

Potensi Makanan Tradisional Kue Lapis (Spikoe) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Surabaya

Tri Wahyuni Indah Permata¹, Akbar Kurniawan²

^{1,2} Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya, Jawa Timur

e-mail: triwahyuniindahpermata@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi makanan tradisional kue lapis (Spikoe) dalam meningkatkan daya tarik wisatawan ke Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kue lapis Spikoe resep kuno merupakan adaptasi dari kue khas Belanda Ontbijtkoek. Kue lapis Spikoe bukan merupakan kue khas Belanda. Melainkan, kue asli Indonesia yang dibuat pada zaman penjajahan Belanda. Kue Lapis Spiko Resep kuno telah memenuhi 4 aspek yang menjadi daya tarik wisatawan yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentitas dan keragaman dan Kue Lapis Spikoe Resep kuno memiliki branding yang kuat, Sehingga memiliki potensi dalam meningkatkan daya tarik wisatawan yang akan atau sedang berkunjung ke kota Surabaya.

Kata kunci : *Makanan Tradisional Kue Lapis(Spikoe), Daya Tarik Wisata*

Abstract

The purpose of this study is to analyze the potential of traditional layer cake (Spikoe) food in increasing tourist attraction to the city of Surabaya. This research uses a qualitative approach. Data collection was carried out by observation techniques, interviews, and documentation studies. The results showed that the Kue Lapis Spikoe Resep Kuno is an adaptation of the typical Dutch cake Ontbijtkoek. Spikoe layer cake is not a typical Dutch cake. Instead, the original Indonesian cake made during the Dutch colonial era, Kue Lapis Spikoe Resep Kuno have fulfilled 4 aspects that attract tourists, namely having uniqueness, originality, authenticity and diversity and Kue Lapis Spikoe Resep Kuno have strong branding, so they have the potential to increase the attractiveness of tourists who will or are visiting the city of Surabaya.

Keywords: *Potensial Traditional Layer Cake (Spikoe), Increasing Tourist Attraction.*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata Jawa Timur mulai bergeliat lagi setelah pandemi Covid-19 mereda. Hal itu ditandai meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara di sejumlah

destinasi wisata di Jawa Timur. Geliat pariwisata itu tidak lepas dari dibukanya kembali sejumlah rute penerbangan internasional di Bandar Udara Juanda, Surabaya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jatim yang dirilis, Selasa (1/11/2022), kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) melalui pintu masuk Bandara Juanda sebanyak 9.152 orang selama September 2022. Kondisi ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada Agustus 2022 sebanyak 8.386 kunjungan.

Pengalaman berwisata di tempat tujuan wisata, tidak lepas dari konsumsi makanan selama wisatawan tinggal. Makanan merupakan bagian penting dari liburan, sehingga kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi para wisatawan (Blichfeldt, Chor, Ballegaard, 2010). Hal itu karena makan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, meskipun pada perkembangannya, tujuan makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi merupakan sebuah pengalaman. Di daerah tujuan wisata, belanja wisatawan untuk makanan mencapai sepertiga dari total pengeluarannya (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003). Dengan menjelajahi akan mendapatkan pengalaman tentang makanan dan minuman di tempat tujuan (Wolf, 2002 dalam Kivela & Crotts, 2005), wisatawan sebenarnya mengonsumsi budaya tujuan itu sendiri (Beer, 2008). Jenis wisatawan ini sangat berarti dan bisa menjadi segmen pasar yang sangat loyal (Kivela & Crotts, 2005). Demikian juga Bessiere (1998) yang dikutip oleh Green & Dougherty (2009) mengatakan bahwa wisatawan cenderung memiliki pengalaman otentik yang membawa mereka kembali ke alam. Molz (2007) juga menekankan bahwa wisata kuliner bukan hanya untuk mengetahui dan mengalami budaya lain, tapi juga untuk melakukan rasa petualangan, kemampuan beradaptasi, dan keterbukaan. Di samping mencari makanan untuk memenuhi kebutuhan primernya, wisatawan akan mencari makanan khas daerah setempat. Makanan khas pada umumnya berupa makanan tradisional yang keberadaannya hanya ada di daerah tujuan wisata. (Harsana, 2018).

