakat di satu sisi serta bagi kesehatan masyarakat di sisi lain, karena tahu telah

menjadi bagian integral dalam pola dan menu makanan sehari-hari secara massal (Harahap, 2017, 125).

Tahu Bungkek, sebagai pionir industri tahu Sumedang, tentunya memiliki metode pembuatan tahu tersendiri. Setiap perusahaan tahu memiliki metode pembuatan sendiri, entah itu kadar penggaraman tahunya, kuantitas airnya, jenis airnya, kadar cukanya, ataupun proses penyaringan kedelainya. Tetapi, sebagai pionir dan “guru” bagi beberapa perusahaan tahu Sumedang lain, sangat menarik apabila kita mempelajari bagaimana proses pembuatan tahu Sumedang ala tahu Bungkek.

Suryadi, sebagai penerus usaha ayahnya, Ong Yu Kim, mengatakan bahwa tahu Sumedang memiliki karakteristik tahu yang keras. Pembuatan tahu Sumedang berbeda dengan tahu sutra, tahu susu, ataupun tahu kuning. Paling utama, Suryadi mengatakan, faktor air menjadi kunci terciptanya produk tahu Sumedang yang kita kenal sekarang. Beda wilayah, beda kualitas kandungan air tanahnya. Itulah mengapa tahu Sumedang yang asli tidak terdapat di luar wilayah Kota



Sumber: Garudanews.id (2017)

Gambar 17. Tahu Sumedang



Gambar 18. Pegawai tahu Bungkeng sedang menggoreng tahu.

Sumedang. Kandungan air menjadi pemain penting dalam menghasilkan tahu Sumedang yang berkualitas.

Seperti yang dikatakan oleh Ong Yu Kim dan Suryadi sebagai keturunannya, Ong Bung Keng sebagai perintis tahu Sumedang tidak pelit untuk berbagi ilmu tentang pembuatan tahu. Perusahaan tahu Bungkeng terbuka bagi siapa saja yang ingin belajar tentang proses pembuatan tahu. Perusahaan tidak hanya terbuka memberikan ilmu untuk tujuan usaha, tetapi perusahaan juga terbuka kepada para pelajar, mahasiswa, dan akademisi yang menjadikan tahu Bungkeng sebagai objek penelitiannya. Bagi perusahaan, tidaklah rugi untuk memberikan ilmu kepada orang yang memang ingin mengetahui kiat sukses dari tahu Bungkeng, meskipun tidak jarang terjadi pegawai tahu Bungkeng ada yang dibajak oleh perusahaan lain.

Untuk membuat tahu Sumedang yang berkualitas, bahan-bahan dan peralatan yang akan digunakan perlu disiapkan dengan benar. Dari segi bahan-bahan, tahu Bungkeng menggunakan beberapa bahan, seperti kacang kedelai, bahan penggumpal (cuka tahu), antibusa (minyak kelapa), air, minyak goreng, dan bumbu. Untuk peralatan-

nya, tahu Bungkek cukup banyak menggunakan peralatan, seperti mesin giling (diesel atau elektrik), kualii perebus, kualii penggorengan, tungku, tangki minyak tanah, wadah merendam kacang kedelai, baskom, tahang atau tangok, kain saring ampas, cetakan, pisau dan penggaris, rak bambu, ancak, keranjang bambu, drum plastik besar, serta bongsang (Ukim & Susanti, 2005).

Secara umum, proses pertama pada pembuatan tahu Sumedang adalah pemilihan kacang kedelai yang berkualitas. Pada masa awal usaha tahu Bungkek, perusahaan kerap menggunakan kedelai lurik dari wilayah Conggeang, Sumedang. Kedelai lurik memiliki cita rasa tersendiri dibandingkan kedelai dari wilayah lain, bahkan dari kedelai impor. Seiring meningkatnya permintaan tahu, perusahaan tidak hanya menggunakan kedelai lurik, tetapi juga menambahkan kedelai dari tempat lain, seperti dari Surabaya, dan kedelai impor tentunya. Lalu kacang kedelai yang telah dipilih dicuci hingga bersih.

Kemudian, proses kedua adalah pembuatan sari kedelai. Pembuatan sari kedelai merupakan gabungan dari proses perendaman kedelai dan penggilingannya. Di proses perendaman inilah momen yang sangat penting terjadi, yakni penggunaan air asli Sumedang. Kualitas air di Sumedang mengandung lebih banyak kalsium yang dipercaya dapat membuat tahu lebih kenyal dan lebih awet (Daras & Saputra, 2016). Kedelai direndam dengan air sekitar lima jam, bila lebih dari lima jam akan memengaruhi cita rasa tahu.

Setelah perendaman selesai, tiriskan dan bersihkan kembali kedelai, lalu giling kedelai. Menurut Ong Yu Kim, tahu yang digiling menggunakan mesin sebenarnya kurang bercita rasa baik. Kualitas tahu lebih baik ketika penggilingan kedelai masih menggunakan gilingan batu. Namun, karena tuntutan zaman, semua perusahaan tahu sudah menggunakan mesin yang sama. Giling kedelai hingga menjadi bubur sembari menambahkan air kembali sedikit demi sedikit. Kebersihan mesin giling harus diperhatikan dengan saksama,

bila ada sisa bubur kedelai di dalam mesin, maka akan membuat rasa asam pada pengolahan kedelai yang selanjutnya (Ferdy, 2019).

Setelah halus, masukkan bubur kedelai ke kualii perebus, lalu rebus hingga mendidih. Aduk bubur kedelai sambil memasukkan antibusa untuk mengatasi busa yang timbul. Terus aduk bubur kedelai hingga matang, setelah itu saring menggunakan kain saring. Proses penyaringan dibantu dengan menambahkan air panas ke bubur kedelai yang telah menjadi ampas⁴⁰, lalu jadilah air penyaringan tahu. Sampai pada proses ini, bila air penyaringan diberi pemanis, kita telah mendapatkan produk susu kedelai. Tetapi, bila ingin menghasilkan tahu Sumedang, yang perlu dilakukan adalah memberikan cuka tahu ke dalam air penyaringan agar menggumpal dan membentuk endapan sari kedelai yang merupakan embrio tahu.

