

STUDI PERKEMBANGAN BISNIS SPIKOE RESEP KUNO SEBAGAI PANGAN SPESIALITI KOTA SURABAYA

Birgitta Allison Kesuma¹, Anak Agung Ngurah Kenarya Dawawrata², Mellisa Erika Saleh³, Mitha Ayu Pratama Handojo⁴

¹ Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya, ballison@student.ciputra.ac.id

² Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya, aagungngurah03@student.ciputra.ac.id

³ Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya, merikasaleh@student.ciputra.ac.id

⁴ Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya, mitha.handojo@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Persepsi masyarakat sangat dibutuhkan sebagai pertimbangan dalam upaya mengklasifikasikan Spikoe Resep Kuno sebagai salah satu pangan spesialiti Kota Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi persepsi masyarakat zaman sekarang terhadap beberapa aspek Spikoe Resep Kuno diantaranya keautentikan, kekhasan bahan baku, sejarah bisnis hingga peranan produk yang berpotensi sebagai salah satu pangan spesialiti di Kota Surabaya. Terdapat salah satu oleh-oleh autentik khas Surabaya yaitu Spikoe Resep Kuno yang memiliki keterkaitan dengan *sense of place* beserta dinamika budaya Kota Surabaya. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan melakukan pengolahan data dari hasil survei pada 275 responden yang berasal atau berdomisili di Surabaya serta keduanya. Survei dilaksanakan pada bulan Maret hingga April 2024 dengan kuesioner menggunakan media Google Form. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan persepsi yang sangat positif dengan persentase lebih dari 90% dari setiap parameter yang diuji. Hal tersebut membuktikan Spikoe Resep Kuno memiliki potensi sebagai ikon kuliner Surabaya yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Parameter dengan nilai tertinggi diantaranya kemudahan membeli oleh-oleh rasa (*mean* 4,44), aroma produk (*mean* 4,41) dan identifikasi Spikoe sebagai ikon Kota Surabaya (*mean* 4,39). Data yang didapatkan memberikan bukti bahwa Spikoe Resep Kuno dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai pangan spesialiti pendukung pariwisata Kota Surabaya dan memiliki potensi pasar yang luas baik secara ekonomi maupun budaya.

Kata Kunci : Pangan spesialiti, Kota Surabaya, Spikoe Resep Kuno, *Sense of place*, Oleh-oleh

ABSTRACT

Public perception is crucial in considering the classification of Spikoe Resep Kuno as one of Surabaya's specialty foods. This study aims to evaluate contemporary public perception regarding several aspects of Spikoe Resep Kuno, including its authenticity, the uniqueness of its ingredients, business history, and its role as a potential specialty food of Surabaya. One of Surabaya's authentic souvenirs, Spikoe Resep Kuno, is closely linked to the city's sense of place and cultural dynamics. This research was conducted using a quantitative method by analyzing survey data from 275 respondents who are either residents of or currently living in Surabaya. The survey was carried out from March to April 2024 using

a questionnaire distributed via Google Forms. The results indicate a highly positive perception, with over 90% approval across all tested parameters. This finding confirms that Spikoe Resep Kuno has significant potential to be developed further as a Surabaya culinary icon. The highest-rated parameters include ease of purchasing as a souvenir (mean 4.44), product aroma (mean 4.41), and recognition of Spikoe as a symbol of Surabaya (mean 4.39). The collected data provides strong evidence that Spikoe Resep Kuno can be further developed as a specialty food of Surabaya, with broad market potential both economically and culturally.

Keywords: Specialty food, Surabaya City, Spikoe Resep Kuno, Sense of place, Souvenir

PENDAHULUAN

Surabaya merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur, yang biasa disebut dengan Kota Pahlawan. Secara geografis, Surabaya dapat dikategorikan menjadi kota dagang dikarenakan berdasarkan sejarah terdahulu, sejak Kerajaan Majapahit, Surabaya telah menjadi pelabuhan gerbang utama dikarenakan letaknya yang strategis berada di pesisir utara Pulau Jawa (Referensi). Selain berada di pesisir, wilayah Surabaya juga dilewati sungai-sungai besar seperti Sungai Wonokromo dan Sungai Kalimas yang pada zaman dahulu digunakan sebagai rute utama transportasi perdagangan yang dilengkapi dengan beberapa pelabuhan sebagai tempat singgah. Lokasi geografis yang strategis berhasil meningkatkan potensi Kota Surabaya sebagai kota dagang sekaligus meningkatkan ekonomi Kota Surabaya (Septiawan *et al*, 2022).

