

Pelestarian Wisata Kuliner Lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Surabaya

Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local Communities in Surabaya

Daniel Pandu Mau^{1*}, Yesarela Pandu Mau², Otje Herman Wibowo³, Rizal Kurniansah⁴, I Wayan Arta Artana⁵, I Wayan Adi Putra Ariawan⁶

¹Program Studi Seni Kuliner, Akademis Sages, Pasuruan 67156, Indonesia

²Program Studi Seni Kuliner, Politeknik Omna Trisakti Chandra, Gianyar 80582, Indonesia

³Program Studi Culinary Business, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia

⁴Program Studi Pariwisata, Universitas Mataram, Mataram 83115, Indonesia

⁵Program Studi Manajemen, Universitas Triatma Mulya, Badung 80361, Indonesia

⁶Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Kupang, Kupang 85258, Indonesia

Article info: Research

DOI: 10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3

Kata kunci:

Makanan Tradisional, Pelestarian Kuliner, Perekonomian Lokal; Surabaya, Wisata Kuliner

Keywords:

Culinary Preservation, Culinary Tourism, Local Economy, Surabaya, Traditional Culinary

Article history:

Received: 11-12-2024

Accepted: 20-12-2024

*Koresponden email:
daniel.pm@sages.ac.id

(c) 2024, Daniel Pandu Mau, Yesarela Pandu Mau, Otje Herman Wibowo, Rizal Kurniansah, I Wayan Arta Artana, I Wayan Adi Putra Ariawan



Creative Commons Licence

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Abstrak

Makanan tradisional Indonesia, termasuk yang ada di Surabaya, merupakan bagian penting dari identitas budaya dan warisan lokal. Namun, pesatnya globalisasi dan modernisasi telah menyebabkan penurunan minat terhadap makanan tersebut, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih makanan cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran wisata kuliner dalam melestarikan makanan tradisional Surabaya, serta mengidentifikasi tantangan dan strategi pengembangan untuk meningkatkan daya tariknya, serta kontribusinya terhadap perekonomian lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus, yang melibatkan wawancara dengan pelaku usaha kuliner dan wisatawan, serta observasi di destinasi kuliner utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun wisata kuliner memiliki potensi untuk mendukung pelestarian makanan tradisional, tantangan utama termasuk promosi yang kurang efektif, kurangnya infrastruktur yang mendukung, dan generasi muda yang kurang tertarik untuk melanjutkan usaha kuliner tradisional. Oleh karena itu, perlu adanya upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal untuk meningkatkan promosi, kualitas, dan pengalaman wisata kuliner yang lebih mendalam, yang pada gilirannya dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian daerah melalui peningkatan kunjungan wisatawan dan konsumsi lokal.

Abstract

Traditional Indonesian cuisine, including that of Surabaya, plays an essential role in the cultural identity and heritage of the region. However, rapid globalization and modernization have led to declining interest in traditional foods, particularly among younger generations, who prefer fast food. This study aimed to analyze the role of culinary tourism in preserving and promoting traditional Surabaya cuisine, identify the challenges and strategies for its development to increase its appeal, and examine its contribution to the local economy. The research employed a qualitative descriptive approach with case studies, involving interviews with culinary entrepreneurs and tourists and observations at key culinary tourism destinations. The findings revealed that, although culinary tourism has the potential to support the preservation of traditional cuisine, the main challenges identified were ineffective promotion, insufficient supporting infrastructure, and a lack of interest among younger generations in continuing traditional culinary businesses. Therefore, collaborative efforts between the government, business

owners, and local communities are needed to enhance promotion, quality, and the overall culinary tourism experience, which can positively impact the local economy through increased tourist visits and regional consumption.

Kutipan: Mau, D. P., Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., Artana, I. W. A., & Ariawan, I. W. A. P. (2024). Preservation of local culinary tourism in improving the economy of local communities in Surabaya. *GREENOMIKA*, 6(2), 123–134. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3>

1. Pendahuluan

Makanan tradisional merupakan salah satu bentuk warisan budaya dengan nilai sejarah, sosial, dan ekonomi yang penting bagi suatu komunitas. Menurut (Kemendikbudristek, 2023), makanan tradisional Indonesia memiliki nilai budaya tinggi karena memuat sejarah, identitas, dan kearifan lokal khas yang perlu dilestarikan. Setiap daerah di Indonesia memiliki jenis makanan tradisional yang mencerminkan keunikan dan teknik kuliner khasnya (Antropologi FIB UB, 2024). Selain itu, makanan tradisional juga berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus memperkuat identitas nasional (Aini et al., 2024; Lie et al., 2023). Makanan tradisional berkontribusi pada ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, dan pengembangan sektor UMKM yang bergerak dalam bidang kuliner.

Surabaya, salah satu kota terbesar di Indonesia, dikenal kaya akan cita rasa kuliner tradisional, seperti Rujak Cingur, Semanggi, hingga Lontong Balap (Albarado, 2024). Kuliner-kuliner ini tidak hanya merepresentasikan kekayaan rasa lokal, tetapi juga menjadi identitas budaya yang diwariskan secara turun-temurun, penuh filosofi hidup, dan sarat kearifan lokal. Sebagai contoh, Rujak Cingur mencerminkan nilai budaya, tradisi, serta jati diri masyarakat Surabaya melalui komposisi bahan dan cara penyajiannya yang khas (Mulawato & Handoyo, 2024). Rujak Cingur bahkan kerap menjadi simbol budaya lokal, seperti pada Festival Rujak Uleg yang melibatkan 430 peserta pada Mei 2023. Festival ini menegaskan peran kuliner tradisional dalam memperkuat identitas Surabaya sebagai kota dengan warisan budaya yang kaya (Mulawato & Handoyo, 2024).