Industri kuliner di Surabaya diperkirakan akan mengalami peningkatan pesat di tahun ini. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur memperkirakan tren kinerja industri food and beverage (FB) di Jatim sampai akhir tahun ini bisa tumbuh sekitar 30 persen seiring dengan pulihnya perekonomian. Wakil Ketua Apkrindo Jatim, Ferry Setiawan mengatakan pertumbuhan kinerja penjualan FB ini juga sejalan dengan pertumbuhan jumlah investor baru di bidang kuliner yang tumbuh 30 persen hingga saat ini. (Widarti, 2022). Aneka pilihan tempat makan, dari mulai kelas kaki lima hingga bintang lima, di Surabaya pun banyak menjadi target wisatawan. Salah satunya adalah kue tradisional khas Kota Surabaya.

Salah satu pengembang bisnis yang bergerak pada produksi kue tradisional Khas Surabaya adalah Kue Lapis Spikoe Resep Kuno. Kue lapis Spikoe Resep Kuno merupakan adaptasi dari kue khas Belanda Ontbijtkoek. Atau biasa disebut roti rempah dari Belanda, yang kemudian diadaptasi oleh keturunan tionghoa di Surabaya dengan menambahkan rempah-rempah khas Indonesia seperti penambahan kayu manis, cengkeh, pala dan adas manis. Dalam pengembangan usahanya Kue Lapis Spikoe Resep Kuno telah memiliki branding dan marketing yang cukup kuat untuk dijadikan referensi wisatawan yang akan atau sedang berkunjung ke Surabaya. Sehingga penting dalam penelitian ini untuk meneliti

potensi yang dimiliki Kue Lapis Spikoe Resep Kuno dalam meningkatkan daya tarik wisatawan Kota Surabaya.

Makanan Tradisional

Makanan tradisional merupakan hasil budi daya masyarakat setempat yang dilakukan turun-temurun dalam mengembangkan makanan berimbang dengan bahan-bahan tumbuhan dan hewan baik melalui budi daya ataupun yang berasal dari alam sekitarnya. Sehubungan dengan hal tersebut, beragamnya jenis makanan tradisional telah membuktikan bahwa makanan telah menimbulkan ciri khas pada masing-masing daerah dan suku bangsa (Rasyid, 2004:12). Menurut Marwanti (2000: 112), makanan tradisional adalah makanan rakyat yang dikonsumsi dalam lingkungan masyarakat tertentu dan diturunkan secara turun-temurun. Sedangkan menurut Lily Arsanti Lestari (2018: 1), makanan tradisional adalah produk makanan dari suatu daerah yang dibuat secara tradisional, dalam arti proses pembuatannya dilakukan dengan menggunakan peralatan yang sederhana. Makanan merupakan sebuah tradisi, karena pada awalnya makanan memiliki peran pada berbagai ritual maupun upacara adat dan dibuat secara turun temurun. Dalam pengolahan makanan, baik cara maupun bahan baku diturunkan dari generasi ke generasi secara terus menerus. Makanan bukan hanya sekadar untuk dikonsumsi, tetapi menjadi media dalam menjalin hubungan antara manusia dengan Tuhan atau roh leluhur, sesama manusia, dan dengan alam. Makanan juga bisa dilihat sebagai bentuk dari percampuran lebih dari satu budaya. (Harsana, 2018)

Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan (Putra,et.al,2014). wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan setelah menikmati makanan tersebut. Saat ini wisata kuliner adalah sebuah segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan seringkali dikaitkan dengan berbagai aktivitas budaya. (Harsana, 2018).

International Culinary Tourism Association (ICTA) menyatakan bahwa wisata kuliner bukan merupakan hal baru, wisata kuliner memiliki keterkaitan yang erat dengan agrowisata namun lebih terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan. Jika ditengok ke belakang, wisata kuliner adalah suatu wadah yang penting untuk membantu perkembangan ekonomi dan pembangunan masyarakat dan dapat mengembangkan pemahaman antarbudaya. Wisata kuliner dapat ditemukan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. (Harsana, 2018).

Berdasarkan motivasinya, Hall, C.M, Sharples, L., et al (2003) membagi food tourism atas tingkat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata menjadi 3 tingkatan, yaitu:

- a. Gastronomic Tourism. Wisata jenis ini dilakukan oleh wisatawan dengan motivasi sangat tinggi terhadap makanan atau minuman tertentu di wilayah tertentu. Keinginan berkunjung tersebut biasanya dihubungkan dengan harga makanan yang tinggi, kategori restoran bintang lima, perkebunan anggur, atau festival.