Pada zaman penjajahan Belanda, perkembangan ekonomi di wilayah pesisir begitu pesat sehingga menjadikan Surabaya sebagai kota dagang. Dengan adanya aktivitas dagang tersebut, memberikan dampak positif terhadap perekonomian daerah. Selain itu, berdampak juga bagi kemajuan kota tersebut dalam sektor pariwisata dan memajukan perekonomian lokal. Dengan adanya perkembangan pariwisata di Kota Surabaya, tentunya terdapat aktivitas perdagangan juga di tempat wisata tersebut (Nugroho, 2023). Sehingga setiap orang yang berwisata dapat membawa buah tangan untuk dibawa pulang atau diberikan kepada orang lain sebagai bentuk kenang-kenangan dari kota wisata tersebut. Salah satu oleh-oleh khas Kota Surabaya adalah Spikoe Resep Kuno.

Spikoe Resep Kuno merupakan salah satu oleh-oleh khas Surabaya yang telah berdiri sejak tahun 1976. Namun, dalam sejarah berdirinya usaha tersebut pernah tutup pada tahun 1982 dan baru beroperasi kembali pada tahun 2002 hingga saat ini. Spikoe Resep Kuno tersebut telah berdiri selama 22 tahun dengan menggunakan usia resep 48 tahun, hal tersebut tentunya bukan hal yang mudah. Dengan mempertahankan kekonsistenan kualitas mulai dari bahan hingga menghasilkan produk yang konsisten, Spikoe Resep Kuno dapat bertahan hingga sekarang (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Toko Spikoe Resep Kuno Setelah Renovasi pada tahun 2022

Sumber : Spikoe Resep Kuno (2022)

Awalnya, dalam sehari hanya mampu memproduksi 3 loyang hingga saat ini produksi harian Spikoe dapat mencapai 1.000 loyang per harinya. Spikoe yang dibuat tidak menggunakan bahan pengawet dan hanya diproduksi sekali dalam sehari. Sesuai dengan sejarah terbentuknya, toko Spikoe Resep Kuno dibuka karena pada masa itu toko oleh-oleh belum bervariasi hingga saat ini Spikoe Resep Kuno dapat memberikan penawaran spikue dengan pilihan berbagai varian, diantaranya adalah reguler speculaas, reguler atau spesial kismis, reguler atau special tanpa kismis

(lihat Gambar 2) dan reguler atau spesial plum. Spikoe dijual dengan harga yang bervariasi sesuai dengan varian dan ukurannya, mulai dari Rp 95.000 untuk ukuran 10 x 20 cm hingga Rp 325.000 untuk ukuran 20 x 20 cm.



Gambar 2. Spikoe Resep Kuno Varian Tanpa Kismis

Sumber : Oleh-Oleh Surabaya (2023)

Pengembangan Spikoe Resep Kuno di Kota Surabaya menjadi topik yang menarik karena mencerminkan peluang bisnis yang terus bertahan dari masa ke masa. Dalam perkembangannya, persepsi masyarakat terhadap produk lokal tidak terlepas dari dinamika budaya yang terjadi seiring dengan perubahan cara hidup, pola pikir, dan nilai-nilai sosial. Dinamika budaya ini muncul sebagai respons terhadap berbagai faktor, seperti globalisasi, kemajuan teknologi, serta perubahan preferensi konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk pangan. Pergeseran nilai terhadap produk lokal dapat terjadi ketika masyarakat mulai memahami pentingnya mempertahankan identitas budaya melalui warisan kuliner. Kesadaran ini semakin meningkat seiring dengan tren konsumsi yang mengarah pada apresiasi terhadap produk tradisional yang memiliki sejarah panjang dan nilai otentik. Selain itu, dalam era modern, terdapat dorongan kuat untuk mendukung usaha lokal yang mampu mempertahankan cita rasa khas serta kualitas produk yang sesuai dengan standar saat ini.

Perubahan persepsi masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh aspek historis produk Spikoe Resep Kuno, tetapi juga terdapat faktor lain seperti keautentikan bahan baku, citra bisnis yang dibangun, serta strategi penjualan yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana masyarakat zaman sekarang memandang

keotentikan Spikoe Resep Kuno, bagaimana mereka menilai penggunaan bahan baku dalam menjaga kualitas produk, serta sejauh mana sejarah bisnis dan pola penjualan yang diterapkan berkontribusi dalam membentuk persepsi terhadap produk ini. Dengan memahami aspek-aspek tersebut secara mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai potensi pengembangan Spikoe Resep Kuno sebagai salah satu pangan spesialiti yang memiliki daya tarik kuat dalam mendukung pariwisata di Kota Surabaya.

