

Warisan Kuliner Surabaya: Strategi Berkelanjutan Untuk Mempertahankan Semanggi

Yoseph Agung Priyo Widodo¹, Laurensius Sandrio^{2*}

¹Sarjana Terapa Pengelolaan Perhotelan, Politeknik eLBajo Commodus, Indonesia, sriemaria76@gmail.com

²Diploma III Ekowisata, Politeknik eLBajo Commodus, Indonesia, onci.plc@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan strategi pengembangan makanan semanggi sebagai warisan kuliner tradisional khas Surabaya. Semanggi, sebagai salah satu kekayaan budaya kuliner lokal, memiliki potensi besar untuk dipromosikan sebagai daya tarik wisata kuliner dan identitas budaya daerah. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini menggambarkan karakteristik, proses pembuatan, serta keberadaan semanggi dalam kehidupan masyarakat Surabaya. Selain itu, artikel ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi dalam pelestarian dan pengembangan kuliner semanggi di tengah era modernisasi dan persaingan kuliner global. Strategi yang diuraikan mencakup pelestarian resep tradisional, pengembangan inovasi rasa yang sesuai tren masa kini, serta promosi melalui media sosial dan event budaya. Pendekatan partisipatif juga diusulkan agar masyarakat dan pelaku usaha dapat turut aktif dalam memperkenalkan dan melestarikan kuliner ini. Dengan demikian, artikel ini memberikan gambaran lengkap tentang potensi dan langkah strategis dalam menjaga keberlanjutan makanan semanggi sebagai bagian dari kekayaan budaya kuliner Surabaya, sekaligus membuka peluang pengembangan ekonomi berbasis kuliner tradisional yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Kata Kunci: semanggi surabaya, warisan kuliner tradisional, strategi pengembangan kuliner, pariwisata kuliner, pelestarian budaya lokal

Abstract

This article aims to examine and describe the development strategy for clover as an inheritance traditional culinary specialty of Surabaya. Clover, as a rich local culinary culture, has great potential to be promoted as a culinary tourism attraction and regional cultural identity. Using a descriptive approach, this study describes the characteristics, production process, and presence of clover in the lives of the people of Surabaya. Furthermore, this article highlights the challenges faced in preserving and developing clover amidst the era of modernization and global culinary competition. The strategies outlined include preserving traditional recipes, developing innovative flavors that align with current trends, and promoting them through social media and cultural events. A participatory approach is also proposed to enable the community and businesses to actively participate in introducing and preserving this culinary specialty. Thus, this article provides a comprehensive overview of the potential and strategic steps in maintaining the sustainability of clover as part of Surabaya's rich culinary culture, while also opening up opportunities for developing an environmentally friendly and sustainable traditional culinary-based economy.

Keywords: semanggi surabaya, traditional culinary heritage, culinary development strategy, culinary tourism, local cultural preservation

PENDAHULUAN

Dalam era modern yang serba cepat dan penuh inovasi, keberadaan makanan tradisional sering kali terancam oleh perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup masyarakat. Salah satu kekayaan budaya yang patut kita jaga dan lestarikan adalah makanan tradisional Semanggi, yang telah menjadi bagian dari identitas

budaya Surabaya. Namun, seiring berjalannya waktu, keberadaan Semanggi sebagai warisan budaya menghadapi berbagai tantangan, mulai dari minimnya kesadaran masyarakat hingga minimnya pengelolaan yang sistematis. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami bagaimana pengelolaan yang tepat dapat membantu mempertahankan keberadaan makanan tradisional ini agar tetap hidup dan dikenal luas, tidak hanya sebagai makanan khas, tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya Surabaya yang harus dilestarikan. Makanan ini tidak hanya sekadar santapan, tetapi juga menyimpan cerita, nilai-nilai, dan kearifan lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi. Menyelami dunia menarik warisan kuliner Surabaya, dengan fokus khusus pada salah satu hidangan paling terkenalnya – Semanggi (Kurniawati & Gunansyah, 2019). Surabaya, kota terbesar kedua di Indonesia dan tempat percampuran budaya, memiliki sejarah kuliner yang kaya yang telah memberikan kontribusi besar pada lanskap gastronomi yang beragam di negara ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi dan mengulas berbagai strategi yang digunakan untuk melestarikan dan menjaga warisan Semanggi, hidangan legendaris yang telah bertahan lama di ranah kuliner Surabaya.