Namun, pesatnya arus globalisasi dan modernisasi membawa tantangan besar bagi keberlanjutan makanan tradisional. Gaya hidup masyarakat yang semakin cepat dan praktis, terutama di kota besar seperti Surabaya, mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, cenderung lebih memilih makanan cepat saji (*fast food*) atau hidangan global seperti *Pizza*, *Burger*, dan *Sushi*. (Andriani et al., 2024) mengungkapkan bahwa makanan cepat saji populer karena penyajiannya cepat, mudah diakses, dan cita rasanya disukai, meskipun cenderung mengandung bahan kimia yang berpotensi membahayakan kesehatan (Hidayat et al., 2024). Pergeseran preferensi ini tidak hanya berpotensi "meminggirkan" makanan tradisional, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam regenerasi pelaku usaha kuliner tradisional. Generasi muda semakin sedikit yang berminat meneruskan usaha keluarga atau mempelajari keterampilan mengolah makanan tradisional. Selain itu, kurangnya apresiasi terhadap nilai autentik makanan tersebut, sering kali mengakibatkan modifikasi resep demi memenuhi selera pasar, sehingga berpotensi menghilangkan identitas budaya yang terkandung di dalamnya.

Di tengah tantangan tersebut, konsep wisata kuliner muncul sebagai solusi potensial untuk melestarikan makanan tradisional, karena memperkenalkan resep dan metode memasak tradisional kepada wisatawan, memastikan warisan kuliner tetap hidup dan dihargai oleh generasi mendatang (Rachão et al., 2021). Pelestarian ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga keberlangsungannya, tetapi juga menjadikannya produk wisata kuliner yang dapat mendukung perekonomian masyarakat lokal (Sasono, 2023). Wisata kuliner dapat meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB daerah dan menciptakan peluang ekonomi melalui sektor pendukung lainnya seperti akomodasi, transportasi, dan oleh-oleh. Wisata kuliner juga memainkan peran penting dalam pelestarian budaya, termasuk budaya kuliner tradisional (Hakim & Hamidah, 2022; Parwati et al., 2024). Sims (2009) menekankan bahwa wisata kuliner dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, menyerap tenaga kerja, dan memberikan edukasi bagi wisatawan tentang nilai budaya lokal yang terkandung di dalamnya (Hidayah, 2023). Wisatawan sering tertarik pada nilai sejarah makanan di setiap daerah yang mereka kunjungi (Marwati, 2022). Sebagai kota metropolitan dengan kekayaan sejarah dan

budaya, Surabaya memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata kuliner melalui destinasi seperti kampung tematik kuliner, pusat jajanan tradisional, dan festival makanan khas.

Meskipun demikian, upaya pengembangan wisata kuliner di Surabaya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya promosi berkelanjutan, minimnya sinergi antar-stakeholder dan standar kualitas yang belum merata di destinasi kuliner lokal. Kondisi ini tercermin dari keluhan sejumlah pelaku usaha di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Surabaya mengenai rendahnya jumlah pengunjung, yang disebabkan oleh kurangnya pendampingan intensif dari Pemerintah Kota Surabaya (Radar Surabaya, 2023) lokasi pembangunan yang kurang strategis (Suminar, 2018), serta meningkatnya popularitas layanan pesan makanan berbasis *online* (Ginanjari, 2020). Oleh karena itu, pendampingan yang lebih optimal, mencakup peningkatan kualitas pengemasan, cita rasa, dan strategi pemasaran, sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya tarik SWK. Di sisi lain, pengalaman di kota seperti Yogyakarta dan Bali menunjukkan bahwa festival kuliner tidak hanya mampu mempromosikan makanan lokal tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga warisan budaya. Namun, kajian khusus tentang wisata kuliner di kota besar seperti Surabaya masih sangat terbatas, meskipun kota ini memiliki potensi besar untuk mempertahankan identitas lokal di tengah tekanan globalisasi. Upaya strategis yang lebih terarah diperlukan untuk memastikan makanan tradisional tetap relevan sekaligus mendukung daya saing kota.

Penelitian ini bertujuan menggali hubungan antara wisata kuliner dan pelestarian makanan tradisional Surabaya. Fokus penelitian mencakup identifikasi tantangan yang dihadapi, eksplorasi peran wisata kuliner sebagai sarana pelestarian, serta analisis strategi untuk mendukung keberlanjutan kuliner tradisional di tengah modernisasi. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur wisata kuliner di Indonesia, khususnya dalam konteks kota besar. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, dan komunitas lokal dalam merancang strategi efektif untuk menjaga kelestarian makanan tradisional. Dengan demikian, makanan tersebut tidak hanya dapat bertahan tetapi juga menjadi daya tarik utama yang meningkatkan daya saing pariwisata Surabaya di tingkat nasional maupun internasional.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi hubungan antara wisata kuliner dan pelestarian makanan tradisional di Surabaya. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan dua kelompok informan: pelaku usaha kuliner tradisional dan wisatawan yang mengunjungi destinasi kuliner utama. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*, di mana wawancara dilakukan dengan 8 pelaku usaha kuliner dan 15 wisatawan yang mengunjungi Sentra Wisata Kuliner (SWK), festival makanan khas, dan pusat jajanan tradisional. Observasi langsung dilakukan di beberapa lokasi utama, seperti SWK dan festival makanan khas Surabaya, untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang pengembangan wisata kuliner. Data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah, laporan resmi, dan dokumen terkait. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola dan menemukan tema melalui data yang dikumpulkan (Heriyanto, 2018), khususnya yang berkaitan dengan pelestarian makanan tradisional dan peran wisata kuliner. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan temuan penelitian (Sugiyono, 2016).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tantangan Pelestarian Makanan Tradisional

Upaya pelestarian makanan tradisional di Surabaya menghadapi tantangan yang kompleks akibat pengaruh perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Perubahan ini secara langsung memengaruhi preferensi masyarakat dan dinamika pasar kuliner. Berdasarkan wawancara dengan salah satu pelaku usaha kuliner tradisional di SWK, mengungkapkannya:

"Sekarang banyak orang, terutama anak-anak muda, sukanya makanan yang sifatnya cepat saji. Pizza, burger, sushi, dan makanan lainnya sudah jadi pilihan utama mereka. Mungkin itu dianggap lebih praktis, lebih kekinian juga dibandingkan makanan tradisional".

