

Analisis Potensi Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Ekowisata Mangrove di Surabaya: Studi Kualitatif Deskriptif

Ni Luh Melani Cadoret, Yumiko Soukotta, Tabita Priscilla Alfianti Barada, Steven Nathanael Wong, Jason Andrean Suryanto, Irra Chrisyanti Dewi, Victor Kurniawan Yuwono
Program Studi Pariwisata-Bisnis Kuliner, Universitas Ciputra Surabaya
nluhmelani@student.ciputra.ac.id, ysoukotta@student.ciputra.ac.id, tpriscilla@student.ciputra.ac.id,
snathanael@student.ciputra.ac.id, jandrean@student.ciputra.ac.id, irra.dewi@s.ciputra.ac.id, victor.yuwono@ciputra.ac.id

Abstrak

Pengembangan pariwisata berkelanjutan menuntut integrasi antara daya tarik alam, pemberdayaan masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal. Salah satu elemen strategis dalam konteks tersebut adalah kuliner lokal yang berperan sebagai bagian dari pengalaman wisata sekaligus pembentuk identitas destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi kuliner lokal berbasis mangrove sebagai pendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kebun Raya Mangrove Surabaya, serta merumuskan strategi pengembangannya dalam kerangka penguatan identitas gastronomi Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam terhadap wisatawan, serta studi dokumentasi dan literatur. Data dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola persepsi wisatawan, kondisi aktual fasilitas kuliner, dan potensi produk berbasis mangrove. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan aktivitas kuliner di KRMS belum dikelola secara optimal, ditandai dengan keterbatasan kios yang beroperasi, rendahnya kenyamanan area makan, serta minimnya branding dan promosi kawasan. Produk khas berbasis mangrove memiliki potensi sebagai identitas gastronomi lokal, namun belum terintegrasi dalam area kuliner utama dan belum dikenal luas oleh wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kuliner mangrove belum menjadi motivasi utama kunjungan, tetapi memiliki peluang besar sebagai daya tarik tematik tambahan. Penelitian ini merekomendasikan strategi pengembangan kuliner mangrove yang terintegrasi melalui peningkatan fasilitas ramah lingkungan, kurasi gastronomi berbasis bahan lokal, penguatan branding “Kuliner Mangrove Surabaya”, serta optimalisasi promosi digital dan kolaborasi UMKM. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan kajian pariwisata berkelanjutan dan identitas gastronomi berbasis ekosistem, sementara secara praktis memberikan rujukan kebijakan bagi pengelola destinasi dan pemerintah daerah.

Kata kunci: Pariwisata Berkelanjutan, Kuliner Lokal, Gastronomic Identity, Kebun Raya Mangrove Surabaya.

1. Latar Belakang

Pengembangan pariwisata berkelanjutan semakin menekankan integrasi antara daya tarik alam, pemberdayaan masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal. Salah satu elemen strategis yang penting dalam pengembangan pariwisata adalah kuliner lokal, yang tidak hanya menjadi bagian integral dari pengalaman wisata, tetapi juga sebagai sarana pelestarian identitas budaya dan pendorong ekonomi masyarakat setempat.[7] Kuliner lokal, khususnya yang berbasis bahan alami, berperan vital dalam membentuk identitas gastronomi suatu destinasi, termasuk Surabaya.

Kebun Raya Mangrove Surabaya, sebagai destinasi wisata alam perkotaan, menawarkan potensi besar untuk mengembangkan kuliner lokal berbasis ekosistem mangrove. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang konservasi, tetapi juga sebagai ruang edukasi dan rekreasi, yang telah menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara. Keindahan lanskap mangrove, keberagaman hayati, serta berbagai fasilitas penunjang menjadikannya sebagai objek wisata yang penting di Surabaya.[9] Namun, meskipun kawasan ini memiliki potensi wisata alam yang kuat, kuliner lokal yang berbasis mangrove belum dimanfaatkan secara optimal sebagai daya tarik utama. Sejauh ini, kuliner mangrove seperti sirup mangrove dan olahan buah lindur belum menjadi bagian integral dari pengalaman wisata, dan belum dioptimalkan sebagai elemen identitas gastronomi Surabaya.