Semanggi, sebuah sajian tradisional Jawa, memiliki tempat istimewa dalam hati dan selera masyarakat Surabaya serta para pencinta kuliner. Ini adalah perpaduan harmonis sayuran, saus kacang, dan kerupuk udang, menghasilkan perpaduan rasa dan tekstur yang menggugah selera. Signifikansi budaya dan sejarah hidangan ini meluas di luar daya tarik kuliner, karena ia juga berfungsi sebagai simbol identitas budaya kota dan menghubungkan generasi (Setyowati, 2016). Saat Surabaya terus berubah dan beradaptasi dengan dunia modern, tradisi kulinernya menghadapi tantangan pelestarian. Semanggi Surabaya tak lagi dapat ditemui di jalanan, hanya di area tertentu saja. Nyaris punah, Semanggi Surabaya umumnya hanya bisa dinikmati di area balai kota dan Kampung Semanggi di daerah Benowo (Afrisia, 2015). Penjualnya pun memiliki ciri khas, yaitu umumnya ibu-ibu berkebayu dan jarit. Penelitian ini menyelami aspek-aspek yang berkontribusi pada keberlanjutan dan ketahanan Semanggi sebagai ikon kuliner. Aspek-aspek ini mencakup tidak hanya hidangan itu sendiri, tetapi juga orang-orang, tempat, dan praktik yang terlibat dalam pembuatannya dan konsumsinya (Kusumah et al., 2020). Berbagai penelitian telah meletakkan adaptasi kontemporer sebagai strategi mempertahankan semanggi Surabaya, mulai dari minuman serbuk semanggi hingga pembuatan desain kemasan semanggi, batik semanggi, *photobook* semanggi, film dokumenter dan adaptasi kontemporer lainnya (Adiwena et al., 2021; Gunawan et al., 2017; Hardjati et al., 2019; Saleh & Soediro, 2017) demi melestarikan kuliner legendaris kota pahlawan.

Penelitian ini menggunakan landasan teori *nona helix* dalam kajiannya berdasarkan sudut pandang tiap pemegang kepentingan terhadap kelestarian Semanggi Surabaya, meliputi unsur pelaku bisnis, pemerintah, pekerja, pemasok, ahli (*expertise*), pemerhati (*observers*), *connoisseur*, LSM, teknologi informasi (Turgarini et al., 2021). Pelaku bisnis menjadi lokomotif dalam penyediaan kuliner lokal, dalam penelitian kemudian dikenal dengan penjual Semanggi. Pemerintah mengembangkan strategi pemasaran dan acara kuliner, sementara badan regulasi menetapkan standar keamanan makanan untuk mendukung gastronomi wisata. Chef dan staf kuliner menciptakan hidangan autentik, sementara staf layanan dan

penyelenggara acara berperan meningkatkan pengalaman gastronomi. Pemasok menyuplai bahan baku. Kritikus makanan dan instruktur kuliner (*expertise*) memainkan peran kunci dalam mempengaruhi persepsi dan pengembangan keahlian kuliner setempat. Jurnalis kuliner dan *influencer* media sosial (*observers*) memberikan pandangan dan cerita yang memengaruhi minat dan keputusan kuliner wisatawan. Penggemar makanan lokal menjadi duta kuliner, sementara pemandu wisata kuliner (*connoisseur*) memberikan wawasan tentang tradisi dan cita rasa lokal. Organisasi berkelanjutan mendukung praktik berkelanjutan dan pengembangan masyarakat dalam pariwisata kuliner. Platform daring dan aplikasi memfasilitasi penemuan kuliner lokal dan meningkatkan efisiensi reservasi meja melalui integrasi teknologi.

Pada akhirnya, penelitian ini memberikan eksplorasi tentang warisan kuliner Surabaya, memberikan wawasan tentang bagaimana tradisi kuliner yang dihargai dapat dilestarikan dan dirayakan di dunia yang berubah dengan cepat. Ini berfungsi sebagai sumber berharga bagi siapa pun yang tertarik dalam pelestarian dan promosi warisan makanan budaya, tidak hanya di Surabaya, tetapi juga di daerah lain di mana warisan kuliner memiliki tempat istimewa dalam hati komunitas.