KAJIAN LITERATUR

Specialty Food

Specialty food atau juga biasa disebut pangan spesialiti merupakan suatu produk pangan yang memiliki kualitas spesifik yang lebih tinggi dibandingkan dengan makanan pada umumnya. Dalam dua puluh tahun terakhir, pangan spesialiti berkembang karena diduga dapat membantu menjunjung nilai ekonomi warga lokal dengan mengangkat kultur daerah dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

Tujuan terpenting dari pangan spesialiti adalah produk pangan yang dapat memenuhi kebutuhan dari pembeli, wisatawan dan warga sekitar. Bagi wisatawan, pangan spesialiti bertujuan untuk menciptakan pengalaman dan emosi yang berbeda serta dapat menarik wisatawan untuk membeli sebagai oleh-oleh. Bagi warga lokal, pangan spesialiti penting untuk menciptakan produk yang unik baik dari segi harga maupun kualitas yang kelak berhubungan dengan gaya hidup pembeli. Berdasarkan dengan karakteristik yang unik, pangan spesialiti berperan dalam memuaskan konsumen namun untuk menjadikan konsumen sebagai pelanggan tetap dapat menjadi suatu tantangan bagi penjual pangan spesialiti (Suhartanto *et al.*, 2018).

Heritage Food

Heritage food Indonesia adalah cerminan warisan budaya yang terdapat dalam seluruh nusantara. Makanan tersebut cenderung merujuk pada makanan tradisional yang erat dengan hubungan

budaya nusantara. Selain itu, makanan tradisional dapat memberikan identitas lokal dari berbagai daerah di Indonesia (Dominique *et al.*, 2024). Salah satu contohnya di daerah Jawa Timur, khususnya Kota Surabaya terdapat oleh-oleh khas yaitu Spikoe Resep Kuno. Oleh-oleh tersebut termasuk dalam *heritage food* Kota Surabaya dikarenakan resep dan cara pengolahannya yang sudah turun temurun. Selain itu, terdapat juga variasi rasa dan tekstur yang ditawarkan menjadi salah satu ciri khas dari *heritage food*.

Pada pengaplikasiannya Spikoe seringkali dijadikan kebudayaan dalam perayaan tahun baru imlek dengan makna kue yang berlapis-lapis akan memberikan rezeki yang berlapis-lapis dan terus menerus. Dengan adanya Spikoe Resep Kuno dapat membantu melestarikan *heritage food* dengan adanya resep tradisional yang turun temurun. Tidak hanya itu, *heritage place* juga dicerminkan dengan adanya daya tarik wisatawan baik domestik maupun internasional.

Sense of Place

Sense of place adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh manusia terhadap suatu tempat. Secara konseptual setiap tempat mempunyai elemen esensial yang khas dan tidak dapat terpisahkan diantaranya adalah batas, ambang batas, sistem tempat, karakter tempat, identitas dan orientasi, serta *genius loci*. Batas yang dimaksud merupakan batasan secara geografis yang membedakan suatu wilayah tempat dengan tempat yang lainnya. Ambang batas meliputi batasan penangkapan stimulus dari panca indera manusia untuk mengidentifikasi dan mengeluarkan emosi terhadap suatu tempat atau terhadap eksistensi suatu tempat.

Element selanjutnya adalah sistem tempat yang memiliki hubungan dengan arsitektur dan lanskapnya. Keduanya berhubungan untuk menciptakan pandangan, serta arah dan ritme mempermudah pemahaman mengenai sistem tempat secara spesifik. Karakter tempat meliputi fungsi waktu dan material atau sistem pembentuk tempat. Identitas dan orientasi berperan menciptakan citra secara visual terhadap suatu tempat yang

berpengaruh dengan *sense of place* yang dimunculkan manusia-manusia. Aspek yang terakhir adalah *genius loci* atau *the spirit of place*, berhubungan dengan sejarah yang terkenang pada suatu tempat yang menyimpan asal usul atau peristiwa menarik dari tempat tersebut. *Sense of place* dihasilkan dari interaksi antara manusia dengan ruang sehingga menciptakan suatu relasi. Kelima aspek berpengaruh dalam membangun perspektif manusia untuk mengingat suatu tempat yang dapat menciptakan suatu memori (Wardhani *et al.*, 2022).

Dinamika Budaya

Dinamika budaya secara umum dalam suatu daerah sangat beragam, mulai dari etnis, suku, serta budaya sesuai dengan daerahnya. Keragaman budaya yang terdapat dalam suatu daerah bergantung pada kebudayaan dari kelompok populasi. Salah satu contohnya kebudayaan yang dilestarikan dengan adanya *sustainable tourism* yang memberikan dampak dalam bidang sosial-ekonomi, budaya, serta lingkungan dengan memaksimalkan pariwisata (Matiku *et al.*, 2021).