Surabaya dikenal memiliki identitas gastronomi yang kuat melalui kuliner khas seperti rawon, lontong balap, rujak cingur, dan semanggi. Kuliner ini telah menjadi simbol budaya dan daya tarik wisata perkotaan. Namun, identitas gastronomi Surabaya sebagian besar masih berfokus pada kuliner perkotaan dan kurang mengakomodasi potensi kuliner berbasis ekosistem alam, seperti yang dapat ditemukan di Kebun Raya Mangrove Surabaya. Hal ini, menciptakan kesenjangan antara narasi *gastronomic identity* Surabaya yang telah mapan dan potensi kuliner berbasis alam yang berkembang di kawasan ekowisata ini. Sebagian besar penelitian yang ada lebih menekankan pada kuliner tradisional kota dan wisata kuliner perkotaan, sementara kajian mengenai integrasi kuliner berbasis mangrove dengan identitas gastronomi kota dan pariwisata berkelanjutan masih sangat terbatas.

Research gap dalam penelitian ini terletak pada belum adanya kajian yang secara komprehensif menganalisis potensi kuliner berbasis mangrove sebagai bagian dari penguatan identitas gastronomi Surabaya, khususnya dalam konteks destinasi ekowisata perkotaan. Belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana persepsi wisatawan, kondisi fasilitas kuliner, serta strategi *branding* dan promosi dapat disinergikan untuk membentuk identitas gastronomi baru berbasis ekosistem mangrove yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi kondisi fasilitas kuliner yang ada, menggali potensi produk kuliner berbasis mangrove, serta merumuskan strategi pengembangan kuliner tersebut dalam rangka memperkuat identitas gastronomi Surabaya yang berbasis ekosistem alam.

Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, kuliner lokal dapat memperkuat pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan jika dikembangkan dengan prinsip keberlanjutan. Kuliner yang dikelola dengan baik dan mengintegrasikan bahan lokal dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengalaman wisatawan serta mendukung pemberdayaan ekonomi lokal.[10] Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan kuliner mangrove sebagai daya tarik wisata yang tidak hanya menawarkan pengalaman gastronomi, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan kelestarian budaya setempat.

Berdasarkan kondisi dan kesenjangan penelitian tersebut, pengembangan kuliner lokal di Kebun Raya Mangrove Surabaya menjadi isu penting yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi kuliner berbasis mangrove sebagai elemen penting dalam penguatan identitas gastronomi Surabaya dan pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap pengelolaan destinasi wisata berbasis ekosistem, dengan mengintegrasikan kuliner sebagai elemen utama dalam pengalaman wisatawan yang holistik dan berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang terjadi di Kebun Raya Mangrove Surabaya, terutama terkait dengan potensi kuliner lokal sebagai bagian dari pengembangan wisata berkelanjutan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi aktual dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika yang ada di lapangan.

Penelitian ini dilakukan di Kebun Raya Mangrove Surabaya, yang terletak di kawasan ekowisata mangrove. Pengambilan data dilakukan pada bulan November 2025, dengan lokasi yang dipilih berdasarkan potensi pengembangan wisata kuliner lokal berbasis mangrove di area tersebut.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima wisatawan yang mengunjungi Kebun Raya Mangrove Surabaya, yang dipilih secara *purposive* berdasarkan pengalaman mereka mengunjungi kawasan tersebut. Profil dan jumlah informan yang terlibat dijabarkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Informan

Nama Informan	Usia	Jenis Kelamin	Status	Frekuensi Kunjungan
W1	19	Perempuan	Mahasiswa	1 kali
W2	19	Laki-laki	Mahasiswa	1 kali
W3	20	Laki-laki	Mahasiswa	1 kali

W4	19	Perempuan	Mahasiswa	1 kali
W5	19	Perempuan	Mahasiswa	1 kali

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama:

- a. Observasi
Peneliti melakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi aktivitas wisata, kondisi fasilitas kuliner, serta potensi produk berbasis mangrove yang ada di kawasan tersebut.
- b. Wawancara Mendalam
Wawancara dilakukan dengan lima wisatawan yang mengunjungi Kebun Raya Mangrove untuk menggali pandangan, pengalaman, dan harapan mereka terhadap pengembangan wisata kuliner di kawasan tersebut.
- c. Dokumentasi
Dokumentasi dilakukan untuk merekam kondisi kawasan dan fasilitas kuliner yang ada.