- b. Culinary Tourism. Keinginan untuk mengunjungi festival lokal, pasar, atau perkebunan karena merupakan bagian dari destinasi wisata yang diikutinya.
- c. Rural/Urban Tourism. Jenis wisata yang memandang makanan sebagai bagian dari kebutuhan hidup. Ketertarikan wisatawan buka pada makanannya, tetapi jika mereka merasakan cita rasa yang tidak enak, mereka masih tertarik untuk mencoba.

Daya Tarik Wisata

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Daya tarik wisata dapat dibagi menjadi 3 kelompok. Pertama, daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna. Kedua, daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan kompleks hiburan. Ketiga, daya tarik wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Istilah daya tarik wisata dalam literatur luar negeri dikenal dengan istilah tourist attraction yang berarti segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk berwisata mengunjungi suatu daerah tertentu. Secara lebih mendalam, menurut Mariotti dalam Gunardi (2010), tourist attraction terbagi menjadi dua, yaitu tourism resources dan tourist service. Tourism resources disebut juga dengan attractive spontance, yang didefinisikan sebagai segala sesuatu yang ada di sebuah daerah wisata dan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Misalnya adalah benda-benda yang ada alam (pemandangan, iklim, kontur tanah, atau flora dan fauna), hasil ciptaan manusia (terkait kebudayaan dan benda-benda bersejarah), dan tata cara hidup masyarakat setempat atau the way of life (kebudayaan lokal). Sedangkan tourist service disebut juga dengan istilah attractive device, yang meliputi semua fasilitas dan aktivitas yang pengadaannya disiapkan oleh perusahaan lain secara komersial. Meski tourist service tidak menjadi bagian langsung dari daya tarik wisata, namun kehadirannya juga cukup dibutuhkan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang didasarkan pada teori milik damanik dan waber (2006:13) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang baik memiliki empat aspek yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentitas dan keragaman. Teori lain yang mendukung penelitian ini adalah teori gastronomi yang merupakan seni atau ilmu terhadap kenikmatan sebuah makanan dan minuman (Scarpato, 2002:36). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari narasumber melalui observasi langsung, wawancara mendalam (in depth interview) dan FGD (Focus Group Discussion). Narasumber yang menjadi informan merupakan pakar/tokoh dan ahli kuliner di surabaya. Semua hasil wawancara dan observasi dicatat dengan lengkap dan teliti. Sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber tertulis, baik buku maupun informasi digital, hingga dokumentasi lain yang berkaitan dengan obyek penelitian ini. Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan alat analisi SWOT, untuk mengetahui potensi yang ada pada brand kue lapis Spikoe Resep Kuno.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kue Lapis Spikoe Resep Kuno Sebagai oleh-oleh tradisional Khas Kota Surabaya

Spikoe resep kuno adalah salah satu brand kue lapis khas surabaya yang telah berdiri sejak tahun 1976. Spikoe resep kuno merupakan pengembangan bisnis dari keluarga santoso. Namun usaha tersebut tutup ditahun 1987 karena beberapa hal dan kemudian kembali di buka pada tahun 2002 oleh Bapak Paulus Santoso yang merupakan anak tertua dari keluarga Santoso.

kata spiku berasal dari bahasa Belanda yaitu spek dan koek. Kata spek berarti lemak daging babi. Sedangkan kata koek berarti kue. Meski begitu, kue lapis khas surabaya ini sama sekali tidak menggunakan bahan dari daging babi dalam pembuatannya. Kata spikoe ini dikaitkan dengan lemak daging babi bukan tanpa alasan, sebutan ini muncul karena kue ini memiliki banyak lapisan yang tampak seperti lemak pada perut babi. Spiku dikembangkan pada masa kolonial Belanda di Indonesia, yang terinspirasi dari kue lapis Eropa. Penjahjah Belanda sering memproduksi kue ini. Kemudian dimodifikasi dan diadaptasi oleh keturunan Tionghoa di Indonesia menggunakan bahan dan rempah-rempah khas Indonesia seperti penambahan kayu manis, cengkeh, pala dan adas manis. (Astuti, 2022). Bahan lainnya memakai kuning telur, tepung terigu, gula, dan mentega. Butuh kesabaran dan ketelitian untuk membuat kue yang tersusun dari banyak lapisan ini.