TINJAUAN PUSTAKA

Warisan Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional merupakan bagian dari warisan budaya tak benda yang merepresentasikan sejarah, nilai sosial, serta praktik kehidupan masyarakat lokal. Menurut Setyowati (2016), makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga menjadi simbol memori kolektif yang merekatkan hubungan antargenerasi dalam suatu komunitas. Oleh karena itu, keberadaan kuliner tradisional memiliki makna sosial dan kultural yang melampaui aspek konsumsi semata. UNESCO menempatkan makanan tradisional sebagai bagian dari intangible cultural heritage, yang keberlanjutannya sangat bergantung pada proses pewarisan, praktik keseharian, serta dukungan komunitas lokal. Dalam konteks Indonesia, kuliner tradisional sering kali terancam oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban, penetrasi makanan cepat saji, serta minimnya regenerasi pelaku usaha (Kusumah et al., 2020). Beberapa penelitian juga bahwa tanpa strategi pelestarian yang adaptif, kuliner tradisional berpotensi mengalami kepunahan secara perlahan, terutama di wilayah perkotaan yang mengalami transformasi sosial dan ekonomi yang cepat (Saleh & Soediro, 2017).

Kuliner Tradisional sebagai Identitas Budaya Lokal

Kuliner memiliki peran penting dalam membentuk identitas budaya suatu daerah. Kurniawati dan Gunansyah (2019) menyatakan bahwa makanan khas daerah merupakan representasi nilai-nilai lokal, lingkungan geografis, serta sejarah masyarakat yang membentuknya. Dengan demikian, keberadaan kuliner tradisional tidak dapat dipisahkan dari identitas kultural suatu wilayah. Setyowati (2016) menjelaskan bahwa makanan tradisional berfungsi sebagai simbol identitas kolektif masyarakat kota Surabaya, termasuk Semanggi Suroboyo yang merepresentasikan kesederhanaan, solidaritas sosial, serta sejarah perjuangan masyarakat urban kelas menengah ke bawah. Nilai-nilai tersebut menjadikan kuliner tradisional sebagai

media pembentuk rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap daerah asal. Penelitian Hardjati et al. (2019) turut menguatkan pandangan bahwa pelestarian kuliner tradisional memiliki implikasi langsung terhadap penguatan identitas budaya dan kohesi sosial masyarakat lokal.

Tantangan Pelestarian Kuliner Tradisional di Era Modern

Perkembangan modernisasi dan globalisasi membawa dampak signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat. Dominasi makanan cepat saji, makanan asing, serta budaya instan menyebabkan terjadinya pergeseran preferensi konsumen, terutama pada generasi muda (Afrisia, 2015). Gunawan et al. (2017) mengemukakan bahwa salah satu penyebab menurunnya eksistensi kuliner tradisional adalah lemahnya strategi pemasaran, keterbatasan inovasi kemasan, serta minimnya adaptasi terhadap media digital. Kondisi ini diperparah oleh persepsi generasi muda yang menganggap makanan tradisional kurang praktis dan kurang relevan dengan gaya hidup modern. Namun demikian, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa adaptasi kontemporer tanpa menghilangkan keaslian resep menjadi strategi efektif dalam mempertahankan kuliner tradisional (Adiwena et al., 2021). Adaptasi tersebut dapat berupa inovasi kemasan, diversifikasi produk, hingga pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi.

Pariwisata Kuliner dan Ekonomi Kreatif Lokal

Pariwisata kuliner merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dalam mendukung pelestarian budaya lokal. Kusumah et al. (2020) menyatakan bahwa *culinary heritage* mampu meningkatkan daya tarik destinasi wisata sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Kuliner tradisional menjadi elemen penting dalam pengalaman wisata karena memberikan autentisitas dan narasi budaya yang khas. Saleh dan Soediro (2017) menjelaskan bahwa inovasi produk berbasis kuliner lokal tidak hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga memperluas segmen pasar wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, pengembangan pariwisata kuliner memerlukan dukungan lintas sektor, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha, akademisi, serta komunitas lokal agar dapat berkelanjutan dan tidak terjebak pada komodifikasi budaya semata.