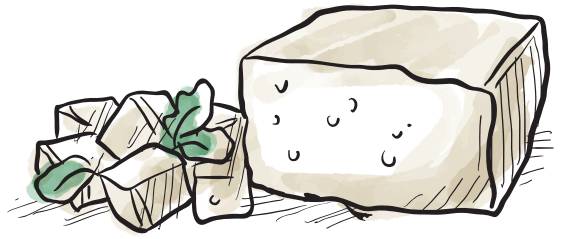
Seperti yang sudah disinggung pada kalimat sebelumnya, proses selanjutnya adalah penggumpalan dan pengendapan sari kedelai. Setelah dipisahkan dari ampasnya, air sari kedelai dipindahkan ke dalam tahang (ember bambu), dan diberi cuka tahu. Pemberian cuka tahu dilakukan sedikit demi sedikit sambil diaduk satu arah agar membentuk endapan yang sempurna. Setelah endapan terbentuk, pisahkan cairan sisa penggumpalan dengan endapannya dengan cara membenamkan bambu pengayak yang dilapisi kain penyaring ke tahang. Cairan sisa penggumpalan akan tersaring ke luar kain, kemudian ambil cairan tersebut dengan gayung dan disimpan di tempat antikarat. Pada dasarnya, cairan sisa penggumpal tersebut adalah biang cuka tahu yang bisa digunakan untuk proses produksi selanjutnya.

⁴⁰ Ampas tahu ini masih dapat diolah menjadi produk lain, seperti oncom dan pakan ternak. Suryadi bahkan mengatakan bahwa pernah ada orang Jepang yang datang ke pabrik untuk membeli semua ampas tahu yang ada karena menurut orang Jepang tersebut ampas tahu adalah bagian yang terbaik dari tahu.

Endapan yang sudah bersih dari cairan sisa penggumpal, kemudian diaduk secara perlahan di wadah penyaringan, kemudian dimasukkan ke kotak *ancak* (wadah cetak tahu) yang bagian bawahnya sudah dilapisi kain saring. Endapan kedelai yang sudah berada di dalam *ancak*, kemudian bagian atasnya ditutup dengan bagian kain saring yang tersisa. Setelah itu, tutup dengan papan penutup yang telah diberi pemberat untuk pengepresan endapan. Untuk teknik ini, tahu Bungking sebenarnya penemu dari alat pengepresan tahu, tetapi seperti halnya itu tidak mereka patenkan sehingga setiap pabrik tahu bisa menggunakannya tanpa royalti. Pengepresan dilakukan selama 10–15 menit agar endapan memadat dengan sempurna dan sisa air dari proses sebelumnya habis keluar.

Setelah tahu memadat, masukkan tahu yang telah tercetak ke rak bambu untuk penyimpanan. Tahu yang akan digoreng dikeluarkan dari rak bambu kemudian dipotong dengan menggunakan pisau khusus yang akan langsung membentuk potongan tahu 10 x 10 potong setiap cetakan. Tahu yang telah terpotong kecil-kecil, kemudian direndam ke dalam air berbumbu untuk memberikan rasa. Ingat, jangan pernah menambahkan pengawet untuk tahu. Setelah direndam air berbumbu, tahu siap digoreng. Penggorengan tahu harus dilakukan dengan minyak baru yang melimpah di dalam satu kuahi besar penggorengan dengan suhu tinggi. Dahulu, tahu digoreng dengan menggunakan minyak kacang tanah. Minyak kacang tanah bisa membuat rasa tahu menjadi lebih enak. Namun, karena kacang tanah cepat busuk, penggunaan minyak kacang tanah pun menjadi tidak efisien jika diperlukan untuk stok yang banyak dan jangka panjang. Terakhir, goreng tahu hingga matang dan kemudian tahu Sumedang siap untuk disajikan.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



BAB 8

DARI HATI MEWUJUD TAHU PERSEGI: TAHU SUMEDANG TAK AKAN MATI (LEGITIMASI INFORMAL SUMEDANG SEBAGAI KOTA TAHU)

*"Nggak menyangka Sumedang bakal jadi Kota Tahu, karena dulu belum banyak yang jual tahu."
(Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019)*

Melegitimasi berarti membenarkan dan mengesahkan bahwa sesuatu adalah betul sebagaimana yang dimaksud. Legitimasi informal berarti pengakuan, membenaran, dan pengesahan secara informal tanpa bukti autentik melalui seperangkat dokumen tertulis yang sah. Secara informal dapat berwujud kepada bentuk-bentuk spontan dan luwes hasil dari interaksi sosial masyarakat yang mengikat dan mengukuhkan sesuatu. Bentuk dan proses seperti inilah yang terjadi dalam kisah Bungking dan tahu Sumedang. Pertama, masyarakat menyepakati bahwa benar Tahu Bungking adalah perintis tahu Sumedang. Kedua, masyarakat menyepakati bahwa Sumedang kini menjadi Kota Tahu. Tahu, dengan demikian, telah menjadi sesuatu yang identik dan ikonik bagi Kota Sumedang. Dalam beberapa situasi sosial tertentu, termasuk dalam contoh cerita Bungking dan tahu Sumedang, legitimasi informal memiliki daya begitu kuat dalam menyatukan dan mengikat pemahaman bersama.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



Gambar 19. Kota Sumedang

Selama 100 tahun lebih, keluarga Bungkeng telah berinteraksi dengan masyarakat Sumedang. Sejak generasi Ong Bung Keng sampai generasi Ong Che Ciang (Suryadi), akumulasi pengalaman dan pengetahuan bersama telah terbentuk di antara mereka. Dengan kata lain, baik keluarga Bungkeng maupun masyarakat Sumedang, memiliki memori kolektif bersama terutama tentang tahu Sumedang. Memori kolektif tersebut dirawat dari generasi ke generasi, sampai akhirnya kesepakatan secara informal terbentuk mengenai siapa perintis tahu Sumedang.

Tidak mengherankan jika Suryadi menceritakan mengenai strategi *nunggu bola* yang dijalankan oleh Bungkeng dalam bisnis tahunya. Strategi tersebut masih efektif karena Bungkeng memiliki pelanggan setia yang tidak berpaling kepada tahu dari dapur lainnya. “Tahu saya kebanyakan pribumi Sumedang, mereka tahu siapa yang pertama bikin tahu.” (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019). Kesetiaan tersebut tampaknya juga tidak terlepas dari memori kolektif yang selama ini mengendap di hati dan pikiran pelanggan Bungkeng. Sebagaimana Suryadi bercerita:

Kemarin, pas Lebaran ada bapak-bapak beli tahu di sini, *udah* tua, dia kalo beli selalu ke sini. Ternyata dia cerita, katanya suka teringat orang tuanya, terutama neneknya, beli 10 biji, jadi dia tinggal di Jakarta, *nah kalo* ke Sumedang suka mampir, dia teringat orang tuanya (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Apa yang diceritakan Suryadi menandakan bahwa memori kolektif antara Bungkek dan pelanggannya memang terawat, utuh, serta panjang umur hingga lintas generasi. Cerita tersebut juga bermakna bahwa memori kolektif mendatangkan loyalitas antara Bungkek dan pelanggannya. Interaksi yang terjadi antara Bungkek dan pelanggannya tidak sebatas interaksi antara penjual dengan pembeli tahu. Lebih dari itu, interaksi tersebut menunjukkan—seperti yang disebut Granovetter (1985) sebagai keterlekatan (*embeddedness*)—keterlekatan sosial dalam perilaku ekonomi.