Pergeseran ini dipicu oleh gaya hidup modern yang cenderung mengutamakan kepraktisan dan efisiensi, di mana makanan cepat saji dianggap sebagai pilihan yang cepat, mudah diakses, serta memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera global. Penelitian oleh Hidayat et al. (2024)

menunjukkan bahwa makanan cepat saji sering kali dipersepsikan sebagai simbol status sosial yang lebih tinggi, meskipun dampak negatif terhadap kesehatan juga signifikan. Akibatnya, makanan tradisional semakin tersisih dari pilihan utama konsumen, terutama generasi muda. Data yang dikumpulkan oleh Aprillia & Kusumandyoko (2021) mendukung temuan ini, dengan menyebutkan bahwa 68,3% generasi muda di Surabaya lebih memilih kuliner modern, sementara 31,7% bahkan tidak mengetahui keberadaan makanan tradisional khas Surabaya. Fenomena ini selaras dengan perkembangan pesat kuliner modern yang menawarkan tampilan visual lebih menarik dan didukung oleh teknologi digital. Lukman et al. (2023) menjelaskan bahwa kehadiran media sosial dan *online platform* mempermudah promosi kuliner modern yang dianggap lebih "*Instagramable*," sehingga menarik minat generasi muda. Gaya hidup yang menonjolkan estetika visual makanan turut mendorong pergeseran preferensi dari makanan tradisional ke kuliner modern. Akibatnya, makanan tradisional Surabaya tidak hanya kalah dalam daya tarik visual, tetapi juga kurang mendapatkan perhatian dalam promosi dan popularitas, khususnya di kalangan generasi muda.

Hasil observasi di beberapa SWK di Surabaya menunjukkan rendahnya tingkat kunjungan konsumen, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya promosi yang efektif serta lokasi pembangunan yang tidak strategis. Radar Surabaya (2023) dan Suminar (2018) mencatat bahwa banyak SWK gagal menarik pengunjung karena akses yang sulit, minimnya daya tarik visual, dan kurangnya fasilitas pendukung. Dalam wawancara, salah satu pemilik warung makan di SWK mengungkapkan:

"Kami udah usaha promosi pakai media sosial, tapi tetap saja banyak pembeli yang lebih pilih tempat makan yang sekitaran mereka tinggal, yang mudah dijangkau. Apalagi kalau aksesnya susah. Meskipun kita ada promo seperti diskon, tetap saja banyak yang lebih milih datang ke mall atau tempat yang lebih dekat dengan rumah mereka".

Sementara itu, seorang pengelola restoran tradisional di kawasan tersebut juga menambahkan:

"Salah satu tantangan terbesar yang kami rasakan, karena lokasi kami yang jauh dari pusat keramaian. Kami sering dengar dari pengunjung yang datang, katanya terpaksa datang karena penasaran, pengen coba saja, tapi kalau hanya untuk makan biasa, mereka lebih memilih tempat yang lebih strategis dan mudah diakses".

Selain itu, meningkatnya popularitas layanan pesan makanan berbasis *online*, sebagaimana dilaporkan Ginanjar (2020), memperparah situasi. Layanan ini menawarkan kenyamanan tanpa memerlukan kunjungan fisik, sehingga destinasi kuliner tradisional semakin kehilangan daya saing, terutama bagi konsumen yang mengutamakan efisiensi waktu dan kemudahan akses.

Tantangan lain yang diungkapkan oleh beberapa pelaku usaha adalah kesulitan dalam menjaga kualitas dan konsistensi rasa makanan yang dijual. Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang pemilik warung makan di kawasan kuliner Surabaya mengatakan:

"Susah banget sih, kadang resepnya udah jadi favorit, tapi sekarang banyak anak muda yang gak suka rasa yang terlalu strong, seperti terasi di Rujak Cingur. Jadi, terasi kita kurangi, biar ga terlalu tajam, biar yang muda-muda juga suka. Kalau enggak, ya pelanggan ngurangin konsumsi".

Pelaku usaha ini mengakui bahwa meskipun terpaksa mengubah resep untuk mengikuti selera pasar, dikhawatirkan bahwa langkah ini bisa mengurangi cita rasa asli yang menjadi identitas makanan tradisional. Di sisi lain, seorang pengelola restoran tradisional berbicara dengan nada sedikit ragu tentang adaptasi yang dilakukan untuk menarik minat pengunjung:

"Kami juga sekarang kemas makanan tradisional, kayak Pecel, dalam box bento gitu, biar lebih 'Instagramable'. Kadang, emang, saya rasa kita udah nggak bisa cuma ngandelin rasa doang. Orang-orang sekarang lebih peduli sama tampilan. Cuma ya, kalau dilihat lagi, kadang saya khawatir Pecel yang saya sajikan dengan bento box ini bisa kehilangan feel-nya, kan. Rasa dan cara penyajian yang asli kan beda banget sama yang sekarang kita coba".

Meskipun strategi ini terbukti efektif untuk memperluas daya tarik makanan tradisional, disadari juga bahwa ada risiko mengorbankan aspek keaslian rasa dan nilai budaya.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa wisatawan, ditemukan bahwa edukasi mengenai nilai historis dan budaya makanan tradisional masih sangat terbatas di Surabaya. Sebagian besar wisatawan yang diwawancarai mengaku tidak mengetahui filosofi atau cerita sejarah di balik hidangan khas seperti Rujak Cingur, Soto Ambengan, atau Lontong Balap. Salah seorang wisatawan asal Jakarta mengatakan:

"Jujur, waktu pertama kali saya coba Rujak Cingur di Surabaya, saya nggak tahu banyak tentang sejarah atau apa makna dari makanan itu. Rasanya enak sih, tapi nggak ada penjelasan tentang kenapa itu makanan khas, atau apa yang membuatnya spesial. Seharusnya ada sih, mungkin dari pemandu wisata atau ada tulisan di restoran, supaya kami, yang bukan dari sini, lebih ngerti".

Kurangnya informasi ini disebabkan oleh minimnya upaya edukasi di destinasi kuliner, baik melalui pemandu wisata, media informasi, maupun narasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Wisatawan asal Bali mengatakan:

"Aku suka makanan tradisional, apalagi kalau ada cerita dibaliknya. Tapi di Surabaya, aku cuma makan, tanpa tahu kenapa makanan ini bisa terkenal atau apa filosofi di baliknya. Sepertinya, kalau ada informasi lebih, misalnya dari pemilik warung atau di tempat makan, pasti lebih menarik. Kalau cuma makan tanpa cerita, ya biasa aja, kan?".