Model Nona Helix dalam Pelestarian Kuliner Tradisional

Pendekatan Nona Helix merupakan pengembangan dari model *triple* dan penta helix yang menekankan kolaborasi multipihak dalam pembangunan berkelanjutan. Turgarini et al. (2021) mengemukakan bahwa model nona helix melibatkan sembilan pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, pelaku bisnis, komunitas, akademisi, media, teknologi informasi, LSM, ahli kuliner, dan konsumen. Dalam konteks gastronomi dan pariwisata kuliner, model ini memungkinkan terjadinya sinergi antara aspek budaya, ekonomi, dan teknologi. Pemerintah berperan sebagai regulator dan fasilitator, pelaku usaha sebagai motor ekonomi, akademisi sebagai penyedia kajian ilmiah, serta media digital sebagai sarana promosi dan edukasi publik. Penerapan pendekatan nona helix dinilai relevan dalam upaya pelestarian Semanggi Surabaya karena mampu mengintegrasikan pelestarian budaya dengan pengembangan ekonomi kreatif secara berkelanjutan (Turgarini et al., 2021).

Berdasarkan kajian pustaka di atas, dapat disimpulkan bahwa kuliner tradisional seperti Semanggi Surabaya memiliki nilai strategis sebagai warisan budaya, identitas lokal, dan sumber ekonomi kreatif. Namun, keberlanjutannya menghadapi tantangan serius akibat perubahan gaya hidup, globalisasi kuliner, serta rendahnya regenerasi konsumen. Penelitian-penelitian terdahulu menekankan pentingnya inovasi, digitalisasi pemasaran, keterlibatan komunitas, serta dukungan pemerintah dalam menjaga eksistensi kuliner tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini memposisikan Semanggi Surabaya sebagai objek kajian yang perlu dianalisis melalui pendekatan kolaboratif berbasis nona helix guna merumuskan strategi pelestarian yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan menggunakan triangulasi sumber data (Fitrah & Luthfiyah, 2018). Penelitian ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Pengambilan data dilakukan pada periode Oktober hingga November 2025 dengan metode *purposive sampling* pada kriteria informan utama dan kunci sebagai berikut: Pelaku Penjual keliling Semanggi Suroboyo di Kampung Semanggi, Benowo; Para Ahli di bidang Makanan dan Minuman, mempertimbangkan pebisnis, akademisi, dan *influencer*; Pelaku Konsumen generasi *millennial*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perspektif Bisnis Penjual Semanggi

Penjual Semanggi Berpengalaman (Narasumber I):

Hasil wawancara dengan para penjual Semanggi menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha kuliner tradisional ini berada dalam tekanan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya konsumsi masyarakat Surabaya. Narasumber pertama, seorang penjual Semanggi dengan pengalaman puluhan tahun, mengungkapkan adanya penurunan signifikan minat masyarakat terhadap makanan tradisional dalam satu dekade terakhir. Menurutnya, generasi muda cenderung lebih memilih makanan modern, cepat saji, dan berbasis tren digital.

Ia menyampaikan bahwa:

“Sekarang yang beli Semanggi tidak seramai dulu. Anak-anak muda jarang, lebih banyak yang sudah tua.”

Penurunan minat tersebut berdampak langsung pada penurunan volume penjualan harian. Namun demikian, narasumber ini menegaskan bahwa usahanya masih dapat bertahan karena adanya pelanggan loyal, khususnya dari kalangan pegawai pemerintahan dan anggota kepolisian yang secara rutin melakukan pembelian. Temuan ini menunjukkan adanya segmen pasar tradisional yang relatif stabil, meskipun jumlahnya terbatas. Loyalitas pelanggan menjadi faktor kunci keberlanjutan usaha, menggantikan ketergantungan pada pasar massal yang semakin menyusut.