Pandangan Granovetter tersebut menjadi relevan dalam konteks hubungan antara Bungkek dan pelanggannya. Argumentasi Granovetter berupaya menjembatani dua kutub yang saling berseberangan, yaitu *economic first* dengan *social first*. Dalam konteks tersebut, Granovetter (1985) berupaya menjembatani kedua kutub yang disebutnya sebagai *over-socialized* dan *under-socialized* yang menempatkan keterlekatan sosial di luar kehidupan sehari-hari, ketika relasi sosial diabaikan. Secara sederhana, kutub yang pertama menempatkan tindakan dan institusi ekonomi adalah independen dari struktur dan relasi sosial serta ruang sosiokultural yang berlaku, sedangkan kutub yang kedua menempatkan determinasi sosiokultural sebagai kekuatan yang secara penuh menentukan tindakan dan institusi ekonomi di masyarakat. Bagi Granovetter (1985), di dalam realitas sosial antar-aktor ekonomi yang berlangsung, berlaku keterlekatan sosial. Artinya, tindakan, proses, dan struktur ekonomi juga berlangsung dalam hubungan nonpasar, seperti keluarga dan komunitas. Dengan kata lain, Granovetter berbicara mengenai jaringan sosial di dalam

aktivitas interaksi ekonomi. Lebih jauh, Granovetter juga memunculkan konsep *trust* dalam melihat realitas tersebut. Pada tahap awal, interaksi yang berlangsung akan mengedepankan rasionalitas dan kalkulasi untung-rugi atau *self interest* masing-masing. Seiring dengan intensitas dan pengulangan interaksi yang terjadi, *trust* akan menguat di antara mereka. Pada akhirnya, sebagaimana digambarkan oleh Fukuyama (2005), interaksi tersebut tidak semata-mata melakukan transaksi pasar, tetapi moral. Kepercayaan menjadi sesuatu yang juga dipertukarkan pada saat itu.

Berpegang pada analisis dan fakta tentang Bungkeng, langkah Suryadi untuk mengutamakan menjaga kualitas menjadi sangat krusial. Menjaga kualitas Tahu Bungkeng berarti menjaga *high trust* di antara Bungkeng dan pelanggannya. Hal itu perlu dilakukan jika Bungkeng ingin terus merawat kepercayaan yang tumbuh di antara mereka dan menjadikan dimensi sosiokultural tersebut sebagai kekuatan untuk bertahan di tengah dinamika usaha tahu Sumedang di era modern.

Dalam menjaga kualitas tahu Sumedang, seperti sama-sama telah kita ketahui, SDM bagi Bungkeng adalah elemen terpenting. Bagi Suryadi, SDM, terutama karyawan di bagian dapur, harus konsisten dan berkomitmen menghasilkan tahu Sumedang sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan Bungkeng. Oleh karena itu, di dalam bisnis tahu Sumedang yang dijalankan Bungkeng, terjadi proses belajar yang dialami semua karyawannya. Semua tahu bungkeng yang ada di tiga cabang di Sumedang dihasilkan dari dapur pusat tahu bungkeng, yakni Jalan 11 April Nomor 53. Dengan demikian, Suryadi senantiasa leluasa untuk menyempatkan memastikan kualitas tahu mentah yang dihasilkan.

Jadi saya kadang-kadang *ngasih* gambaran *nunggu* panas baru *masukin*, kan saya enggak mungkin *nongkrongin* dia seterusnya, makanya yang paling penting SDM, kaya pembuatan tahu, pembibitan, orangnya

harus yang sabar, *kalo jorok grasak-grusuk mah*, makanya kalo kerja di saya orang lain satu tungku satu orang, saya satu tungku minimal dua orang untuk menjaga, pertama dia tidak terlalu *capek*, kedua kualitas lebih terjamin dan bisa saling mengingatkan (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Menjadi menarik karena, di satu sisi, masyarakat Sumedang dan pengusaha tahu lain meligitimasi Bungkeng sebagai perintis tahu Sumedang. sementara di sisi lain, legitimasi tersebut meluas derajatnya dengan menjadikan tahu sebagai hal yang ikonik di Kota Sumedang sehingga masyarakat sepakat dan menyetujui bahwa Sumedang adalah Kota Tahu. Tahu yang dimaksudkan jelas merujuk pada tahu Sumedang secara umum, coklat dan kering di luar serta putih dan lembut di dalam. Masyarakat jelas melihat tahu Sumedang secara umum, terlepas dari siapa pembuatnya, tidak peduli berasal dari dapur pengusaha besar seperti Bungkeng, Ojo Saputra, Haji Oyib, ataupun dari kios-kios kecil dan pedagang kaki lima di trotoar, serta tidak ada masalah jika dibeli langsung di Kota Sumedang, Bandung, atau bahkan di terminal-terminal di setiap Kota, juga di luar Pulau Jawa. Satu hal yang diketahui dan disepakati masyarakat ialah tahu tersebut adalah tahu Sumedang, yakni sebuah tahu legenda yang menjadi ciri khas Kota Sumedang.

Proses legitimasi informal menuju Sumedang sebagai Kota Tahu terutama jelas disebabkan oleh masyarakat. Masyarakat yang memulai, masyarakat juga yang mengukuhkan. Andil Bungkeng memang menjadi sangat besar dalam proses tersebut. Bagaimanapun, seperti kita ketahui bersama, Bungkeng-lah sang pelopor pembuat tahu Sumedang. Berkat Bungkeng jugalah akhirnya saat ini Kota Sumedang mempunyai sesuatu atau ciri khas yang membedakannya dengan kota lain. Bahkan, mengenai Bungkeng, merujuk kepada Ong Bung Keng, Ia masuk ke daftar orang Tionghoa yang berpengaruh

di Indonesia. Suryadi awalnya sama sekali tidak mengetahui bahwa kakeknya dikenang dan diabadikan di sebuah museum di Jakarta.

Saya juga enggak menyangka yah, tahu-tahu di TMII ada etnis Tionghoa yang namanya jadi ikon kota, nah salah satunya kakek saya, sepupu saya main ke museum apa *gitu* namanya, nah ini kakek saya kata kakak saya, difoto sama kakak saya (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Sosok Ong Bung Keng *alias* Bungkeng memang menjadi salah satu dari deretan orang Tionghoa di Indonesia yang memiliki peran besar di masyarakat. Bukan hanya di museum, kisah sosok Bungkeng pun terekam melalui sebuah buku yang berjudul *Tokoh-tokoh Etnis Tionghoa di Indonesia* karya Drs. Sam Setyautama. Berbeda dengan kasus musisi, Suryadi, kali ini mengetahui bahwa kakeknya ada di dalam sebuah buku yang memperkenalkan tokoh-tokoh orang Tionghoa di Indonesia yang masing-masing berkontribusi dalam beberapa aspek kehidupan masyarakat.