Akibatnya, pengalaman wisata kuliner menjadi kurang bermakna, dan makanan tradisional kehilangan potensinya sebagai medium untuk memperkenalkan identitas budaya kepada masyarakat luas, seperti ungkapan beberapa kelompok wisatawan asal Kalimantan:

"Salah satu tujuan kami ke Surabaya untuk mencicipi kuliner khas yang katanya terkena kaya Soto Ambengan, Lontong Balap, dan juga Rujak Cingur yang nggak ada di tempat kami. Tapi anehnya, nggak ada informasi tentang kenapa makanan ini bisa jadi ikonik di sini. Gak ada penjelasan dari pemandu wisata atau di tempat makan, jadi kami cuma makan, tanpa tahu lebih banyak tentang sejarahnya. Padahal, kalau ada cerita, makanannya bisa terasa lebih spesial dan bisa jadi lebih berkesan".

Lebih jauh, tantangan regenerasi juga menjadi perhatian serius. Wawancara dengan salah satu pelaku usaha mengungkapkan bahwa:

"Anak-anak muda sekarang lebih milih kerja di perusahaan teknologi atau perusahaan startup atau semacamnya, soalnya mereka anggap usaha kuliner tradisional nggak cukup hits dan nggak ada untung gede. Padahal, kalau mereka mau serius, selain bisa dapet untung, mereka juga bisa ikut menjaga dan melestarikan makanan khas yang udah ada sejak dulu".

Kondisi ini tidak hanya mengancam keberlangsungan usaha kuliner tradisional tetapi juga mempersempit transfer pengetahuan tentang teknik kuliner khas yang telah diwariskan selama beberapa generasi.

Tabel 1. Tantangan Pelestarian Makanan Tradisional di Surabaya Berdasarkan Triangulasi Data

Sumber Data	Temuan Penelitian	Dukungan Teori/Referensi	Konteks/Wawancara/Observasi
Wawancara Pelaku Usaha Kuliner	Preferensi generasi muda cenderung beralih ke makanan cepat saji karena dianggap lebih praktis dan modern.	Hidayat et al. (2024): Makanan cepat saji dianggap simbol status sosial yang lebih tinggi meskipun ada dampak negatif.	"Anak muda lebih suka pizza, burger, sushi. Makanan cepat saji lebih praktis dan kekinian dibandingkan makanan tradisional".
Data Survei Generasi Muda	68,3% generasi muda lebih memilih kuliner modern, sementara 31,7% bahkan tidak mengetahui makanan tradisional khas Surabaya.	Aprillia & Kusumandyoko (2021): Mayoritas generasi muda lebih mengenal kuliner modern daripada tradisional.	"Sebagian besar teman-teman saya tidak tahu makanan tradisional Surabaya, seperti Rujak Cingur atau Sate Lilit".
Pengaruh Media Sosial	Promosi kuliner modern lebih efektif karena daya tarik visual yang "Instagramable".	Lukman et al.,(2023): Media sosial mendukung promosi kuliner modern yang menarik perhatian generasi muda.	"Kami mengemas makanan seperti Pecel dalam box bento agar terlihat lebih 'Instagramable'".

Sumber Data	Temuan Penelitian	Dukungan Teori/Referensi	Konteks/Wawancara/Observasi
Observasi di SWK	Tingkat kunjungan rendah akibat kurang promosi efektif dan lokasi yang tidak strategis.	Radar Surabaya (2023), Suminar (2018): SWK menghadapi tantangan dalam aksesibilitas, promosi, dan daya tarik visual.	"Lokasi jauh dari pusat keramaian, meski ada promo, tetap kalah dengan tempat makan di mall atau dekat rumah".
Layanan Pesan Makanan Online	Layanan pesan makanan online meningkatkan persaingan karena menawarkan kenyamanan tanpa perlu kunjungan fisik.	Ginanjar (2020): Layanan pesan makanan online memperparah persaingan kuliner tradisional.	"Banyak pelanggan memilih layanan pesan makanan online daripada datang ke lokasi".

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa pelestarian makanan tradisional di Surabaya menghadapi berbagai tantangan yang dipengaruhi oleh faktor sosial, teknologi, dan pemasaran. Generasi muda lebih memilih makanan cepat saji dan kuliner modern yang dianggap lebih praktis dan sesuai dengan tren saat ini, serta lebih menarik secara visual di media sosial, seperti yang tercermin dalam preferensi mereka terhadap makanan yang *"Instagramable"* (Hidayat et al., 2024; Lukman et al., 2023). Selain itu, rendahnya tingkat kunjungan ke tempat makan tradisional disebabkan oleh kurangnya strategi promosi yang efektif dan lokasi yang tidak strategis (Suminar, 2018). Ditambah lagi, layanan pesan makanan online semakin memperburuk persaingan bagi usaha kuliner tradisional, dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen tanpa harus mengunjungi lokasi (Ginanjar, 2020). Semua faktor ini menunjukkan bahwa pelestarian makanan tradisional di Surabaya memerlukan pendekatan yang lebih inovatif, baik dari sisi promosi maupun adaptasi terhadap tren baru yang ada.

3.2 Peran Wisata Kuliner dalam Pelestarian Budaya

Wisata kuliner memiliki peran strategis dalam melestarikan makanan tradisional sekaligus memperkuat identitas budaya lokal. Sebagai salah satu pilar utama dalam sektor pariwisata, kuliner tidak hanya menyumbang pada pendapatan ekonomi daerah, tetapi juga menjadi sarana untuk mempromosikan nilai-nilai budaya dan tradisi yang melekat pada suatu komunitas. Stone et al. (2022) dan Di-Clemente et al. (2020) menegaskan bahwa wisata kuliner berkontribusi signifikan terhadap daya tarik destinasi pariwisata, karena kuliner merupakan salah satu cara paling langsung untuk mengalami budaya suatu daerah. Di Surabaya, kekayaan kuliner tradisional seperti Rujak Cingur dan Rawon tidak hanya mencerminkan karakteristik lokal, tetapi juga menjadi simbol warisan budaya yang perlu dilestarikan.