Seiring dengan berkembangnya zaman, pandangan terhadap budaya yang perlu dilestarikan mengalami pergeseran sesuai dengan gaya tiap generasi. Dahulu, spiku dinilai sebagai makanan wajib khususnya bagi etnis Tionghoa pada saat perayaan tahun baru imlek. Sehingga hingga saat ini generasi muda mengasumsikan bahwa spiku merupakan makanan wajib saat perayaan tersebut. Selain itu, dengan adanya kenaikan pasokan bahan baku akan mempengaruhi nilai jual dari Spikoe Resep Kuno. Perkembangan zaman tersebut juga mendorong Spikoe Resep Kuno yang awalnya hanya memiliki satu varian rasa menjadi beberapa varian rasa yang ditawarkan sesuai dengan selera konsumen, adanya kemajuan tren kuliner.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada mengetahui persepsi masyarakat, khususnya warga Kota Surabaya terhadap Spikoe Resep Kuno sebagai pangan spesialiti Kota Surabaya. Data tersebut

didapatkan dengan metode kuesioner yang disebar melalui media digital. Data yang digunakan terdapat data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang didapatkan. Sedangkan, untuk data sekunder dalam penelitian ini adalah studi jurnal, artikel, berita, dan sumber lain terkait Spikoe Resep Kuno yang dapat melengkapi analisis data sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang tervalidasi dan dapat dipertanggung jawabkan.

Metode sampling responden dalam penelitian yang dilakukan, terbagi menjadi 3 kategori asal dan domisili yaitu asal Surabaya, domisili Surabaya; asal Surabaya, domisili Non-Surabaya; dan asal Non-Surabaya, domisili Surabaya dengan tujuan untuk mengetahui potensi masyarakat yang membeli oleh-oleh berasal dari mana saja dan apakah Spikoe Resep Kuno termasuk oleh-oleh yang dianggap khas Kota Surabaya.

Tahap Pembuatan Kuesioner

Kuesioner dibuat dengan menggunakan media Google Form dan menggunakan Skala Likert sebagai landasan pada pengujian statistik. Kuesioner dapat diakses pada link <https://forms.gle/DSTkjc6eRqBU4fveA>.

Dalam kuesioner tersebut terdapat dua bagian utama yaitu biodata responden dan perspektif responden terhadap Spikoe Resep Kuno. Serta ditambahkan 2 *response item*, *response item* bertujuan untuk menyortir respon bias dari responden yang tidak mengisi kuesioner dengan hati-hati dan seksama. Kriteria responden yang dicari adalah warga Surabaya yang mengetahui mengenai Spikoe Resep Kuno.

Tahap Pretest Kuesioner

Pada tahap awal kuesioner dilakukan pretest kuesioner kepada 31 responden dengan media Google Form. Tujuan dari pretest adalah untuk menguji validitas dan reliabilitas item-item kuesioner. Berdasarkan taraf nilai signifikan 5% 0.361 dan 1% 0.463 diketahui bahwa setiap item berada diatas taraf signifikan sehingga memenuhi syarat validitas. Sedangkan, untuk menguji reliabilitas digunakan Cronbach's Alpha dan diperoleh hasil

0.781. Menurut Tavakol & Dennick (2011) dalam Krisbianto *et al.* (2023), nilai Cronbach's Alpha yang bisa diterima untuk reliabilitas adalah antara 0,70 hingga 0,95. Sehingga pada pengujian ini nilai reliabilitasnya masih masuk ke dalam rentang yang masih dapat digunakan. Hasil dari pretest ini menunjukkan bahwa kuesioner sudah siap untuk disebar kepada responden secara menyeluruh.

Tahap Pengumpulan Data

Pengambilan data berlangsung selama tiga minggu, yaitu 19 Maret hingga 2 April 2024. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dikalkulasikan menggunakan *Sample Size Calculator* yang diakses dari <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html> dengan ketentuan jumlah populasi tidak terbatas, *confidence level* 90%, *margin of error* 5%, dan *population proportion* 50%, alhasil jumlah minimal responden yang didapatkan berjumlah 273 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan link di media digital.

Sebanyak 318 responden mengisi kuesioner menggunakan Google Form. Namun terdapat 43 responden yang tereliminasi dikarenakan kuesioner tidak terisi secara lengkap atau instruksi pada *response item* yang diberikan tidak dijawab dengan benar. Jumlah akhir kuesioner yang layak untuk dilanjutkan dan diolah datanya sebanyak 275 buah.