Keabsahan data dijamin dengan penerapan triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi) untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi yang diperoleh. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang persepsi wisatawan terhadap fasilitas kuliner di Kebun Raya Mangrove.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik yang melibatkan enam tahap:^[1]

- a. Pengenalan Data
Membaca dan memahami data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap isi data.
- b. Pembuatan Kode Awal
Mengidentifikasi bagian-bagian data yang relevan dan memberikan kode sesuai dengan fokus penelitian.
- c. Pencarian Tema
Mengelompokkan kode-kode yang memiliki keterkaitan ke dalam tema-tema sementara.
- d. Peninjauan Tema
Menelaah kembali kesesuaian tema terhadap keseluruhan data dan memastikan bahwa tema yang terbentuk memiliki pola yang jelas.
- e. Pendefinisian dan Penamaan Tema
Merumuskan makna, batasan, dan karakteristik masing-masing tema secara lebih spesifik.
- f. Penyusunan Laporan
Menyajikan hasil analisis secara sistematis dan naratif untuk menjelaskan keterkaitan antara potensi kuliner lokal dan upaya pengembangan wisata berkelanjutan dalam ekosistem mangrove.

3. Hasil Penelitian dan Diskusi

Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan di Kebun Raya Mangrove Surabaya (KRMS), beberapa tema utama yang muncul adalah sebagai berikut:

- a. Tema 1 – Kondisi Eksisting Area Kuliner yang Masih Rendah Kelayakannya

Observasi lapangan mengungkapkan bahwa sebagian besar kios UMKM tidak beroperasi secara konsisten, dan fasilitas yang ada tidak memenuhi standar kenyamanan. Beberapa masalah yang ditemukan di antaranya adalah

tampilan kios yang sederhana dan tidak terstandarisasi, area duduk yang tidak tertata dengan baik, pencahayaan yang redup, serta minimnya papan penunjuk dan brand yang mengidentifikasi kawasan kuliner sebagai "Kuliner Mangrove." Kondisi ini mengurangi daya tarik kuliner sebagai bagian dari pengalaman wisata.^[7]

b. Tema 2 – Potensi Kuliner Lokal Ada, Tetapi Tidak Ditampilkan Secara Strategis

Produk-produk khas berbasis mangrove, seperti sirup mangrove dan keripik lindur, memiliki potensi sebagai identitas kuliner kawasan yang dapat menarik wisatawan. Keunikan bahan lokal dan potensi pemasaran produk tersebut sebagai souvenir kuliner belum dimanfaatkan dengan optimal. Penempatan produk yang terbatas pada area souvenir menyebabkan rendahnya visibilitas, sehingga wisatawan kurang menyadari keberadaannya. Hal ini, berkontribusi pada rendahnya minat wisatawan untuk membeli produk tersebut.^[8]

c. Tema 3 – Persepsi Wisatawan Positif terhadap Potensi, namun Negatif terhadap Aksesibilitas

Hasil wawancara dengan wisatawan menunjukkan tiga tema utama terkait dengan persepsi mereka terhadap kuliner di kawasan ini:

- Tema 3A: Kualitas produk dianggap enak tetapi kurang dikenal. Wisatawan baru mengetahui produk khas setelah berada di area souvenir, menunjukkan rendahnya eksposur produk tersebut di kawasan kuliner utama. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi promosi dan penempatan informasi produk kuliner masih belum terintegrasi dengan baik dalam alur kunjungan wisata.
- Tema 3B: Wisatawan membutuhkan fasilitas makan yang nyaman. Wisatawan mengharapkan area makan yang bersih, teduh, representatif, dan mudah diakses. Kondisi fasilitas yang kurang memadai berpotensi menurunkan minat wisatawan untuk berlama-lama dan menikmati kuliner di kawasan tersebut.
- Tema 3C: Kuliner bukan alasan utama berkunjung. Wisatawan menganggap daya tarik utama adalah ekosistem mangrove dan jembatan kayu, tetapi mereka menunjukkan minat untuk mencoba kuliner khas jika disajikan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa kuliner memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai daya tarik pendukung yang dapat memperkaya pengalaman wisata secara keseluruhan.

d. Tema 4 – Minimnya *Branding* dan Promosi Menghambat Daya Tarik

Penelitian ini juga menemukan bahwa minimnya *branding* dan promosi di kawasan kuliner menjadi faktor penghambat. Tidak ditemukan papan identitas kuliner yang jelas, petunjuk arah yang memadai, promosi digital, atau elemen *storytelling* yang dapat mengangkat nilai gastronomi kawasan.^[6]

e. Tema 5 – Strategi Pengembangan Kuliner Mangrove Sangat Dibutuhkan

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, beberapa strategi pengembangan kuliner mangrove yang dapat diimplementasikan adalah:

- Pengembangan fasilitas: Penataan kios yang lebih estetis dan ramah lingkungan serta peningkatan kenyamanan area makan.
- Gastronomi berbasis bahan lokal: Mengoptimalkan produk berbahan mangrove dengan kurasi menu, festival kuliner mangrove, serta penguatan *storytelling* produk di kios.
- *Branding*: Menciptakan identitas "Kuliner Mangrove Surabaya" yang mudah dikenali, dilengkapi dengan *signage* dan QR code untuk mengakses *digital story*.
- Promosi: Penggunaan media sosial dan integrasi promosi digital dengan website KRMS serta kolaborasi antar-UMKM untuk memperkuat *branding*.

Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kuliner berbasis mangrove di Kebun Raya Mangrove Surabaya (KRMS) memiliki potensi yang besar sebagai identitas gastronomi lokal. Namun, temuan menunjukkan bahwa potensi

tersebut belum teroptimalkan sepenuhnya, terutama dalam hal visibilitas dan integrasi produk kuliner dengan identitas kawasan. Berdasarkan teori *food tourism*, kuliner lokal dapat berfungsi sebagai elemen kunci dalam membentuk identitas destinasi wisata. Namun, hal ini hanya dapat terwujud jika kuliner tersebut diintegrasikan dalam pengalaman wisata secara menyeluruh dan mudah diakses oleh pengunjung.^[4]

Salah satu tantangan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah rendahnya tingkat eksposur produk kuliner berbasis mangrove, seperti sirup mangrove dan keripik lindur, di kawasan kuliner utama. Produk-produk ini sering kali tidak terlihat oleh pengunjung, bahkan ketika mereka sudah berada di kawasan wisata. Hal ini, sejalan dengan temuan yang menekankan pentingnya visibilitas produk kuliner dalam menarik perhatian wisatawan.^[7] Dengan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk kuliner tersebut, seperti dengan menempatkannya lebih strategis di area kuliner utama, kuliner mangrove berpotensi menjadi daya tarik utama yang memperkaya pengalaman wisata di KRMS.

a. Kuliner Mangrove sebagai Gastronomic Icon

Kuliner mangrove memiliki peluang besar untuk menjadi *gastronomic icon* Surabaya, yang mencerminkan keunikan lokal serta mendukung pariwisata berkelanjutan. Sebagaimana dijelaskan, *gastronomic tourism* bukan hanya tentang menikmati makanan, tetapi juga tentang merayakan identitas budaya dan lokalitas suatu destinasi.^[7] Dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal yang berkelanjutan, seperti mangrove, kuliner ini dapat menjadi simbol kekayaan alam dan budaya pesisir Surabaya. Untuk itu, pengelolaan produk kuliner ini harus dilakukan dengan pendekatan yang lebih terintegrasi, termasuk *branding* yang jelas dan promosi yang konsisten.

Namun, kuliner mangrove saat ini masih lebih berfungsi sebagai elemen sekunder, dengan pengalaman wisatawan lebih fokus pada daya tarik alam dan ekosistem mangrove. Meskipun demikian, wisatawan menunjukkan minat terhadap produk kuliner mangrove jika disajikan dengan cara yang lebih menarik dan terorganisir dengan baik. Hal ini, menunjukkan potensi besar untuk mengubah kuliner mangrove menjadi daya tarik utama melalui strategi pengembangan yang lebih komprehensif. Kuliner yang disajikan dengan baik, serta memiliki konsep yang jelas, akan meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperkuat citra destinasi.^[6]

b. Pengembangan Kuliner Mangrove dalam Wisata Berkelanjutan

Dalam konteks wisata berkelanjutan, kuliner berbasis mangrove dapat memberikan kontribusi penting terhadap ekonomi lokal sekaligus melestarikan lingkungan. Pemanfaatan mangrove sebagai bahan makanan tidak hanya memberikan nilai tambah ekonomi, tetapi juga mendukung prinsip keberlanjutan dengan memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana.^[11] Oleh karena itu, pengembangan kuliner mangrove di KRMS harus memperhatikan aspek keberlanjutan, baik dalam pengelolaan produk maupun fasilitas yang mendukung. Ini termasuk penataan ruang yang ramah lingkungan dan promosi yang mengedukasi wisatawan mengenai pentingnya konservasi mangrove.