Apabila ditelisik dari catatan sejarah, Kue lapis Spikoe resep kuno merupakan adaptasi dari kue khas belanda Ontbijtkoek. Atau biasa disebut roti rempah dari Belanda. Gandum hitam merupakan bahan yang paling penting sebagai pewarna cokelat muda. Roti ini Sering dibumbui dengan cengkih, kayu manis, jahe, dan pala. sebagian besar kue ini di hidangkan di daerah utara, dan dibumbui dengan adas manis. Ontbijtkoek ini awalnya disajikan saat sarapan dengan lapisan tebal mentega di atasnya, sebagai pengganti roti. Karena manis, kue ini biasanya dapat dijadikan camilan.

Banyak yang memperdebatkan asal-usul dari kue lapis ini, chef Yongki mengatakan bahwa kue lapis bukan merupakan kue khas Belanda. Melainkan, kue-kue seperti lapis malang, lapis surabaya (spikoe), kue mandarin, hingga lapis legit, adalah kue asli Indonesia yang dibuat pada zaman penjajahan Belanda. (Kumparanfood, 2022). Spikoe resep kuno atau yang kini dikenal dengan nama kue lapis surabaya itu juga sudah banyak dibuat sesuai dengan cita rasa lokal dengan beragam variasi rasa dan bentuk. Saat ini, spikoe kuno sering disajikan pada hari besar atau acara penting masyarakat Surabaya, termasuk Lebaran. Meski sudah banyak variasi, spikoe kuno awalnya dibuat dari tiga lapisan kue dengan dua warna berbeda, yaitu kuning dan cokelat. Tiap lapisan spikoe kuno biasanya akan diberi isian. (Tifani, 2022).

Kue Lapis Spikoe Resep Kuno Sebagai Daya Tarik Wisata Di Surabaya



Sumber : Data BPS

Berdasarkan data BPS Kota Surabaya tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisawaan baik domestik maupun internasional mengalami penurunan yang cukup signifikan sejak tahun 2019. Hal ini terjadi karena adanya covid-19 yang menyebabkan sektor pariwisata merugi. Pandemi COVID-19 bukan hanya berdampak pada kesehatan saja, tetapi juga berdampak pada berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Adanya pandemi COVID-19 membuat pemerintah melakukan berbagai kebijakan untuk menghentikan penyebaran virus, salah satunya adalah dengan membatasi mobilitas masyarakat. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada sektor pariwisata. Selain itu, adanya pandemi COVID-19 membuat masyarakat takut untuk berpergian dan memilih untuk diam dirumah kecuali untuk tujuan penting dan mendesak. Di masa pandemi, sektor pariwisata mengalami keterpurukan. Namun, sektor pariwisata harus mampu bertahan dan bangkit dengan mampu beradaptasi di masa sulit ini dan melakukan inovasi dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Sama halnya dengan Spikoe Resep Kuno yang mengalami penurunan bisnis karena imbas dari Covid-19. Sehingga banyak hal yang dilakukan oleh Spikoe Resep Kuno salah satunya adalah melakukan pemasaran secara online.

Berdasarkan wawancara dengan owner spikoe resep kuno yaitu Bapak Paulus Santoso. Sebelum pandemi dalam sehari Spikoe Resep kuno dapat memproduksi 1.000 loyang kue yang dibagi dalam berbagai macam rasa. Rasa kismis adalah rasa yang digemari konsumen, sehingga 75% produk yang di produksi adalah varian kismis. Karena tidak menggunakan pengawet, Spikoe hanya diproduksi sekali dalam sehari.

Dari segi penjualan menurut Bapak Paulus Santoso mengutarakan bahwa apabila hari kerja yaitu hari senin sampai dengan jumat jumlah rata-rata pembelian harian dapat mencapai 500 loyang. Sedangkan pada akhir pekan dapat terjual lebih dari 500 loyang dalam sehari. Pada hari besar seperti lebaran, natal, ataupun musim liburan Spikoe Resep Kuno dapat memproduksi lebih dari seribu loyang, bahkan terkadang apabila terdapat kelebihan permintaan Bapak Paulus Santoso dapat mendatangkan pegawai lepas untuk membantu proses produksi walaupun saat ini jumlah karyawan telah mencapai 94 orang.

Sehingga tidak heran dalam sebulan pendapatan spikoe resep kuno dapat mencapai 1,5Miliar.