Tahap Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 22. Data diolah menggunakan *Pearson Correlation* untuk mengetahui validitas dari butir-butir angket. Setiap parameter dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi (r) lebih besar dari nilai kritis pada tabel r pada taraf signifikansi 1%. Berdasarkan nilai kritis pada r tabel untuk N sebesar 275 adalah 0,195 pada taraf signifikansi 1% dan 0,259 pada taraf signifikansi 1%. Pada setiap butir-butir angket menunjukkan hasil r hitung yang berada di atas 0,259 sehingga diketahui bahwa setiap butir angket valid pada taraf signifikansi 1%.

Selain itu dilakukan pengujian reliabilitas terhadap butir-butir angket dengan menggunakan analisis Cronbach's

Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang didapatkan pada angket ini adalah 0.933 dari 22 butir angket yang tersedia. Menurut Krisbianto *et al.* (2023) nilai Cronbach's Alpha yang bisa diterima adalah antara 0,70 hingga 0.95, sehingga nilai ini dapat memenuhi syarat reliabilitas.

PEMBAHASAN

Demografi Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, serta asal dan domisili. Tabel 1. menyajikan informasi mengenai deskripsi dan karakteristik responden berdasarkan hasil pengolahan data demografi. Pada Tabel 1. untuk mempermudah pemahaman, kategori asal dan domisili responden dikelompokkan menjadi tiga kategori utama. Kategori pertama adalah responden yang berasal dari Surabaya dan saat ini berdomisili di Surabaya, yang merupakan kelompok dengan persentase terbanyak, yaitu 57,1%.

Kategori kedua mencakup responden yang berasal dari luar Surabaya tetapi berdomisili di Surabaya, dengan persentase sebesar 33,5%. Sementara itu, kategori ketiga mencakup responden yang berasal dari Surabaya namun saat ini tinggal di luar Surabaya, dengan persentase sebesar 9,5%. Pembagian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana persepsi terhadap Spikoe Resep Kuno terbagi dari berbagai latar belakang responden, baik dari mereka yang tumbuh dan menetap di Surabaya maupun dari mereka yang memiliki keterkaitan dengan kota ini tetapi tinggal di tempat lain. Melalui pembagian ini, analisis dapat dilakukan secara lebih komprehensif untuk memahami bagaimana faktor asal dan domisili mempengaruhi persepsi subjektif dan objektif terhadap produk Spikoe Resep Kuno berdasarkan berbagai butir pertanyaan yang telah dirancang dalam penelitian.

Tabel 1. Demografi Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Gender	Laki-laki	98	35,6%

	Perempuan	177	64,4%
Usia (tahun)	<17	13	4,7%
	17-21	129	46,9%
	22-30	67	24,4%
	31-40	37	13,5%
	41-60	26	9,5%
	>60	3	1,1%
Pendidikan terakhir	SMP	9	3,3%
	SMA	86	31,3%
	S1	156	56,7%
	S2	19	6,9%
	S3	7	2,5%
Asal dan domisili	Surabaya; Surabaya	157	57,1%
	Surabaya; Non-Surabaya	26	9,5%
	Non-Surabaya; Surabaya	92	33,5%

Sumber: Data olahan penelitian (2024)

Product's Perceived Quality

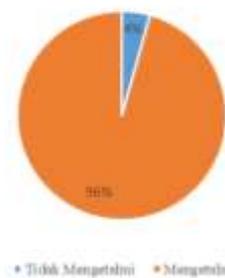
Berdasarkan gambar 3, sebesar 96% responden memiliki pengetahuan mengenai Spikoe Resep Kuno, sehingga mayoritas responden sudah mengetahui Spikoe tersebut sebagai oleh-oleh khas Kota Surabaya. Terkait kualitas Spikoe yang dianggap premium berdasarkan penilaian pada tabel 2 yang ditunjukkan dengan skor mean 4,29 dengan interpretasi sangat baik. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa terlihat potensi pada Spikoe Resep Kuno dengan adanya *image* maupun kesan yang

positif terhadap *branding* produk premium. Selain itu, pada Tabel 2. juga ditunjukkan bahwa Spikoe Resep Kuno autentik disertai dengan cara pembuatannya yang dianggap tradisional serta menggunakan resep yang turun-temurun. Spikoe Resep Kuno sudah berdiri sejak tahun 1976 dan diwariskan resepnya selama 48 tahun.