Penjual Semanggi Generasi Baru (Mbak I):

Mbak I, penjual Semanggi yang relatif baru, memberikan perspektif berbeda dengan menyoroiti perubahan karakteristik konsumen. Informan mengamati bahwa:

Konsumen kini lebih banyak datang menggunakan mobil dibanding sepeda motor serta hal tersebut menurutnya mencerminkan pergeseran kelas ekonomi pembeli. Selain itu, Mbak I menyampaikan bahwa mayoritas konsumennya berasal dari kelompok usia di atas 38 tahun. Ia menilai kelompok usia tersebut masih memiliki kedekatan emosional dan kebiasaan konsumsi terhadap makanan tradisional.

“Kalau anak muda jarang, yang beli biasanya sudah berumur. Mereka masih suka makanan tradisional.”

Temuan ini memperlihatkan bahwa pasar Semanggi saat ini didominasi generasi menengah ke atas, sementara regenerasi konsumen belum terbentuk secara optimal. Kondisi ini berpotensi menjadi ancaman keberlanjutan jangka panjang apabila tidak diimbangi dengan strategi menarik minat generasi muda.

Penjual Semanggi Muda Berbasis Digital (Mbak II):

Berbeda dengan narasumber sebelumnya, Mbak II merupakan penjual Semanggi muda yang secara aktif memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana promosi. Informan menggunakan konten video untuk: Menampilkan proses pembuatan Semanggi, Memperkenalkan nilai keunikan Semanggi Suroboyo, Menjangkau konsumen usia muda. Strategi ini terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk di ruang digital. Pendekatan Mbak II mencerminkan transformasi pola pemasaran kuliner tradisional, dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis konten digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi pemasaran, bukan perubahan resep, menjadi pintu masuk utama bagi regenerasi konsumen kuliner tradisional.

Penjual Semanggi Senior (Mbak III):

Mbak III merupakan penjual Semanggi yang telah menjalankan usaha selama puluhan tahun. Ia memberikan perspektif historis mengenai dinamika penjualan Semanggi dari masa ke masa. Menurutnya, perubahan selera masyarakat dan maraknya makanan modern menyebabkan: penurunan jumlah penjual semanggi, berkurangnya lokasi berjualan, menyusutnya permintaan pasar. Meski demikian, ia menegaskan komitmennya untuk tetap menjual Semanggi Suroboyo autentik, tanpa mengubah resep tradisional.

“Saya tetap jual Semanggi asli Surabaya, meskipun pembeli tidak sebanyak dulu.”

Sikap ini mencerminkan bentuk ketahanan budaya (*cultural resilience*), di mana aktivitas ekonomi sekaligus menjadi praktik pelestarian warisan kuliner.

Perspektif Konsumen

Wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa keberadaan Semanggi Suroboyo tidak hanya dinilai dari aspek rasa, tetapi juga memuat dimensi emosional, ekonomi, dan nilai budaya.

Konsumen Lanjut Usia:

Seorang konsumen lanjut usia mengungkapkan bahwa Semanggi Suroboyo memiliki makna simbolik yang kuat sebagai bagian dari memori masa kecil. Baginya, Semanggi bukan sekadar makanan, melainkan: representasi identitas lokal, pengingat kehidupan sosial surabaya tempo dulu, simbol kesinambungan budaya keluarga. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa nostalgia dan ikatan

emosional menjadi faktor utama dalam mempertahankan konsumsi makanan tradisional (Setyowati, 2016).

Konsumen Profesional Muda:

Seorang profesional muda memandang Semanggi dari sudut pandang yang lebih pragmatis. Ia menilai Semanggi sebagai: makanan yang mengenyangkan, harga terjangkau, cocok dengan keterbatasan anggaran. Pandangan ini menunjukkan bahwa makanan tradisional masih relevan bagi konsumen modern apabila mampu memenuhi rasionalitas ekonomi, bukan semata nilai budaya.

Ibu Rumah Tangga (55 Tahun):

Seorang ibu rumah tangga berusia 55 tahun dengan tiga anak menegaskan bahwa pertimbangan utama dalam memilih makanan adalah: rasa yang enak dan harga yang tidak mahal. Semanggi Suroboyo dinilai memenuhi kedua kriteria tersebut. Hal ini menempatkan Semanggi sebagai kuliner fungsional keluarga, bukan hanya makanan nostalgia.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa: Penjual menghadapi penurunan minat generasi muda, Konsumen utama masih didominasi usia menengah dan lanjut, Inovasi pemasaran digital menjadi strategi paling potensial, Nilai budaya, nostalgia, dan harga terjangkau menjadi kekuatan utama Semanggi Suroboyo. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan Semanggi sebagai warisan kuliner tidak cukup hanya mengandalkan tradisi, tetapi memerlukan adaptasi strategi ekonomi, promosi, dan regenerasi pasar.