Enggak, enggak tau saya, tahunya itu ya dari museum itu. Ada juga bikin buku judulnya Tionghoa apa *gitu*, garis turunannya, dan identitasnya, kayak tauco, *nah* itu Tionghoa mana. Terus Bungkeng, *nah* dia *tuh* siapa terus *ngapain*, bikin apa, oh tahu (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Kedua bentuk pengakuan terhadap sosok Bungkeng di atas, baik museum maupun buku, sama-sama menceritakan hubungan antara Bungkeng dan usaha tahu Sumedangnya. Keberadaan tahu di Kota Sumedang, agaknya telah dianggap sebagai sesuatu yang memberikan pengaruh signifikan bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya. Namun, meskipun saat ini Sumedang hanya diidentikkan dengan tahu, bukan berarti Sumedang tidak memiliki daya tarik lain. Sebagaimana yang diceritakan Suryadi, misalnya, ternyata pada awalnya, Sumedang lebih dahulu dikenal sebagai kota beludru sebelum menjadi kota tahu.



Sumber: Gramedia Digital (2020)

Gambar 20. Cover Buku Tokoh-tokoh Etnis Tionghoa di Indonesia Karya Sam Setyautama

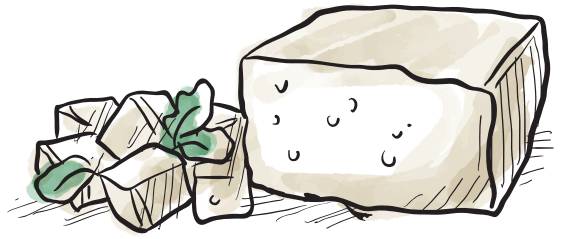
Enggak menyangka Sumedang bakal jadi kota tahu, karena dulu juga belum banyak yang jual tahu. Waktu saya SD tahun ‘70-an, Sumedang terkenal kota beludru, nah tahun ‘80-an banyak yang jual tahu, jadi kalah kota beludru *tuh* jadi kota tahu. Kakek saya juga tidak menyangka bahwa di Sumedang, tahu bisa *serame* ini banyak yang jualan (Suryadi, wawancara, 5 Juli 2019).

Sumedang, jangan salahkan karena banyak yang jual tahu jadi disebut kota tahu. Ya ini kan karena masyarakat dasarnya, pas orang ke Sumedang, melihat ini kenapa pada jual tahu, banyak yang jual tahu *gini* (Suryadi, wawancara, 6 Juli 2019).

Menurut pandangan Suryadi, masyarakat adalah penyebab utama mengapa Sumedang menjadi identik dengan Kota Tahu. Nama Kota Tahu itu pada akhirnya melekat dan dilekatkan dari, oleh, dan untuk masyarakatnya sendiri.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



BAB 9

BELAJAR SILANG ASPEK SOSIO-HISTORIS TAHU SUMEDANG: SEBUAH PENUTUP

Jika Kota Sumedang dilegitimasi secara informal sebagai Kota Tahu, mayoritas masyarakat Sumedang, jika enggan menyebut semua, dapat disebut sebagai tukang tahu. Legitimasi-legitimasi informal semacam itu terkadang diperlukan dalam mengukuhkan identitas. Oleh sebab itu, meskipun Kota Sumedang memiliki potensi-potensi lain untuk berkembang, agaknya tahu Sumedang masih sangat menonjol dan menjadi sorotan masyarakat luas. Baik para pelaku usaha maupun masyarakat pada umumnya menerima dengan senang julukan tersebut.

Perjalanan panjang sejarah kemunculan tahu Sumedang tidak dapat dilepaskan dari akar kebudayaan masyarakat dan etnis Tionghoa. Pada hakikatnya, tahu Sumedang merupakan wujud dari akulturasi dua kebudayaan, yaitu Sunda dan China. Proses meleburnya kuliner khas China dengan sumber daya alam lokal—air Sumedang—berjalan beriringan dengan berbaurnya kehidupan sosial ekonomi masyarakat Sumedang dari berbagai elemen kelompok. Berbagai kelompok masyarakat dengan latar belakang etnis berbeda di Kota Sumedang, menjadikan tahu sebagai milik bersama. Tidak ada pengotak-kotakan

di antara masyarakat Sumedang. Saya orang China, saya orang China keturunan, saya orang Sunda asli menurut hemat penulis, agaknya disatukan oleh kalimat, “Saya orang Sumedang, dan Sumedang adalah Kota Tahu”. Hal yang terjadi dalam konteks ini merupakan sebuah proses terjadinya integrasi secara sosial di samping integrasi politik dalam mengukuhkan sebuah identitas kebangsaan. Dengan kata lain, tahu Sumedang telah menjadi salah satu keragaman kuliner tradisional masyarakat Sumedang yang secara otomatis dimiliki dan menjadi bagian dari kekayaan kuliner nasional bangsa Indonesia. tahu Sumedang merupakan salah satu faktor yang mengikat (*social bonding*) antar-elemen di dalam masyarakat Sumedang. Pada akhirnya, perasaan memiliki tahu sebagai jajanan khas Sumedang secara otomatis ditularkan ke dalam perasaan bangga akan kekayaan kuliner Indonesia.

Keberadaan industri tahu di Sumedang telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat, baik untuk masyarakat Sumedang itu sendiri maupun masyarakat dari wilayah lain. Keberadaan industri tahu Sumedang membuat suatu mobilitas sosial di masyarakat. Masyarakat Sumedang, yang tadinya bekerja sebagai petani, memiliki kesempatan untuk mengubah keadaan ekonominya melalui usaha industri tahu. Keberadaan industri tahu di Sumedang juga membuat masyarakatnya mengalami modernisasi. Modernisasi lazim terjadi pada masyarakat yang bergerak di sektor pertanian. Industri tahu Sumedang pada awalnya masih menggunakan teknologi sederhana berupa batu gilingan kedelai. Ketika industri pertanian digalakkan oleh pemerintahan Orde Baru, produsen tahu mengenal penggunaan mesin. Karena penggunaan mesin tersebut, produsen tahu jadi memiliki konsep ekonomi modern bahwa mesin bisa mempercepat proses produksi dan menghasilkan lebih banyak produk, dengan begitu keuntungan bisa menjadi lebih besar.