Seiring dengan berkembangnya zaman, Spikoe tersebut masing diminati masyarakat dikarenakan kualitasnya yang selalu terjaga dan terjamin, rasa dan aroma yang ditawarkan selalu konsisten disertai dengan bahan baku yang berkualitas sesuai dengan harga yang ditawarkan. *Product's Perceived Quality* merupakan evaluasi antara semua manfaat yang didapatkan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen (Wijayantiarni & Roostika, 2022). Tidak hanya dari spiku yang ditawarkan saja, tetapi Spikoe Resep Kuno memberikan kesan yang sangat positif di pandangan konsumen sehingga stigma masyarakat terhadap *brand* ini sangat bagus dan menjadi merk spiku yang dipercayai oleh konsumen. Spikoe masih dapat bertahan dan masih ramai peminat

hingga saat ini dengan adanya kesan positif dari berbagai aspek. Selain itu, Spikoe Resep Kuno merupakan spiku terbaik di Surabaya ditunjukkan dengan adanya data dari Tabel 2. yang mendapat nilai mean 4.2 dengan interpretasi sangat baik dari responden. Sehingga data tersebut dapat mendukung bahwa Spikoe Resep Kuno layak untuk disebut sebagai salah satu pangan spesialiti yang ada di Kota Surabaya.

Pengetahuan terhadap Spikoe Resep Kuno



Gambar 3. Diagram lingkaran pengetahuan responden terhadap Spikoe Resep Kuno
Sumber: Data olahan penelitian (2024)

Tabel 2. Hasil Angket Bisnis Spikoe Resep Kuno sebagai Pangan Spesialiti

Indikator	Sub Indikator	Skor Mean	Std. Deviasi	Keterangan
<i>Products Perceived Quality</i>	Memiliki kualitas premium	4.29	0.71	Sangat Baik
	Memiliki kesan positif terhadap aroma dan rasa	4.41	0.641	Sangat Baik
	Memiliki Kesan Positif terhadap sajian dan kemasan	4.28	0.655	Sangat Baik
	Kepercayaan terhadap keamanan, kesehatan dan enak	4.32	0.689	Sangat Baik
<i>Objective Authenticity</i>	Percaya menjual spikoe yang autentik	4.27	0.685	Sangat Baik
	Percaya menghargai tradisi	4.31	0.712	Sangat Baik
	Percaya menjual spikoe terbaik di Surabaya	4.2	0.713	Sangat Baik
<i>Subjective Authenticity</i>	Mengingat pada Kota Surabaya	4.24	0.788	Sangat Baik
	Mempermudah membeli oleh-oleh	4.44	0.644	Sangat Baik

	Menjual dengan harga yang masuk akal dan sesuai kualitas	4.17	0.682 Sangat Baik
	Berkontribusi meningkatkan sektor pariwisata	4.19	0.717 Sangat Baik
	Mendukung perekonomian lokal	4.22	0.776 Sangat Baik
Identifikasi	Tertarik untuk membawa Spikoe Resep Kuno sebagai buah tangan (oleh-oleh) ketika bepergian ke luar kota atau hendak kembali ke kampung halaman.	4.27	0.688 Sangat Baik
	Berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup secara fisik dan/atau emosional.	3.99	0.993 Baik
	Identik dengan Kota Surabaya	4.39	0.822 Sangat Baik
	Warisan budaya dan identitas	4.31	0.654 Sangat Baik
	Mendukung produk lokal	4.19	0.761 Sangat Baik
	Intensitas pembelian Spikoe Resep Kuno sebagai buah tangan (oleh-oleh)	3.91	0.994 Baik
Sejarah dan Warisan Budaya	Asal-usul dan sejarah pembuatan Spikoe Resep Kuno	4	0.788 Sangat Baik
	Pemahaman warisan budaya dan tradisi dalam pembuatan produk pangan spesialiti	4.16	0.835 Sangat Baik
	Sumber-sumber bahan baku utama yang digunakan dalam pembuatan Spikoe Resep Kuno	4.04	0.789 Sangat Baik
	Penggunaan metode atau teknik tradisional dalam produksi	4.21	0.749 Sangat Baik

Sumber : Data olahan penelitian (2024)

Autentisitas Produk

Konsumen menilai produk Spikoe Resep Kuno memiliki nilai yang autentik. Berdasarkan hasil angket yang disebar pada beberapa responden pada tabel 2 ditunjukkan bahwa secara obyektif dan subyektif responden nilai mean pada setiap indikator menunjukkan angka diatas 4. Melalui hasil angket ditunjukkan bahwa responden percaya bahwa Spikoe Resep Kuno menjual produk yang autentik. Terdapat pandangan masyarakat bahwa Spikoe Resep Kuno memberikan perasaan *sense of place* pada kota Surabaya. Hal ini ditunjukkan melalui indikator *Subjective Authenticity* seperti mengingatkan pada Kota Surabaya dengan nilai mean 4,24. Secara interval nilai

tersebut telah menunjukkan hasil yang sangat baik.