Secara keseluruhan, kuliner mangrove di KRMS memiliki potensi yang besar sebagai bagian dari identitas gastronomi Surabaya, namun masih memerlukan pengelolaan yang lebih terintegrasi dan strategis. Dengan memfokuskan upaya pada peningkatan fasilitas kuliner, penguatan *branding*, dan promosi yang lebih efektif, kuliner mangrove dapat bertransformasi menjadi daya tarik wisata yang signifikan, sekaligus mendukung pariwisata berkelanjutan.

Selain itu, keterlibatan aktif pelaku UMKM lokal dan masyarakat sekitar menjadi faktor kunci dalam memastikan keberlanjutan pengembangan kuliner mangrove, karena mereka berperan langsung dalam produksi, pengolahan, dan penyajian produk kuliner tersebut. Dukungan dari pemerintah daerah dan pengelola KRMS juga diperlukan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyediaan infrastruktur yang memadai agar standar kualitas dan kebersihan dapat terjaga. Di sisi lain, integrasi kuliner mangrove dengan paket wisata edukatif dan ekowisata dapat meningkatkan nilai pengalaman wisatawan, sekaligus menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pelestarian ekosistem mangrove. Dengan pendekatan kolaboratif dan berkelanjutan, pengembangan kuliner mangrove tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat citra KRMS sebagai destinasi wisata berbasis lingkungan yang inovatif dan berdaya saing.

Jadi, kuliner mangrove di KRMS memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata, namun pengelolaannya masih terbatas. Kuliner mangrove belum terintegrasi secara optimal dalam pengalaman wisata dan belum menjadi

motivasi utama kunjungan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis untuk mengoptimalkan fasilitas, meningkatkan visibilitas produk, dan memperkuat branding kawasan kuliner. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan dan penguatan identitas gastronomi berbasis ekosistem.

Selain itu, temuan ini dapat menjadi dasar perumusan kebijakan dan perencanaan pengembangan kawasan wisata yang lebih terpadu, khususnya dalam mengintegrasikan aspek kuliner dengan daya tarik alam yang sudah ada. Implementasi strategi yang tepat diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, memperpanjang durasi kunjungan, serta mendorong peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM lokal. Dengan demikian, pengembangan kuliner mangrove tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap aktivitas wisata, tetapi juga sebagai elemen strategis dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkelanjutan, berdaya saing, dan berorientasi pada pelestarian lingkungan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi potensi besar kuliner berbasis mangrove di Kebun Raya Mangrove Surabaya (KRMS) sebagai daya tarik wisata yang dapat memperkuat identitas gastronomi lokal. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal, terutama karena rendahnya visibilitas produk kuliner, kurangnya integrasi produk dengan identitas kawasan, serta minimnya fasilitas dan strategi *branding* yang jelas. Meskipun KRMS menawarkan daya tarik utama berupa ekosistem mangrove, kuliner lokal belum menjadi pilar pendukung utama pengalaman wisata atau penggerak ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk kuliner cukup baik, namun wisatawan masih minim mengenal produk-produk khas seperti sirup mangrove dan keripik lindur, yang lebih sering dijual di area souvenir daripada di kios kuliner utama. Selain itu, fasilitas makan yang kurang nyaman dan minimnya promosi digital menjadi hambatan utama yang mengurangi daya tarik kuliner sebagai bagian dari pengalaman wisatawan. Kuliner mangrove belum menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk berkunjung, tetapi mereka menunjukkan minat yang besar jika produk kuliner tersebut lebih menarik dan mudah diakses. Penelitian ini berkontribusi pada kajian pariwisata berkelanjutan dengan menekankan pentingnya kuliner lokal berbasis ekosistem mangrove dalam membentuk identitas gastronomi suatu destinasi wisata. Temuan ini memperluas konsep *food tourism*, dengan menyoroti hubungan antara gastronomi, konservasi lingkungan, dan pemberdayaan UMKM lokal. Kuliner berbasis mangrove, yang sebelumnya belum banyak diteliti dalam konteks ekowisata perkotaan, kini diusulkan sebagai elemen yang dapat mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Surabaya. Selain itu, penelitian ini memperkaya metodologi analisis tematik dalam studi kuliner berbasis alam, dengan menunjukkan bagaimana persepsi wisatawan terhadap fasilitas dan produk kuliner dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara potensi dan pelaksanaan pengelolaan destinasi. Berdasarkan hasil temuan, beberapa rekomendasi kebijakan praktis yang dapat diimplementasikan adalah: 1). Pengembangan Fasilitas Kuliner Berbasis Lingkungan. Pemerintah daerah dan pengelola kawasan perlu mendorong perancangan ulang fasilitas kuliner dengan desain yang ramah lingkungan, serta memperbaiki penataan kios UMKM agar lebih estetis dan seragam. Penyediaan area makan yang lebih nyaman dan representatif juga diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Selain itu, penggunaan material berkelanjutan, pengelolaan sampah yang terintegrasi, serta pengaturan sirkulasi pengunjung yang baik dapat mendukung prinsip ekowisata dan meminimalkan dampak lingkungan. 2). Penguatan Gastronomi Berbasis Bahan Lokal Mangrove. Pemerintah daerah dan pengelola kawasan perlu merumuskan kebijakan kurasi menu berbahan dasar mangrove, seperti lindur dan daun mangrove, untuk menciptakan nilai jual unik kawasan. Penyelenggaraan festival kuliner mangrove secara berkala dan penerapan *storytelling* produk di kios kuliner dapat meningkatkan kesadaran wisatawan mengenai nilai ekologis dan sosial dari kuliner mangrove. Langkah ini juga dapat mendorong inovasi produk kuliner, meningkatkan kualitas sajian, serta memperkuat posisi kuliner mangrove sebagai bagian dari warisan gastronomi lokal. 3). Pembentukan *Branding* Kuliner Mangrove. Pengelola kawasan perlu menginisiasi identitas kolektif "Kuliner Mangrove Surabaya" sebagai *branding* utama untuk UMKM di kawasan tersebut. Branding ini harus didukung dengan *signage* yang jelas di kawasan dan pemanfaatan QR code yang dapat menghubungkan wisatawan dengan cerita digital tentang produk dan pelaku UMKM. Dengan branding yang konsisten dan mudah dikenali, kawasan kuliner di KRMS diharapkan mampu membangun citra yang kuat serta meningkatkan daya ingat wisatawan terhadap pengalaman kuliner yang ditawarkan. 4). Promosi Digital yang Terintegrasi. Strategi promosi perlu mengarahkan pada pengelolaan media sosial resmi kawasan yang terintegrasi dengan website KRMS. Selain itu, kolaborasi antar-UMKM dalam promosi bersama serta penyediaan paket produk kuliner yang terintegrasi dapat memperkuat jejaring ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing kawasan secara kolektif. Pemanfaatan konten visual, ulasan pengunjung, serta kampanye digital berbasis pengalaman wisata dapat membantu

menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas dan meningkatkan eksposur kuliner mangrove secara berkelanjutan. Penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut yang dapat mengembangkan strategi pengelolaan kuliner berbasis ekosistem mangrove di tempat lain, baik dalam konteks wisata perkotaan maupun ekowisata. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi pengaruh *branding* kuliner terhadap tingkat kunjungan wisatawan dan dampaknya terhadap ekonomi lokal, serta menyelidiki lebih lanjut keterkaitan antara kuliner dan konservasi ekosistem dalam konteks pariwisata berkelanjutan.

Referensi

1. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
2. Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). Sage Publications.
3. Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.
4. Hall, C. M., & Sharples, L. (2008). Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory. Routledge.
5. Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
6. Purnomo, E. (2019). Local Food Experience and Tourist Satisfaction in Sustainable Tourism Destination. *Journal of Tourism and Hospitality*, 8(2), 44–55.
7. Richards, G. (2012). Gastronomy and Tourism: A Global Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 17(2), 93–104. <https://doi.org/10.1002/jtr.1988>
9. Simoes, R., & Ferreira, J. (2018). *Foodscape as A Tool for Regional Development*. Tourism and Regional Development Journal, 4(1), 1-14.
10. Surabaya City Government. (2019). Laporan Pengelolaan Kebun Raya Mangrove Surabaya. Pemerintah Kota Surabaya.
11. United Nations World Tourism Organization. (2020). *Sustainable Tourism and Local Economic Development*. UNWTO.
12. Widyaningrum, S. (2021). Peran UMKM dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Daerah Pesisir. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 6(1), 11–21.
13. Yulistyo, A., & Hartati, D. (2020). Culinary Tourism as A Cultural Identity in Urban Destinations. *Journal of Urban Tourism Studies*, 5(3), 122–135.
14. Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
15. Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253– 261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>
16. UNEP & UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme & World Tourism Organization.