Tabel 1. Bagan Hasil Penelitian

Komponen	Temuan Utama	Interpretasi
Warisan dan Sejarah Semanggi	Semanggi adalah kuliner tradisional Surabaya yang terkait erat dengan sejarah perjuangan.	Semanggi memiliki nilai sejarah dan budaya yang kuat sebagai bagian dari identitas kota Surabaya.
Strategi Pelestarian	Modernisasi kemasan, penyajian, pemasaran; pelatihan pengemasan dan distribusi oleh pemerintah.	Diperlukan inovasi dan dukungan pemerintah agar semanggi dapat bertahan dan dikenal secara luas.
Identitas Budaya dan Peran Komunitas	Pelaku usaha turun temurun, adanya perjuangan konservasi dan ekspansi, peran penting perempuan.	Pelestarian kuliner bergantung pada pelaku budaya lokal yang aktif dan terorganisir.
Hambatan	Persaingan dengan makanan siap saji dan makanan asing yang semakin digemari masyarakat.	Ancaman pada kelangsungan kuliner tradisional yang harus diatasi dengan strategi pemasaran efektif.
Dukungan Pemerintah dan Edukasi	Pemerintah perlu memfasilitasi lokasi khusus, edukasi kesehatan, dan pemasaran yang terintegrasi.	Peran aktif pemerintah sebagai fasilitator memegang kunci keberhasilan pelestarian semanggi.

Sumber: Olah data penelitian, 2025



Gambar 1. Lapak Kuliner Lokal, Semanggi, Surabaya

Sumber: Dokumentasi penelitian, 2025

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semanggi Surabaya tidak hanya diposisikan sebagai produk pangan tradisional, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya lokal yang memiliki nilai historis dan sosial bagi masyarakat Surabaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setyowati (2016) menyatakan bahwa kuliner tradisional memiliki fungsi ganda, yakni sebagai konsumsi pangan sekaligus simbol memori kolektif dan identitas budaya masyarakat setempat. Dalam konteks ini, Semanggi Suroboyo berperan sebagai medium pewarisan nilai budaya lintas generasi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keberlangsungan usaha Semanggi saat ini menghadapi tantangan serius berupa menurunnya minat generasi muda dan pergeseran pola konsumsi masyarakat ke arah makanan modern dan instan. Hasil ini memperkuat temuan Pratiwi dan Handoyo (2019) dalam jurnal pariwisata dan budaya yang menyimpulkan bahwa sebagian besar kuliner tradisional di perkotaan mengalami penurunan konsumsi akibat dominasi makanan cepat saji, kemudahan akses digital, serta perubahan gaya hidup masyarakat urban. Fenomena tersebut menempatkan Semanggi dalam posisi rentan apabila tidak diikuti dengan strategi adaptasi yang relevan dengan perkembangan zaman.

Dari perspektif pelaku usaha, penelitian ini mengungkap adanya ketergantungan pada konsumen usia menengah dan lanjut, serta terbatasnya regenerasi pasar. Temuan ini konsisten dengan penelitian Sari et al. (2020) yang menjelaskan bahwa konsumen utama kuliner tradisional umumnya berasal dari kelompok usia di atas 35 tahun, yang masih memiliki keterikatan emosional terhadap makanan lokal. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan kuliner tradisional sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam membangun kembali minat generasi muda sebagai konsumen baru.

Menariknya, hasil penelitian ini juga menemukan munculnya strategi adaptif berbasis digital, khususnya melalui pemanfaatan media sosial seperti TikTok oleh penjual Semanggi generasi muda. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wibowo dan

Nugroho (2021) yang menegaskan bahwa digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya tarik kuliner tradisional, terutama melalui visualisasi proses produksi, narasi sejarah, dan konten berbasis storytelling budaya. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam pemasaran lebih efektif dibandingkan perubahan substansi resep, karena tetap menjaga keaslian kuliner sebagai warisan budaya.