Autentisitas produk berperan penting dalam membentuk persepsi nilai dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen (Kotler & Keller, 2016). Menurut Oliver (1997), kepuasan pelanggan tercipta ketika persepsi terhadap kinerja suatu produk atau layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Dalam hal ini, autentisitas suatu produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mereka merasa puas dengan keputusan pembelian yang telah dilakukan (Schallehn et al., 2014). Selain itu, Zeithaml

et al. (2009) menekankan bahwa kualitas produk yang terjaga serta harga yang sesuai dengan kualitasnya merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, Aaker (1991) menyatakan bahwa merek dengan persepsi autentik dan kualitas yang konsisten mampu membangun kepercayaan yang lebih tinggi di kalangan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan loyalitas merek. Berdasarkan penelitian Julianti & Cokki (2023) menyatakan adanya hubungan antara autentisitas produk dengan kepuasan dari konsumen.

Salah satu cara untuk menjaga kepercayaan konsumen adalah untuk selalu memenuhi kepuasan konsumen. Selain itu, berdasarkan tabel 2 ditunjukkan bahwa konsumen menilai bahwa Spikoe Resep Kuno menjual produk dengan harga yang sesuai dengan kualitasnya. Menjaga kualitas tetap baik merupakan salah satu langkah yang dapat digunakan untuk memberikan pandangan yang baik pada konsumen. Oleh karena itu, menjaga autentisitas produk tidak hanya membantu mempertahankan kepuasan pelanggan tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

Sejarah dan Warisan Budaya

Terdapat respon ketertarikan terhadap sejarah perkembangan bisnis Spikoe Resep Kuno yang ditunjukkan melalui hasil angket. Ketertarikan responden terhadap asal-usul bisnis Spikoe Resep Kuno pada tabel 2 mendapatkan nilai mean 4 yang menggambarkan bahwa masyarakat memberikan respon yang sangat baik terhadap ketertarikan pada asal-usul berdirinya bisnis Spikoe Resep Kuno ini. Hal tersebut juga didukung oleh respon ketertarikan terhadap peningkatan pemahaman wawasan mengenai Spikoe Resep Kuno sebagai warisan budaya dan tradisi serta pembuatan produk spesialiti dengan nilai mean 4,16 .

Selain itu terdapat respon yang sangat baik terhadap penggunaan metode atau teknik tradisional dalam produksi dengan nilai mean 4,21. Respon ini menggambarkan bahwa sejarah dari bisnis

Spikoe Resep Kuno memiliki daya tarik tersendiri.

PENUTUP

Spikoe Resep Kuno mendapatkan respon yang positif sebagai pangan spesialiti kota Surabaya. Persepsi masyarakat terhadap berbagai parameter seperti kualitas yang dirasakan, autentisitas produk, sejarah dan budaya dengan nilai yang sangat baik. Temuan kunci penelitian ini menunjukkan bahwa indikator "aroma dan rasa produk" memiliki nilai rata-rata tertinggi (mean 4,41), diikuti oleh indikator "identifikasi dengan Kota Surabaya" (mean 4,39), dan "kemudahan membeli sebagai oleh-oleh" (mean 4,44). Hal ini menunjukkan kekuatan utama produk Spikoe Resep Kuno terletak pada kualitas rasa, identitas lokal yang kuat, dan aksesibilitas produk sebagai oleh-oleh khas.

Dinamika Budaya Spikoe Resep Kuno mengalami perubahan seiring dengan adanya perkembangan zaman yang mendasari perubahan. Pada awalnya Spikoe hanya memiliki satu varian saja, berkembang menjadi memiliki berbagai varian rasa yang ditawarkan ke konsumen dengan tetap mempertahankan citarasa yang khas melalui bahan baku yang berkualitas. Tidak hanya itu, resep yang digunakan sudah turun-temurun sejak awal mula berdiri.

Terkait respon masyarakat memperlihatkan bahwa Spikoe Resep Kuno memberikan *sense of place* terhadap Kota Surabaya. Dengan adanya hal tersebut dapat menjadikan Spikoe sebuah oleh-oleh yang paling dicari saat berada di Surabaya. Hal ini berdampak juga pada pemberian kesan positif dari masyarakat terhadap spikoe tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ini, pihak pengelola Spikoe Resep Kuno disarankan untuk mempertahankan kualitas bahan baku dan keaslian resep secara konsisten. Pemerintah Kota Surabaya juga direkomendasikan untuk mendukung promosi produk ini sebagai ikon kuliner unggulan yang merepresentasikan identitas budaya lokal dalam kegiatan pariwisata maupun pemasaran kota.