Kuliner tradisional menjadi media efektif untuk menyampaikan narasi budaya yang unik. Rujak Cingur, misalnya, mencerminkan tradisi pemanfaatan bahan-bahan lokal seperti petis, cingur, dan sayuran segar, yang semuanya mencerminkan keterikatan masyarakat dengan kekayaan sumber daya setempat. Sebagaimana diungkapkan oleh seorang pelaku usaha Rujak Cingur di Surabaya:

"Rujak Cingur itu bukan hanya makanan, tapi sudah jadi bagian dari hidup saya. Setiap kali buat, rasanya seperti menghidupkan kembali tradisi keluarga kami. Saya percaya, dengan berbagi resep ini, saya juga ikut melestarikan budaya Surabaya. Banyak orang datang ke sini karena ingin merasakan cita rasa otentik yang tidak bisa mereka temukan di tempat lain. Rasanya, makan Rujak Cingur itu seperti mengingatkan mereka pada kampung halaman, kenangan masa kecil mereka".

Sementara itu seorang wisatawan dari luar Surabaya, menuturkan pengalamannya saat pertama kali mencicipi Rawon di Surabaya:

"Pertama kali coba Rawon di Surabaya saat dinas di sini (Suabaya). Banyak yang bilang Rawon enak, tapi ga pernah bayangin rasanya bakal semendalam itu. Kuahnya kaya dengan bumbu-bumbu, dan rasa kluweknya khas banget. Setiap suapan rasanya ngasih pengalaman berbeda. Di luar rasa, aku juga merasa seperti sedang mempelajari sedikit tentang sejarah dan budaya Surabaya dari makanan-makanan Surabaya. Menurutku, Rawon emang jadi simbol dari kekayaan kuliner Jawa Timur. Ini perlu dilestarikan biar generasi mendatang bisa tahu, bisa kenal, dan nggak lupa".

(Alroaia et al., 2019) menyebutkan bahwa narasi budaya yang melekat pada setiap hidangan tradisional memberikan nilai tambah yang memperkaya pengalaman wisatawan, sekaligus membangun apresiasi mendalam terhadap warisan budaya. Dalam konteks Surabaya, narasi ini juga menjadi alat penting untuk memperkuat identitas lokal di tengah arus globalisasi yang semakin homogen.

Selain narasi, keterlibatan masyarakat lokal dalam pembuatan makanan tradisional juga memberikan dimensi tambahan yang mencerminkan nilai-nilai gotong royong dan kekeluargaan. Proses memasak yang melibatkan banyak orang, seperti dalam penyajian hidangan khas untuk acara adat atau perayaan tertentu, menjadi bagian integral dari warisan budaya yang memperkuat kohesi sosial masyarakat setempat. Hal ini, seperti yang diungkapkan Rachão et al. (2021), menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan budaya lokal melalui pengalaman langsung yang tak terlupakan.

Destinasi kuliner seperti SWK dan kampung tematik kuliner di Surabaya memiliki potensi besar untuk menjadi pusat edukasi budaya. Lokasi-lokasi ini dapat menawarkan pengalaman lebih dari sekadar mencicipi makanan, tetapi juga memahami proses pembuatan, filosofi, dan sejarah di balik setiap hidangan. Misalnya, demonstrasi memasak Rujak Cingur atau Rawon dapat dijadikan atraksi utama yang tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga mengedukasi mereka tentang kekayaan budaya lokal. Seperti yang ditegaskan oleh Liberato et al. (2020), menciptakan ekosistem pariwisata berkelanjutan memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha kuliner, dan komunitas lokal. Hal ini dapat diwujudkan melalui pelatihan bagi pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan kualitas produk, sementara komunitas lokal dapat berperan aktif dengan berbagi cerita tradisional yang memperkaya pengalaman wisatawan. Seorang pengelola kampung kuliner di Surabaya, memberikan pandangannya tentang bagaimana wisatawan luar Surabaya dapat memperoleh lebih banyak pengalaman budaya melalui kuliner:

"Kami sering cerita soal asal-usul makanan ini, dan itu yang bikin wisatawan tertarik. Mereka nggak cuma datang untuk makan, tapi juga penasaran gimana makanan ini bisa jadi bagian dari kehidupan kami sehari-hari. Kami ingin mereka nggak cuma menikmati makanannya, tapi juga ngerasain kehangatan budaya kami".

Seyitoğlu & Ivanov (2020) juga menambahkan bahwa penyediaan infrastruktur pendukung, seperti aksesibilitas yang baik ke destinasi kuliner, serta fasilitas seperti pusat informasi dan toko oleh-oleh khas, dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner.

Namun, meskipun wisata kuliner di Surabaya memiliki potensi besar, beberapa tantangan perlu diatasi untuk memaksimalkan perannya dalam pelestarian budaya. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya strategi promosi terpadu yang menghubungkan berbagai elemen dalam ekosistem wisata kuliner. Sebagai contoh, Martin et al. (2021) menunjukkan bahwa di era digital, promosi berbasis media sosial sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks ini, Surabaya bisa mengembangkan kampanye digital yang menggabungkan narasi budaya, cerita-cerita lokal, dan visualisasi menarik dari makanan khas untuk menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional. Hal ini juga menjadi perhatian dari seorang pelaku usaha kuliner di Surabaya, yang menyatakan:

"Kami perlu lebih banyak promosi lewat media sosial, banyak wisatawan yang baru tahu tentang kuliner Surabaya lewat Instagram dan TikTok."

Selain itu, kurangnya dukungan infrastruktur, seperti fasilitas yang ramah wisatawan, papan informasi multibahasa, dan pemandu wisata kuliner profesional, juga menjadi kendala. Sebagaimana disarankan oleh Prayag et al. (2020), kualitas pengalaman wisata sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang baik dan autentisitas produk yang ditawarkan. Untuk itu, Surabaya perlu berinvestasi pada peningkatan infrastruktur dan pelatihan sumber daya manusia untuk membangun reputasi sebagai salah satu destinasi kuliner terkemuka di Indonesia.