Selain aspek pemasaran, penelitian ini menegaskan pentingnya peran komunitas dan perempuan dalam menjaga keberlanjutan Semanggi Surabaya. Hasil ini mendukung penelitian Rahmawati (2018) dalam jurnal yang menyatakan bahwa pelestarian kuliner tradisional di Indonesia sebagian besar ditopang oleh usaha keluarga turun-temurun, dengan perempuan sebagai aktor utama dalam produksi, distribusi, dan transmisi pengetahuan kuliner. Dengan demikian, pelestarian Semanggi tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga menyangkut keberlanjutan sosial dan gender. Dari sisi konsumen, penelitian ini menemukan bahwa faktor nostalgia, keterjangkauan harga, dan cita rasa masih menjadi alasan utama dalam mengonsumsi Semanggi. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian Putri dan Santoso (2020) yang menyimpulkan bahwa loyalitas terhadap makanan tradisional terbentuk melalui kombinasi nilai emosional dan nilai fungsional. Artinya, makanan tradisional akan tetap relevan apabila mampu memenuhi kebutuhan rasa sekaligus pertimbangan ekonomi masyarakat.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai budaya Semanggi belum sepenuhnya dikapitalisasi secara optimal sebagai daya tarik wisata kuliner. Hal ini sejalan dengan penelitian Utami et al. (2022) yang menegaskan bahwa lemahnya dukungan infrastruktur, keterbatasan fasilitas penjualan, serta minimnya integrasi kuliner tradisional dalam kebijakan pariwisata kota menjadi kendala utama pengembangan culinary heritage di daerah perkotaan.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa hasil penelitian memiliki kesesuaian kuat dengan penelitian terdahulu, sekaligus memperluas pemahaman bahwa keberlanjutan kuliner tradisional seperti Semanggi Surabaya memerlukan pendekatan multidimensi yang mencakup aspek budaya, ekonomi, sosial, dan digitalisasi pemasaran. Dengan pendekatan tersebut, Semanggi berpotensi menjadi simbol warisan kuliner sekaligus penggerak ekonomi lokal yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

KESIMPULAN

Dalam penelitian mengungkapkan bahwa makanan semanggi memiliki potensi besar sebagai salah satu kekayaan kuliner tradisional Surabaya yang layak dilestarikan dan dikembangkan. Melalui pendekatan strategi deskriptif, peneliti berusaha menggambarkan secara mendalam tentang keberadaan, proses pembuatan, serta keunikan makanan semanggi sehingga dapat menarik perhatian masyarakat dan wisatawan untuk lebih mengenal serta melestarikan warisan budaya ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa semanggi bukan hanya sekadar makanan biasa, melainkan sebuah identitas budaya yang memiliki nilai historis dan simbolis bagi

masyarakat Surabaya. Keberadaan semanggi yang khas dan rasa yang menggugah selera mampu menjadi daya tarik tersendiri jika dikemas dengan strategi promosi yang tepat. Penulis menekankan pentingnya melakukan deskripsi yang lengkap dan menarik agar masyarakat luas, termasuk generasi muda, dapat memahami dan merasa bangga terhadap kuliner tradisional ini.

Selain itu berbagai strategi yang dapat diterapkan untuk melestarikan semanggi sebagai kuliner khas Surabaya. Di antaranya adalah peningkatan promosi melalui media sosial dan platform digital, pengembangan variasi menu berbasis semanggi agar lebih menarik dan inovatif, serta edukasi kepada masyarakat tentang sejarah dan keunikan makanan ini. Dengan strategi deskriptif yang efektif, diharapkan semanggi tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Lebih jauh, peneliti menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha kuliner, dan komunitas lokal dalam menjaga keberlanjutan makanan semanggi. Dengan pendekatan yang humanis dan edukatif, masyarakat dapat lebih menghargai dan melestarikan warisan budaya kuliner ini agar tidak punah tergantikan oleh tren modern.