Penelitian ini berfokus pada pandangan masyarakat terhadap Spikoe

Resep Kuno sebagai oleh-oleh khas Kota Surabaya. Penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi naratif guna mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Spikoe Resep Kuno, sehingga dapat memperkaya analisis dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Dominique, A. C., Diantisari, A., Immanuela, B., & Ardelia, J. (2024). Daya Tarik Makanan Tradisional Kerak Telor Sebagai Wisata Kuliner Indonesia. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(2), 1166-1177.
- Julianti, F. I., & Cokki, C. (2023). Pengaruh Autentisitas Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 315-322.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Krisbianto, O., Minantyo, H., Kristama, B. Y., & Oktaviana, C. Studi Persepsi Wisatawan terhadap Produk Makanan Lokal Ikonis Bromo: Implikasi bagi Pengembangan Industri Pangan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 171-186.
- Matiku, S. M., Zuwarimwe, J., & Tshipala, N. (2021). Sustainable tourism planning and management for sustainable livelihoods. *Development Southern Africa*, 38(4), 524-538.
- Nugroho, A. S. (2023). PERUBAHAN EKONOMI DAN POLITIK SURABAYA DI BAWAH HEGEMONI VOC PADA ABAD KE-18. *Handep: Jurnal Sejarah dan Budaya*, 6(2), 131-154.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Schallehn, M., Burmann, C., & Riley, N. (2014). Brand authenticity: Model development and empirical testing. *Journal of Product & Brand Management*, 23(3), 192-199.
- Septiawan, F. D., Nainggolan, J. P., & Pradana, M. R. (2022). AKTIVITAS PELAYARAN DAN PERDAGANGAN DI PELABUHAN SURABAYA TAHUN 1800-1830. *Sejarah dan Budaya: Jurnal Sejarah, Budaya, dan Pengajarannya*, 16(1), 211-224.
- Wardhani, D. K., Rahadiyanti, M., & Purbadi, Y. D. (2022). The Analysis of Sense of Place of Malioboro Shopping Areas.
- Wijayantiarni, F. H., & Roostika, R. (2022). The The Influence of Perceived Food Quality, Price Fairness, Perceived Value and Satisfaction on Customers' Revisit and Word-of-Mouth on Cake & Bakery Shops In Yogyakarta and Surakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(1), 81-96.
- Yadnya, I. P., & Ardika, I. W. (Eds.). (2017). *Dinamika manusia dan kebudayaan Indonesia dari masa ke masa*. Pustaka Larasan bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (5th ed.). McGraw-Hill.

BIODATA PENULIS

Birgitta Allison Kesuma, merupakan kelahiran pada 4 Januari 2004 di Surabaya. Allison adalah mahasiswa aktif semester enam pada jurusan Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya. Riwayat Pendidikan penulis yaitu sekolah dasar di St. Mary Elementary School, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas di Citra Berkas, Citraland, Surabaya. Allison merupakan mahasiswi yang aktif dan banyak mengikuti kegiatan mahasiswa seperti kepanitiaan

lepas dan Unit Kegiatan Mahasiswa serta tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Teknologi Pangan.

Anak Agung Ngurah Kenarya Dawawrata, merupakan kelahiran pada 20 September 2002 di Denpasar. Kenarya merupakan mahasiswa aktif semester enam pada jurusan Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya. Riwayat Pendidikan penulis yaitu sekolah dasar di SD Saraswati Tabanan, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Tabanan dan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Tabanan. Kenarya adalah seorang mahasiswa yang aktif pada organisasi kemahasiswaan sebagai anggota aktif Himpunan Mahasiswa Program Pendidikan Teknologi Pangan Universitas Ciputra.

Mellisa Erika Saleh, merupakan kelahiran pada 22 Februari 2003 di Surabaya. Erika adalah mahasiswa aktif semester enam pada jurusan Teknologi Pangan, Fakultas Pariwisata, Universitas Ciputra Surabaya. Riwayat Pendidikan penulis yaitu sekolah dasar dan sekolah menengah pertama di IPH East, Surabaya dan sekolah menengah atas di SMA Kristen Gloria 1 Surabaya. Erika adalah mahasiswa yang aktif berorganisasi di bidang olahraga, secara spesifik olahraga bola basket.

Mitha Ayu Pratama Handojo, merupakan kepala program studi Teknologi Pangan Universitas Ciputra Surabaya yang membimbing dalam penelitian dan penulisan jurnal “Studi Perkembangan Bisnis Spikoe Resep Kuno sebagai Pangan Spesialiti Kota Surabaya”.