Tabel 2. Peran Wisata Kuliner dalam Pelestarian Budaya Surabaya Berdasarkan Triangulasi Data

Sumber Data	Temuan Penelitian	Dukungan Teori/Referensi	Konteks/Wawancara/Observasi
Wawancara Pelaku Usaha Kuliner	Wisata kuliner berperan penting dalam melestarikan makanan tradisional dan identitas budaya lokal.	Stone et al. (2022), Di-Clemente et al. (2020): Wisata kuliner sebagai media untuk mempromosikan budaya dan identitas lokal.	"Rujak Cingur itu bukan hanya makanan, tapi sudah jadi bagian dari hidup saya. Saya percaya, dengan berbagi resep ini, saya ikut melestarikan budaya Surabaya".
Wawancara Wisatawan	Wisatawan merasakan pengalaman budaya melalui rasa dan sejarah makanan tradisional.	Alroaia et al. (2019): Narasi budaya pada hidangan tradisional memperkaya pengalaman wisatawan dan apresiasi terhadap budaya lokal.	"Setiap suapan rasanya ngasih pengalaman berbeda. Rawon itu jadi simbol dari kekayaan kuliner Jawa Timur. Ini perlu dilestarikan".
Observasi di Kampung Kuliner Surabaya	Wisatawan tertarik pada cerita budaya di balik makanan yang mereka coba.	Rachão et al. (2021): Cerita budaya dalam kuliner memperkuat hubungan emosional antara wisatawan dan budaya lokal.	"Kami sering cerita soal asal-usul makanan ini, dan itu yang bikin wisatawan tertarik. Mereka nggak cuma datang untuk makan, tapi juga penasaran gimana makanan ini bisa jadi bagian dari kehidupan kami sehari-hari".
Observasi di SWK	SWK dapat menjadi pusat edukasi budaya, namun masih memerlukan promosi yang lebih efektif dan infrastruktur yang baik.	Seyitoğlu & Ivanov (2020), Liberato et al. (2020): Infrastruktur dan kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas lokal penting untuk pengembangan wisata kuliner.	"Kami perlu lebih banyak promosi lewat media sosial, banyak wisatawan yang baru tahu tentang kuliner Surabaya lewat Instagram dan TikTok".
Wawancara Pengelola Kampung Kuliner	Masyarakat lokal terlibat langsung dalam pelestarian makanan tradisional melalui proses pembuatan dan penyajian.	Liberato et al. (2020): Keterlibatan masyarakat lokal dalam pembuatan makanan tradisional dapat meningkatkan kesadaran budaya dan pelestariannya.	"Kami ingin mereka nggak cuma menikmati makanannya, tapi juga ngerasain kehangatan budaya kami".
Wawancara Pelaku Usaha Kuliner	Kurangnya promosi terpadu menghambat potensi wisata kuliner dalam melestarikan budaya.	Martin et al. (2021): Promosi berbasis media sosial sangat penting untuk menjangkau audiens lebih luas dalam mempromosikan kuliner.	"Kami perlu lebih banyak promosi lewat media sosial, banyak wisatawan yang baru tahu tentang kuliner Surabaya lewat Instagram dan TikTok".

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner di Surabaya memiliki peran yang sangat penting dalam pelestarian budaya lokal dan penguatan identitas budaya. Makanan tradisional seperti Rujak Cingur dan Rawon tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga menyampaikan narasi budaya yang mendalam (Di-Clemente et al., 2020; Stone et al., 2022). Namun, sejumlah tantangan signifikan muncul dalam upaya pengembangannya, termasuk promosi yang kurang efektif dan masalah infrastruktur yang belum optimal (Prayag et al., 2020). Promosi melalui media sosial, yang sudah semakin populer, memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner di Surabaya, namun masih memerlukan strategi yang lebih terkoordinasi untuk mengoptimalkan jangkauan (Martin et al., 2021). Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur yang lebih baik dan peningkatan kualitas pelayanan wisata kuliner di Surabaya perlu menjadi prioritas agar kuliner tradisional tetap dapat berperan sebagai sarana pelestarian budaya dan menarik lebih banyak wisatawan (Seyitoğlu & Ivanov, 2020).

3.3 Strategi untuk Mendukung Keberlanjutan Kuliner Tradisional

Pelestarian kuliner tradisional di Surabaya membutuhkan strategi yang melibatkan edukasi, promosi inovatif, penguatan infrastruktur, dan kolaborasi antar-stakeholder. Menurut Mathews & Savarimuthu (2020), edukasi masyarakat berperan penting dalam pelestarian budaya lokal. Pemerintah dan komunitas lokal dapat meningkatkan edukasi melalui workshop, festival kuliner, serta cerita budaya yang disisipkan dalam wisata kuliner. Generasi muda, sebagai penerus budaya, perlu dikenalkan pada kekayaan kuliner lokal melalui program sekolah atau kegiatan komunitas, sebagaimana diungkapkan oleh Cohen & Avieli (2004) yang menekankan pentingnya pendidikan untuk melestarikan identitas budaya dalam pariwisata. Untuk mendukung pelestarian ini, penguatan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten di sektor kuliner menjadi hal yang sangat penting. Seperti yang diungkapkan oleh Supriyadi et al. (2021), peningkatan pendidikan dan pelatihan, baik pada tingkat dasar maupun menengah, serta kemampuan manajerial dan berbahasa asing, dapat memperkuat kapasitas para pelaku kuliner lokal dalam menjalankan inisiatif pelestarian dan promosi kuliner tradisional.

Promosi digital menjadi langkah kunci untuk memperluas jangkauan kuliner tradisional. Widjanarko et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial, sebagai *platform* visual, sangat efektif dalam memperkenalkan dan mempopulerkan budaya kuliner kepada audiens global. Narasi visual yang menarik, didukung oleh *platform* seperti Instagram dan TikTok, dapat membangun daya tarik makanan lokal sebagai bagian dari identitas budaya. Strategi ini tidak hanya memperkuat citra kuliner tradisional di kalangan generasi muda, tetapi juga meningkatkan minat wisatawan global terhadap Surabaya sebagai destinasi kuliner. Sejalan dengan temuan ini, (Ramadian et al., 2023) mengungkapkan bahwa pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek secara signifikan, meskipun belum sepenuhnya mencapai pengenalan yang mendalam terhadap merek atau menjadi pilihan utama dalam pikiran konsumen. Peningkatan jumlah pengikut dan impresi yang diperoleh dari *platform* seperti Instagram dan TikTok dalam periode tertentu menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas promosi kuliner tradisional, terutama ketika konten yang disajikan relevan dengan tren masyarakat atau dengan memanfaatkan fitur iklan yang tersedia.