Memiliki usaha di sektor yang rentan terpengaruh oleh fluktuasi harga bahan baku membuat para produsen tahu mengharapakan bantuan pemerintah daerah dalam hal menahan kenaikan harga bahan baku. Para produsen juga meminta agar dibantu dalam memasarkan produk tahunya. Pemerintah pusat saat ini sedang membangun banyak sarana jalan raya di berbagai daerah, termasuk di Sumedang. Di Sumedang sedang dibangun jalan tol Cisumdawu (Cileunyi-Sumedang-Dawuan).

Pembangunan jalan tol tersebut membuat para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah seperti tahu Sumedang mulai gelisah karena keberadaan jalan tol akan memotong jalur utama Kota Sumedang yang menjadi pusat ekonomi kota. Bila jalan tol tersebut sudah dibuka, pastinya akan banyak kendaraan yang beralih ke sana, dan hal tersebut akan mengurangi potensi pembeli tahu Sumedang. Maka, para pelaku usaha tahu Sumedang mengharapakan adanya solusi dari pemerintah agar ketika jalan tol tersebut digunakan, keberlangsungan usaha tahu Sumedang juga tetap terjaga.

Kelangsungan hidup produsen tahu di Sumedang juga tidak lepas dari tingkat harga kedelai dan minyak goreng sebagai bahan baku utama pembuatan tahu. Bila harga kedua bahan baku naik, para produsen khawatir omzetnya akan menurun dan bahkan merugi. Bantuan yang diharapkan oleh para pelaku usaha tahu Sumedang tidak hanya berbentuk regulasi, tetapi juga tindakan nyata. Sebelum Soeharto lengser, pemerintah daerah Sumedang kerap melakukan pendataan produksi, memberikan pelatihan memproduksi tahu secara massal, dan memberikan masukan untuk pemasaran. Namun, setelah lengsernya Soeharto, pemerintah daerah jarang sekali melakukan kegiatan seperti itu lagi. Padahal, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti industri tahu Sumedang mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional.

Pada saat krisis ekonomi 1997 terjadi, hal itu berimbas pada naiknya harga impor kedelai. Namun, impor kedelai tetap harus dilakukan demi memenuhi kebutuhan kedelai secara nasional. Naiknya harga kedelai dan kebutuhan pokok lainnya membuat para pelaku industri tahu Sumedang menggunakan berbagai strategi untuk bertahan dari guncangan ekonomi. Ada perusahaan tahu yang mengurangi ukuran potongan tahu menjadi lebih kecil dari biasanya, ada pedagang tahu yang menggunakan minyak goreng berkali-kali untuk mengurangi biaya penggunaan minyak goreng, ada pula perusahaan tahu yang tidak mengurangi ukuran potongan tahu demi menjaga kualitas, tetapi meniasati krisis dengan menaikkan sedikit harga jualnya. Banyak usaha tahu yang gulung tikar saat itu, tetapi tidak sedikit pula orang yang ingin memulai sebuah perusahaan tahu.

Pada dasarnya, industri tahu adalah sebuah industri berskala kecil yang menyerap tenaga kerja paling banyak 20 orang. Modal yang tergolong kecil untuk memulai sebuah usaha industri tahu pun membuat orang banyak yang ingin mencoba. Data dari Badan Pusat Statistik Sumedang menyebutkan bahwa sejak 1998 sampai 1999 terdapat penambahan jumlah unit usaha tahu. Berdasarkan pada catatan dari Bank Indonesia, bertambahnya jumlah UMKM di masa krisis bisa terjadi karena usaha-usaha pada level tersebut mayoritas tidak bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Maka, ketika ada fluktuasi nilai tukar, justru perusahaan yang berskala besar yang paling berpotensi terkena imbas krisis, karena perusahaan berskala besar secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing.

Keberadaan industri tahu di Sumedang tidak hanya memiliki pengaruh terhadap masyarakat Sumedang itu sendiri, tetapi juga berpengaruh terhadap masyarakat di luar Kota Sumedang. Bermunculan produsen-produsen tahu Sumedang yang berada di luar Kota Sumedang. Mereka adalah orang Sumedang yang mencoba perun-

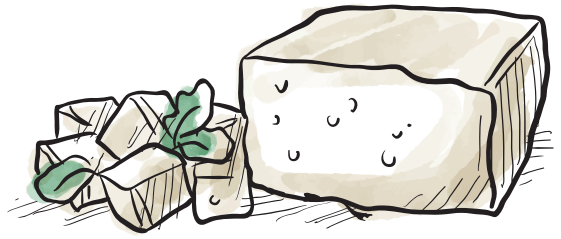
tungan dengan berjualan tahu Sumedang di wilayah lain. Padahal, kekhasan tahu Sumedang, baik dari tekstur maupun rasanya, berasal dari proses produksinya yang menggunakan air dari sumber mata air Sumedang. Artinya, tahu Sumedang yang asli adalah produk tahu yang pabrik pengolahannya berada di Sumedang.

Para produsen tahu Sumedang asli justru tidak memperluas wilayah pemasarannya, padahal keberadaan produsen tahu dan tingkat produksinya terus mengalami kenaikan. Hal itu terjadi karena umur tahu yang hanya bertahan selama 1,5 hari sehingga tidak memiliki kondisi untuk didistribusikan secara jarak jauh. Terjadi persaingan ketat antara produsen tahu Sumedang asli yang berkulat di wilayah Sumedang dan Bandung. Perpanjangan umur tahu bisa saja dilakukan dengan menggunakan bahan pengawet. Akan tetapi, demi mempertahankan kualitas tahu Sumedang asli, para produsen tahu di Sumedang memilih tidak memakai pengawet untuk memperpanjang umur tahu. Mereka lebih baik bersaing ketat secara sehat daripada harus merugikan konsumen.

Untuk menjaga keberlangsungan usahanya, pelaku industri tahu Sumedang harus memiliki kreativitas dan memahami tren konsumen dalam menjalankan usahanya. Sejak 2010, bermunculan produk olahan makanan yang menggunakan rasa pedas sebagai daya tarik konsumen, seperti keripik pedas dengan pilihan tingkat kepedasan yang berbeda. Perusahaan tahu Saribumi, misalnya, sebagai produsen tahu, ia tidak hanya memproduksi tahu Sumedang yang biasa kita kenal, tetapi juga memproduksi tahu goreng isi pedas yang memiliki tingkatan kepedasan. Produk tersebut dijual dengan menggunakan gerobak modern yang menarik perhatian dan menjajakannya di tempat-tempat yang strategis. Selain itu, diproduksi tahu goreng mini berukuran 2 x 2 cm yang memiliki beragam tingkat kepedasan, dan dikemas secara modern sehingga tahu memiliki waktu ketahanan

yang lebih lama. Tahu goreng mini tersebut dipasarkan secara *online* dengan nama ‘Tahu Metal’ dan telah dijual dalam skala nasional.