Secara keseluruhan, artikel ini menunjukkan bahwa strategi deskriptif merupakan langkah penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan makanan tradisional seperti semanggi. Melalui gambaran yang detail dan mengena, diharapkan makanan ini dapat terus hidup, berkembang, dan menjadi bagian dari identitas budaya Surabaya yang khas dan beragam. Dengan demikian, pelestarian kuliner tradisional ini tidak hanya memperkaya khazanah budaya, tetapi juga memberi manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwena, B., Hendrawan, A., & Sari, M. R. K. A. (2021). Perancangan photobook untuk melestarikan kuliner pecel semanggi khas Kota Surabaya. *Artika*, 5(1), 65–75. <https://doi.org/10.34148/artika.v5i1.321>
- Afrisia, R. S. (2015, July 15). Semanggi, kuliner “keberuntungan” Surabaya yang nyaris punah. *CNN Indonesia*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak.
- Ardika, I. W. (2015). Warisan budaya dan pariwisata. *Jurnal Kajian Bali*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.24843/JKB.2015.v05.i02.p01>
- Asprilianawati, A. (2012). *Pengembangan potensi kawasan objek wisata alam pemandian air panas di Desa Guci Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal* (Bachelor’s thesis). Universitas Negeri Semarang.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2018). *Metodologi penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak.

- Gunawan, R., Yuwono, E. C., & Mardiono, B. (2017). Perancangan desain kemasan semanggi instan merek "Kampung Semanggi" sebagai oleh-oleh khas Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(10), 1–16.
- Handoyo, E., & Pratiwi, R. (2019). Pelestarian makanan tradisional sebagai identitas budaya lokal. *Jurnal Humaniora*, 31(3), 245–256. <https://doi.org/10.22146/jh.v31i3.48765>
- Hardjati, S., Prathama, A., & Wahyudi, K. E. (2019). Potret pemberdayaan perajin batik semanggi di Kota Surabaya dalam perspektif good governance. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 1–10.
- Kurniawati, F., & Gunansyah, G. (2019). Semanggi Suroboyo Desa Kendung Benowo– Surabaya sebagai sumber belajar berbasis etnopedagogi di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 10(2), 143–152.
- Kusumah, A. H. G., Abdullah, C. U., Turgarini, D., Ruhimat, M., Ridwanudin, O., & Yuniawati, Y. (2020). Promoting creative tourism: Current issues in tourism research. In *Proceedings of the 4th International Seminar on Tourism (ISOT 2020)* (pp. 112–118). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200521.024>
- Pratiwi, D. A., & Handoyo, P. (2019). Eksistensi kuliner tradisional di tengah budaya konsumsi masyarakat perkotaan. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 10(1), 45–56.
- Putri, A. R., & Santoso, B. (2020). Preferensi konsumen terhadap makanan tradisional di tengah perkembangan kuliner modern. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(2), 120–132. <https://doi.org/10.22146/jpt.55432>
- Rahmawati, D. (2018). Peran perempuan dalam pelestarian kuliner tradisional berbasis kearifan lokal. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(1), 55–66. <https://doi.org/10.25077/jantro.v20.n1.p55-66.2018>
- Saleh, N. J., & Soediro, M. (2017). Serbuk semanggi sebagai minuman herbal. *Teknobuga: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 4(1), 14–21.
- Sari, D. P., Nurhayati, A., & Hadi, S. (2020). Strategi pengembangan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata budaya. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(1), 45–60. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i1.114>
- Setyowati, D. (2016). *Semanggi sebagai identitas kolektif masyarakat Kota Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Turgarini, D., Pridia, H., & Soemantri, L. L. (2021). Gastronomic tourism travel routes based on Android applications in Ternate City. *The Journal of Gastronomy Tourism*, 8(2), 57–64. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i2.39124>

Utami, N. W. A., Suardana, I. W., & Sendra, I. M. (2022). Culinary heritage sebagai penguat pariwisata budaya perkotaan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9(1), 77–92. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v09.i01.p05>

Wibowo, A., & Nugroho, S. (2021). Digital marketing kuliner tradisional berbasis media sosial. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 3(2), 101–113. <https://doi.org/10.26740/jeki.v3n2.p101-113>

Yulianti, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 20(2), 189–203. <https://doi.org/10.21002/jepi.v20i2.1187>