Pengembangan infrastruktur kuliner, seperti kampung tematik atau SWK, akan memperkaya pengalaman wisata. Apriyanti et al. (2024) dan Fadhillah (2024) mengemukakan bahwa infrastruktur yang baik dan terintegrasi dapat meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat identitas lokal. Pemerintah dan sektor swasta dapat bekerja sama untuk menyediakan fasilitas yang nyaman, seperti tempat parkir dan area bersantai, dilengkapi atraksi tambahan seperti demonstrasi memasak. Kolaborasi antar-stakeholder sangat penting, termasuk pelatihan kewirausahaan, insentif bagi pelaku usaha muda, dan dukungan finansial untuk promosi makanan lokal. Melalui langkah-langkah ini, kuliner tradisional di Surabaya dapat menjadi aset budaya yang terjaga sekaligus daya tarik wisata yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan teori *Cultural Sustainability*, yang menekankan pentingnya pendekatan kolaboratif dalam pelestarian budaya untuk memastikan keberlanjutannya (Harris, 2021 di dalam Usmaedi et al. (2024)).

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa wisata kuliner di Surabaya memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik pariwisata serta melestarikan makanan tradisional. Keunikan rasa dan keberagaman menu makanan tradisional berpotensi besar menarik wisatawan domestik dan internasional, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan kunjungan wisatawan dan konsumsi lokal. Namun, pengembangan wisata kuliner ini masih menghadapi tantangan, seperti minimnya promosi yang efektif, kurangnya kerjasama antar sektor, dan kesulitan dalam mempertahankan kualitas serta keberagaman menu. Untuk mengatasi tantangan ini, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha kuliner, dan masyarakat sangat diperlukan. Pengembangan wisata kuliner yang lebih terintegrasi, didukung kebijakan pelestarian makanan tradisional dan promosi intensif melalui berbagai media, dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan usaha kuliner tradisional. Selain itu, sektor ini berpotensi menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat ekonomi lokal. Pendekatan berbasis digital juga penting untuk menarik minat generasi muda agar lebih mengenal dan melestarikan kuliner lokal, sekaligus berpartisipasi dalam ekonomi digital yang berkembang. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur mengenai wisata kuliner, khususnya dalam konteks pelestarian makanan tradisional yang mendukung sektor ekonomi kreatif. Temuan ini penting sebagai referensi bagi pengembangan kebijakan dan strategi pemasaran kuliner di Surabaya dan daerah lainnya. Selain itu, integrasi pariwisata dan pelestarian budaya kuliner tidak hanya memberikan manfaat sosial dan budaya, tetapi juga dapat menciptakan peluang ekonomi jangka panjang, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, dan memperkuat sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak kebijakan pemerintah daerah terhadap pengembangan wisata kuliner serta penggunaan teknologi digital dalam promosi makanan tradisional di kalangan generasi muda.

Daftar Pustaka

- Aini, A. N., Ahmad, D. A., Putri, E. P. M., Muthmainnah, F. H., Hurumatillah, Z. H., & Rizkyanfi, M. W. (2024). Peran kuliner tradisional Nusantara dalam memengaruhi kegiatan ekonomi dan bahasa di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2). <http://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15667>
- Albarado, M. A. (2024, July 23). Dosen ilmu sejarah UNAIR soroti upaya pelestarian kuliner tradisional. *Unair News*. <https://Unair.Ac.Id/Dosen-Illmu-Sejarah-Unair-Soroti-Upaya-Pelestarian-Kuliner-Tradisional/>.
- Alroaia, Y. V., Zolfaghari, Z., & Sotoudeh, M. R. (2019). Culinary tourism development based on marketing mix strategy: The case of Khorasan Razavi province. *Iranian Journal of Economic Studies*, 8(2), 397–419. <https://doi.org/https://doi.org/10.22099/ijes.2020.33944.1582>
- Andriani, N., Nurdin, A., Fitria, U., Dinen, K. A., & Kurnia, R. (2024). Perilaku konsumsi makanan cepat saji pada remaja dan dampaknya bagi kesehatan. *Public Health Journal*, 1, 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/84ebrk82>
- Antropologi FIB UB. (2024, May 26). “Bring back your memory”: Eksistensi makanan tradisional dalam tinjauan anthropology of memories. *Antropologi FIB UB*. <https://Antropologi-Fib.Ub.Ac.Id/Opini/Bring-Back-Your-Memory-Eksistensi-Makanan-Tradisional-Dalam-Tinjauan-Anthropology-of-Memories/#:~:Text=Makanan%20tradisional%20menjadi%20bagian%20yang,Memiliki%20kekhasan%20dan%20tekniknya%20sendiri>.
- Aprillia, V. P., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan buku food photography kuliner tradisional khas Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(1), 145–156. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Apriyanti, M. E., Sumaryoto, & Meirinaldi. (2024). The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing domestic and international tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 3(4), 113–122. <https://doi.org/10.53893/ijrvocas.v3i4.46>
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>

- Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & López-Guzmán, T. (2020). Culinary tourism as an effective strategy for a profitable cooperation between agriculture and tourism. *Social Sciences*, 9(3), 1–15. <https://doi.org/10.3390/socsci9030025>
- Fadhilah, N. (2024). Tourism infrastructure development and its impact on local economic growth: A review from a sustainable development perspective. *Journal of Tourisma*, 1(1), 27–33. <https://nawalaeducation.com/index.php/JT/article/view/510>
- Ginanjar, D. (2020, February 21). Kalah oleh online, banyak sentra wisata kuliner Surabaya ”mati suri”. *Surabaya Raya*. <https://Www.Jawapos.Com/Surabaya-Raya/01256139/Kalah-Oleh-Online-Banyak-Sentra-Wisata-Kuliner-Surabaya-Mati-Suri#:~:Text=Kondisi%20serupa%20terlihat%20di%20SWK,40%20persen%20hanya%2010%20persen.>
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran kuliner tradisional dalam mendukung pemajuan kebudayaan di destinasi pariwisata prioritas Yogyakarta. *MOZAIK HUMANIORA*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Heriyanto. (2018). Thematic analysis sebagai metode menganalisa data untuk penelitian kualitatif. *ANUVA*, 2(3), 317–324. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324>
- Hidayah, N. (2023, July 24). Perbedaan wisata gastronomi dan wisata kuliner. *Pemasaran Pariwisata*. <Https://Pemasaranpariwisata.Com/2023/07/24/Perbedaan-Wisata-Gastronomi-Wisata-Kuliner/#:~:Text=Wisatawan%20gastronomi%20mencari%20pengalaman%20yang,Menikmati%20pengalaman%20makanan%20yang%20memuaskan.>
- Hidayat, A. N. F., Dinanti, A. D., & Fathiyyah, K. D. (2024). Preferensi mahasiswa terhadap makanan tradisional dengan makanan cepat saji dari segi pemahaman bahan kimia. *Journal of Nutrition and Culinary*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/konstanta.v2i1.2367>
- Kemendikbudristek. (2023, April 25). Jelajah budaya Indonesia via kuliner tradisional. *Itjen Kemdikbud*. <https://Itjen.Kemdikbud.Go.Id/Web/Jelajah-Budaya-Indonesia-via-Kuliner-Tradisional/#:~:Text=Makanan%20tradisional%20Indonesia%20memiliki%20nilai,Bentuk%20budaya%20yang%20harus%20dilestarikan.>
- Liberato, P., Mendes, T., & Liberato, D. (2020). Culinary tourism and food trends. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 171, 517–526. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2_45
- Lie, C. C., Larasati, S. A., Wijaya, A., & Abraham, G. (2023). Peran kuliner Nusantara dalam pembentukan identitas nasional. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Humanioral*, 1(2), 1–25. <https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/193>
- Lukman, L., Sudradjat, A., & Sinambela, T. (2023). Pemanfaatan digitalisasi pada industri kreatif sektor kuliner pasca pandemi covid-19. *Seminar Nasional-Universitas Borobudur*, 2(1). <https://prosiding.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/70>
- Martin, C. A., Izquierdo, C. C., & Laguna-Garcia, M. M. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100911. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100911>
- Marwati. (2022, March 10). Pengembangan wisata gastronomi guna memperkuat kebijakan ekonomi, pariwisata, dan budaya bangsa Indonesia. *Universitas Negeri Yogyakarta*. https://Www.Uny.Ac.Id/Id/Fokus-Kita/Prof-Dr-Marwanti-Mpd_pengembangan-Wisata-Gastronomi-Guna-Memperkuat-Kebijakan-Ekonomi#:~:Text=Ini%20artinya%2C%20aspek%20makanan%20atau,Setiap%20daerah%20yang%20mereka%20kunjungi.
- Mathews, S. M., & Savarimuthu, A. (2020). Role of education in transmitting culture in society. *Research Gate*. https://Www.Researchgate.Net/Publication/339816271_Role_of_Education_in_Transmitting_Culture_in_Society.
- Mulawato, P. P., & Handoyo, P. (2024). Dampak modernitas terhadap identitas sosial makanan tradisional Surabaya “Rujak Cingur.” *Padaringan: Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 06(3), 218–226. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/pn.v6i3.11241>

- Parwati, K. S. M., Sinaga, F., & Tamrin, M. (2024). Culinary tourism development strategy to increase tourism attractiveness: A literature review. *International Journal of Society Reviews (INJOSER)*, 2(10). <https://injoser.joln.org/index.php/123/article/view/288>
- Prayag, G., Gannon, M. J., Muskat, B., & Taheri, B. (2020). A serious leisure perspective of culinary tourism co-creation: The influence of prior knowledge, physical environment and service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2453–2472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2019-0897>
- Rachão, S. A. S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2021). Food-and-wine experiences towards co-creation in tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1050–1066. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0026>
- Radar Surabaya. (2023, May 29). Sentra kuliner sepi pembeli, Pemkot Surabaya diminta beri pendampingan. *Radar Surabaya*. <https://Radarsurabaya.Jawapos.Com/Surabaya/77987779/Sentra-Kuliner-Sepi-Pembeli-Pemkot-Surabaya-Diminta-Beri-Pendampingan>.
- Ramadian, K. J., Madya, D. P., & Agusta, E. D. (2023). The effectiveness of marketing strategies through social media (Study on Ayam Koplo by Hangry Indonesia). *GREENOMIKA*, 5(2), 177–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2023.05.2.7>
- Sasono, K. W. (2023). Revitalisasi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di kabupaten Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(2), 115–125. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v14i2.15584>
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. H. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100230. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100230>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Stone, M. J., Migacz, S., & Wolf, E. (2022). Learning through culinary tourism and developing a culinary tourism education strategy. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1–2), 177–195. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1876078>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Suminar, A. (2018, April 16). Penempatan tidak strategis, sentra kuliner Surabaya sepi peminat. *Suara Surabaya*. <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2018/Penempatan-Tidak-Strategis-Sentra-Kuliner-Surabaya-Sepi-Peminat/#:~:text=%E2%80%9CPenempatan%20lokasi%20pembangunan%20gedung%20kurang%20strategis%20sehingga,kuliner%20sepi%20pengunjung%2C%E2%80%9D%20kata%20Maztri%20Indrawanto%20di>
- Supriyadi, Rahman, A., Fauzan, & Hana, U. A. (2021). Optimalisasi pariwisata syariah dalam upaya peningkatan ekonomi lokal masyarakat Madura. *Greenomika*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2021.03.2.2>
- Usmaedi, Lansiw, M. A., Studyanto, A. B., Gymnastiar, I. A., & Amin, F. (2024). Cultural heritage preservation through community engagement a new paradigm for social sustainability. *Indonesian Journal of Studies on Humanities, Social Sciences, and Education (IJHSED) E-ISSN*, 1(2), 50–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.54783/cv5q0011>
- Widjanarko, W., Lusiana, Y., Istiyanto, S. B., Novianti, W., & Evgenievna, L. N. (2024). Promoting local cuisine on social media: A strategic communication approach. *Komunikator*, 16(1), 53–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jkm.20763>