Untuk tetap menjaga keberlangsungan industri tahu Sumedang, para pelaku usaha tahu Sumedang dituntut untuk memiliki kreativitas dalam usahanya dan harus beradaptasi dengan kondisi pasar yang sudah mulai memasuki era digital, seperti yang dilakukan perusahaan tahu Sumedang Saribumi. Dengan begitu, para pelaku usaha tahu Sumedang tidak perlu takut terhadap kebangkrutan di tengah persaingan yang sengit ataupun krisis ekonomi yang bisa datang kapan saja. Dengan adanya kreativitas dari para pelaku usaha tahu Sumedang dan dukungan yang memadai dari pemerintah pusat, industri tahu Sumedang tidak hanya bisa mempertahankan eksistensinya, tetapi juga bisa melebarkan usahanya ke skala nasional bahkan internasional. Namun, yang tak kalah penting dari itu, pemberdayaan terhadap pelaku usaha tahu Sumedang skala kecil seyogianya dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU/JURNAL:

- Andayani, R. (2004). *Kehidupan sosial budaya masyarakat Desa Ujungjaya Kabupaten Sumedang*. Bandung: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Bhandari, H., & Yasinoubu, K. (2009). What is social capital? A comprehensive review of the concept. *Asian Journal of Social Science*. 37 (2009) 480–510.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. Dalam J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Burger, D. H., & Atmosudirdjo, P. (1970). *Sedjarah ekonomis sosiologis Indonesia*. Jakarta: Pradnja Paramita.
- Clapham, R. (1991). *Pengusaha kecil dan menengah di Asia Tenggara*. Jakarta: LP3ES.
- Coleman, J. S. (1989). *Social capital in creation of human capital*. University of Chicago Press.
- Daras, R., dan Saputra, E. (Eds.). (2016). *Indonesia poenja tjerita karya @ SejarahRI*. Sleman: Bentang Pustaka.
- Djajadiningrat, H. (1983). *Tinjauan kritis tentang sejarah Banten*. Jakarta: Djambatan.

- Ekadjati, E. S. (Ed.). (1984). *Masyarakat Sunda dan kebudayaannya*. Jakarta: Girimukti Pasaka.
- Ensiklopedi Kuliner Indonesia. (2021). Ensiklopedia Kuliner. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <http://ensiklopedikuliner.pmb.lipi.go.id/>.
- Fukuyama, F. (2002). *Trust: kebajikan sosial dan penciptaan kemakmuran*, diterjemahkan oleh Rusiani. Yogyakarta: Qalam.
- Fukuyama, F. (2005). *Guncangan besar: Kodrat manusia dan tata sosial baru*, diterjemahkan oleh Masri Maris. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Harahap, J. (2017). Tahu Sumedang sebagai makanan orang Sunda yang sehat dan bergizi: Sebuah studi ilmu sosial untuk kesehatan. *Sosio Humanika*, 10(1).
- Haridison, A. (2013). Modal sosial dalam pembangunan. *JISPAR FISIP Universitas Palangkaraya*, 4.
- Harinowo, C. (2004). *Penanganan krisis dan Indonesia pasca IMF*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Harsrinuksmo, B. (2004). Ensiklopedi nasional Indonesia. PT Delta Pamungkas.
- Hartati, A. Sri. (2001). *Perkembangan industri tahu dan pengaruhnya terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat Sumedang*. Bandung: UNPAD.
- Hendar & Kusnadi. (2005). *Ekonomi koperasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Hidayat, Z. M. (1984). *Masyarakat dan kebudayaan Cina Indonesia*. Bandung: Tarsito.
- Kato, I., & Smalley, A. (2012). *Toyota kaizen methods*. Diterjemahkan oleh Slamet Parsaroan Sinambela & Sih Gagas. Yogyakarta: Gradien Mediatama.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2).
- Kuo, M. (2012). Spousal abuse: Divorce litigation and the emergence of right consciousness in Replublican China. *Modern China*, 38(5), 523–558.

- Lang, R. T., & Hornburg, S. P. (1998). What is social capital and why is it important to public policy. *Housing Policy Debate*, 9(1). Fannie Mae Foundation.
- Leirissa, R. Z. (1996). *Sejarah perekonomian Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) dan Bank Indonesia.. (2015). *Profil bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Lubis, N. H. (1998). *Kehidupan kaum menak Priangan 1800–1942*. Bandung: Pusat Informasi Kebudayaan Sunda.
- Lombard, D. (2005). *Nusa Jawa silang budaya bagian II jaringan Asia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2012). *Pengantar ekonomi mikro edisi Asia*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mukhlas, O. S. (2015). Etika, agama, dan budaya etnis Sunda perspektif sosiologi. *Jurnal Islamica*, 2(2).
- Onghokham. (1991). *Rakyat dan negara*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Pemerintah Kabupaten Sumedang. (2021a). Profile Sumedang. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://sumedangkab.go.id/Profile/index/geografi>.
- Pemerintah Kabupaten Sumedang. (2021b). Sejarah Sumedang. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://sumedangkab.go.id/Profile/index/sejarah>.
- Pemerintah Kabupaten Sumedang. (2021c). Pendidikan. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://sumedangkab.go.id/index.php/Profile/fasilitas/1>.
- Pemerintah Kabupaten Sumedang. (2021d). Pariwisata Sumedang. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://sumedangkab.go.id/Profile/khas/25>.
- Poesponegoro, Marwati, D., & Notosusanto, N. (2008). *Sejarah nasional Indonesia jilid VI* (Edisi pemutakhiran). Jakarta: Balai Pustaka.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24.
- Putnam, R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schurster.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Ritzer, G. (Ed.). (2004). *Encyclopedia of social theory* (Vol III). California: Sage Publication.
- Soekanto, S. (2015). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Srimenganti, N. (2016). Segmentasi pasar pembeli tahu Sumedang: Studi kasus pada perusahaan tahu Bungkeng Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1(2), 159–164.
- Sudaryanto, T., & Swastika, D. K. S. (2007). *Ekonomi kedelai di Indonesia*. Pusat Analisis Sosio-Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Bogor.
- Ukim, S., & Erni, S. (2005). *Membuat tahu Sumedang ala Bungkeng*. Banten: Agro Media Pustaka.
- Usman, S. (2018). *Modal sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theoy and Society*, 27(2), 151–208.
- Zakiah. (2011). Dampak impor terhadap produksi kedelai nasional. *Agriseip*, 12(1).
- Zon, F. (2004). *Politik huru-hara Mei 1998*. Jakarta: Institute of Policy Studies.

INTERNET/WEBSITE:

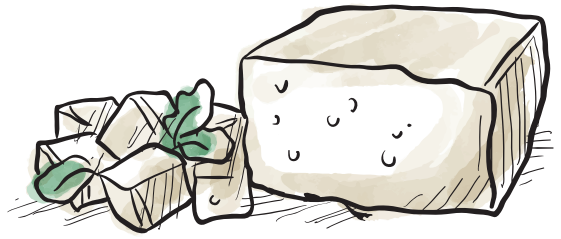
- Alodokter. (2020). Ragam manfaat kacang kedelai untuk kesehatan. Diakses pada 24 Januari 2021 dari <https://www.alodokter.com/mengandalkan-manfaat-kacang-kedelai-untuk-mencegah-serangan-penyakit>.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Industri besar dan sedang. Diakses dari <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>.
- Deddi Rustandi, diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://regional.kompas.com/read/2017/01/19/09100001/satu.abad.tahu.sumedang.olahan.ong.bungkeng.yang.jadi.ikon.sumedang?page=all>.
- Djumena, E. (2017). Satu abad tahu Sumedang, olahan Ong Bungkeng yang jadi ikon Sumedang. Diakses 24 Januari 2021 dari <https://regional.kompas.com/read/2017/01/19/09100001/satu.abad.tahu.sumedang.olahan.ong.bungkeng.yang.jadi.ikon.sumedang?page=all>.
- Ferdi, E. (2019). Cara membuat tahu Sumedang ala rumahan yang lezat. Diakses 24 Januari 2021 dari <https://www.rumahmesin.com/cara-membuat-tahu-sumedang/>.

- Firmansyah, A. (2019). Penggunaan keranjang bambu untuk bungkus daging kurban. Diakses 24 Januari 2021 dari <https://kalsel.antaranews.com/nasional/berita/1005724/penggunaan-keranjang-bambu-untuk-bungkus-daging-kurban>.
- Garudanews.id. (2017). Ketua MPR dorong tahu sumedang jadi produk kebanggaan Indonesia. Diakses pada 24 Januari 2021 dari <https://garudanews.id/2017/04/ketua-mpr-dorong-tahu-sumedang-jadi-produk-kebanggaan-indonesia/>.
- Google Maps. Diakses 24 Januari 2021. <https://www.google.com/maps/search/tahu+sumedang/@-6.1749897,106.6873903,11z/data=!4m2!2m1!6e5>.
- Gloria, N. (2010). Sentra tahu sumedang: Bahan baku naik, harga jual tetap (2). Diakses dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-tahu-sumedang-bahan-baku-naik-harga-jual-tetap-2-1>.
- Gloria, N. (2010a). Sentra tahu sumedang: Bahan baku naik, harga jual tetap. Diakses dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-tahu-sumedang-bahan-baku-naik-harga-jual-tetap-2-1>.
- Gloria, N. (2010b). Sentra tahu sumedang: Masih mengandalkan jualan di Sumedang. Diakses dari <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-tahu-sumedang-masih-mengandalkan-jualan-di-sumedang-5-1>.
- Gramedia Digital. (2020). Tokoh-tokoh etnis Tionghoa di Indonesia. Diakses dari <https://ebooks.gramedia.com/books/tokoh-tokoh-etnis-tionghoa-di-indonesia>.
- Ketua MPR dorong tahu Sumedang jadi produk kebanggaan Indonesia. (2017). Diakses 24 Januari 2021 dari <https://garudanews.id/2017/04/ketua-mpr-dorong-tahu-sumedang-jadi-produk-kebanggaan-indonesia/>.
- Kurniawan, W. (2015). Ada warung tahu sumedang di perbatasan Negeri Laskar Pelangi. Diakses dari <https://belitung.tribunnews.com/2015/07/31/ada-warung-tahu-sumedang-di-perbatasan-negeri-laskar-pelangi>. Prayitno, P. (2016). Dari mana asal nama tahu gejrot?. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://www.liputan6.com/regional/read/2610157/dari-mana-asal-nama-tahu-gejrot>.
- Purnomo, A. (2019). Tahu Sumedang ini merantau hingga ke Kalimantan Timur. Diakses dari <https://travel.tempo.co/read/1283887/tahu-sumedang-ini-merantau-hingga-ke-kalimantan-timur>.

- Ragam Manfaat Kacang Kedelai untuk Kesehatan. Diakses 24 Januari 2021. <https://www.alodokter.com/mengandalkan-manfaat-kacang-kedelai-untuk-mencegah-serangan-penyakit>.
- Rustandi, D. (2017). Satu abad tahu Sumedang: Olahan Ong Bungkeng yang jadi ikon Sumedang. Diakses pada 20 Januari 2021 dari <https://regional.kompas.com/read/2017/01/19/09100001/satu.abad.tahu.sumedang.olahan.ong.bungkeng.yang.jadi.ikon.sumedang?page=all>.
- Sentra Tahu Sumedang: Pesaing Kian Bnyak, Omzet pun Menipis. Diakses 24 Januari 2021. <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/sentra-tahu-sumedang-pesaing-kian-banyak-omzet-pun-menipis-3-1>.
- Tokoh-Tokoh Etnis Tionghoa di Indonesia. Diakses 24 Januari 2021. https://books.google.co.id/books/about/Tokoh_tokoh_etnis_Tionghoa_di_Indonesia.html?id=IEGrOWWEvswC&redir_esc=y.

SURAT KABAR:

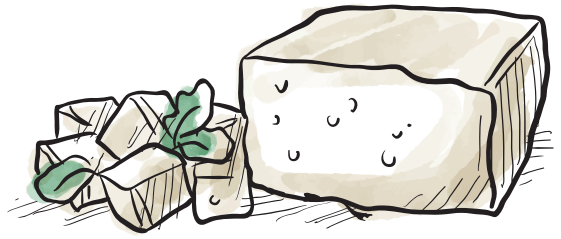
- Harian Kompas Tanggal 25 Juli 1984 berjudul “*Ketua Ikapti: Pengusutan Korupsi Kedelai Jangan Hanya di Jateng*”
- Harian Kompas Tanggal 17 Januari 1998 berjudul “*Kedelai Tak Laku di Pasaran*”



INDEKS

- Analisis SWOT, 147
Ateng, 26, 48, 59, 60, 101
Batavia, 6, 11, 19, 24
Bongsang, 122
Bungkeng, 29, 33, 34, 35, 49, 56, 63,
64, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75,
76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83,
84, 85, 86, 91, 92, 93, 94, 95,
96, 97, 98, 99, 100, 101, 102,
103, 104, 105, 106, 107, 108,
109, 110, 111, 112, 113, 114,
115, 116, 117, 118, 119, 120,
122, 124, 125, 126, 127, 129,
131, 132, 133, 134, 135, 136,
148
China, 4, 14, 15, 24, 26, 72, 95, 102,
106, 107, 139, 140, 146
Cirebon, 5, 6, 9, 10, 66
Ekadjati, 9, 10, 13, 14, 146
Ekonomi, v, xiii, 1, 146, 148
Epen, 35, 36, 48, 60
Etnis, 4, 5, 14, 26, 136, 137
Fukuyama, 88, 90, 96, 99, 100, 104,
105, 107, 108, 110, 111, 112,
113, 114, 134, 146
Granovetter, 133, 134
Guar, 16
Hajat, 16
Industri, 21, 25, 31, 33, 34, 46, 48,
60, 61, 62, 66, 140
Inpres, 50
Kacang, 15, 27, 54
Kaizen, 84
Kedelai, 8, 31, 42, 54, 56, 84, 127
Keluarga Bungkeng, 81, 85, 94, 95,
96, 97, 106, 107, 108, 116
Kepercayaan, 114, 134
Keranjang Bongsang, 122
Kompas, 43, 64
Kopti, 41, 43, 53, 54
Kota Tahu, 115, 131, 135, 137, 139,
140

- Krisis, 51
- Kuliner, 4
- Leirissa, 32, 33, 38, 147
- Lombard, 4, 15, 25, 26, 27, 147
- Lubis, 7, 10, 11, 19, 20, 147
- Mataram, 9, 10, 11, 19
- Memori, 5, 132
- Nilai, 52, 89, 91, 95, 96, 99, 104, 105, 110, 145
- Norma, 91, 111
- Notosusanto, 38, 39, 53, 147
- Odjo, 31
- Ong, vii, xiv, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 34, 63, 70, 72, 81, 82, 92, 93, 94, 100, 102, 106, 108, 117, 124, 125, 126, 127, 132, 135, 136, 148
- Onghokham, 23, 24, 25, 147
- Pangeran, 8, 10, 28, 29, 115
- Poesponegoro, 38, 39, 53, 147
- Priangan, 6, 7, 10, 11, 12, 18, 19, 24, 27, 73, 147
- Primkohti, 41, 42, 43, 44
- Produksi, 54, 76
- Renggong, 16
- Repelita, 38
- Saribumi, 35, 36, 49, 58, 60, 62, 116, 118, 119, 143, 144
- SDM, 82, 83, 97, 134
- Sejarah, 3, 4, 145, 147, 153
- Soeriaatmadja, 28, 29
- Stamplat, 31
- Sumedang, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 87, 91, 94, 96, 97, 98, 100, 101, 103, 106, 107, 108, 110, 112, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 148, 149
- Sunda, 7, 8, 9, 11, 14, 15, 17, 18, 29, 30, 39, 41, 64, 66, 73, 82, 106, 115, 124, 139, 140, 146, 147, 153
- Tahu, 3, 5, 15, 25, 26, 29, 31, 33, 35, 36, 41, 44, 47, 49, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 66, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 84, 85, 91, 93, 94, 100, 101, 102, 106, 108, 111, 115, 117, 118, 120, 123, 124, 125, 129, 131, 132, 134, 135, 137, 139, 140, 142, 144, 146
- Tionghoa, viii, 3, 4, 5, 14, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 31, 35, 36, 66, 81, 82, 106, 115, 135, 136, 137, 139
- UMKM, 71, 74, 84, 141, 142, 147
- VOC, 7, 11, 12, 19
- Westerlanden, 10
- Zon, 50, 52, 148



BIOGRAFI PENULIS

M. LUTHFI KHAIR A.



M. Luthfi Khair A., atau biasa dipanggil Luthfi, merupakan peneliti pertama pada Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2MB LIPI) bidang sejarah Indonesia. Lahir di Jakarta pada 21 April 1993, Luthfi merupakan penikmat sejarah sedari kecil. Keingintahuannya akan kebenaran Prabu Siliwangi dan sejarah tatar Sunda membuatnya menjadikan sejarah sebagai *passion*-nya. Saat ini, Luthfi sedang melanjutkan studi magisternya pada Jurusan Ilmu Sejarah Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Untuk korespondensi, Luthfi dapat dihubungi melalui surel: khairluthfi8@gmail.com.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

RUSYDAN FATHY



Rusydan Fathy lahir di Jakarta pada 12 Juli 1994. Ia mendapatkan gelar sarjananya di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri (FISIP UIN) Jakarta pada 2017. Saat ini, Rusydan sedang melanjutkan pendidikan magister pada Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Indonesia (UI). Rusydan merupakan peneliti ahli pertama bidang sosiologi perkotaan pada Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya LIPI. Tulisan-tulisan lain dari Rusydan dapat dilihat melalui akun Google Scholar-nya. Untuk korespondensi, Rusydan dapat dihubungi melalui surel: rusydanfathy@gmail.com.

TAHU SEJARAH TAHU SUMEDANG

Siapa yang tidak kenal dengan tahu Sumedang?

Mayoritas masyarakat Indonesia pasti mengenal kuliner khas yang sudah menjadi ikon Kota Sumedang ini. Bagaimana tidak, tahu Sumedang ini memiliki cita rasa yang berbeda dengan tahu lainnya. Bagian luarnya yang renyah serta bagian dalamnya yang lembut dan gurih tentu memberikan sensasi dan cita rasa yang berbeda saat menyantapnya.

Buku ini menceritakan kisah yang dituturkan oleh anggota keluarga Bungking, sebuah kisah tentang perjalanan tahu Sumedang sejak 100 tahun silam serta bagaimana mereka menciptakan, menjaga, dan membaginya kepada masyarakat luas. Selain itu, buku ini juga mengulas hal-hal mengenai sejarah, pertukaran moral, konsistensi dan ketulusan, serta inovasi produk kuliner yang terbalut dalam konteks tahu Sumedang dan para pelaku usahanya di Kota Sumedang.

Dengan adanya kreativitas dari para pelaku usaha tahu Sumedang dan dukungan yang memadai dari pemerintah, baik pusat maupun daerah, industri tahu Sumedang diharapkan tidak hanya bisa mempertahankan eksistensinya, tetapi juga bisa melebarkan usahanya ke skala nasional, bahkan internasional. Selain itu, dengan terbitnya buku ini, diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan pembaca terhadap perjalanan tahu Sumedang.

Selamat membaca!



Diterbitkan oleh:

LIPI Press, anggota Ikapi
Gedung PDDI LIPI Lt. 6
Jln. Jend. Gatot Subroto 10, Jakarta Selatan 12710
Telp.: (021) 573 3465 | Whatsapp 0812 2228 485
E-mail: press@mail.lipi.go.id
Website: lipipress.lipi.go.id | penerbit.lipi.go.id

DOI 10.14203/press.256



ISBN 978-602-496-192-3



9 786024 961923