Mengacu pada teori milik damanik dan waber (2006:13) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang baik memiliki empat aspek yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentitas dan keragaman. Adapun Kue Lapis Spikoe Resep kuno juga memiliki empat aspek diatas antara lain sebagai berikut :

a. Kunikan

Rasa kue lapis Spikoe resep kuno sangat khas. Spikoe resep kuno memiliki 3 lapisan yaitu kuning-coklat-kuning yang membedakan dengan kue lapis khas kota lain seperti kue lapis malang yang hanya memiliki 2 lapisan (kuning dan coklat) dan dengan kue lapis solo yang memiliki 2 lapisan yaitu kuning dan putih. Selain itu setiap lapis diisi oleh topping yang unik seperti kismis atau plum, yang tidak dimiliki oleh kue lapis di indonesia.

b. Originalitas

Spikoe Resep Kuno adalah produk oleh-oleh yang hanya bisa didapatkan apabila wisatawan berkunjung ke surabaya. Produk dari Spikoe mudah di temui dikota surabaya karena sudah tersebar di beberapa tempat seperti di bandara, terminal bus, dan gerai-gerai resmi Spikoe Resep Kuno. Dari segi rasa, Spikoe Resep Kuno memiliki perbedaan rasa dengan kue lapis dari brand lain. Hal ini karena kue lapis Spikoe resep kuno masih menggunakan cara memasak dengan metode tradisional dengan mempertahankan resep tempo dulu.

c. Otentitas

Spikoe resep kuno memiliki rasa yang outentik. Berebeda dengan kue lapis dari daerah lain, rasa spikoe resep kuno lebih enak dengan tekstur yang lebih lembut. Selain itu aroma rempah-rempahnya khas menciptakan rasa yang enak ketika wisatawan merasakan kue lapisnya.

d. Keragaman

Spikoe Resep Kuno saat ini memiliki varian rasa Spikoe Kismis, Spikoe tanpa kismis, Spikoe Speculaas, Spikoe Prunes, dan yang terbaru adalah Joika Japanese Cheesecake dengan harga mulai dari Rp 80.000 untuk ukuran 10x26 cm, Rp 190.000 dan Rp 260.000 (khusus prunes) untuk ukuran 24x26 cm, sedangkan untuk cheesecake diameter 17 cm dibanderol Rp 95.000.

Potensi Kue Lapis Spikoe Resep Kuno Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Surabaya

Untuk melakukan analisa potensi Spikoe Resep Kuno sebagai daya tarik wisata kuliner di Surabaya , perlu dilakukan analisis SWOT guna mendapatkan gambaran tentang kelebihan, kekurangan, tantangan, dan ancaman yang dihadapi. Rumusan analisis SWOT Spikoe Resep Kuno disimpulkan dari hasil studi literatur dan hasil FGD yang sudah dilakukan bersama para narasumber. Berikut hasil analisis yang penulis rumuskan:

a. Strenght

1. Citarasa produk Spikoe Resep Kuno yang lezat dan otentik
2. Menggunakan bahan-bahan premium yang mengutamakan komposisi gizi yang komplit
3. Tidak menggunakan bahan pengawet

4. Memiliki nilai filosofi yang dapat dijadikan bahan story telling bagi wisatawan (daya tarik wisata)
 5. Merupakan aklulturasi 3 budaya berbeda yaitu belanda, nusantara dan tionghoa
 6. Kemasan produk yang simple dan elegan, sehingga mudah bagi konsumen mengingat produk
 7. Spikoe resep kuno telah memanfaatkan sosial media sebagai media promosi dan pemasaran
 8. Konten sosial media spikoe resep kuno yang menarik
 9. Spikoe resep kuno telah memiliki pelanggan setia
 10. Spikoe resep kuno melayani pengiriman luar kota
- b. Weakness
1. Tanpa digunakannya bahan pengawet membuat Spikoe Resep Kuno tidak tahan lama
 2. Spikoe resep kuno menggunakan resep yang mudah di tiru pesaing
- c. Opportunity
1. Surabaya merupakan kota industri yang mana banyak orang datang ke surabaya ya menyebabkan tingginya kunjungan wisatawan ke surabaya
 2. Semakin banyaknya wisatawan tertarik tertarik pada wisata kuliner khas surabaya
 3. Hadirnya Food Vlogger yang mereview makanan
 4. Pemanfaatan sosial media dapat menarik konsumen baru khususnya konsumen milenial
 5. Branding yang kuat dapat mempertahankan konsumen setia
 6. Spikoe resep kuno telah mengantongi sertifikat halal
- d. Threat
1. Adanya perusahaan pesaing yang menjual produk yang sama
 2. Produk Spikoe Resep Kuno menghadapi risiko barang rusak saat di perjalanan saat pengiriman.

Mengacu pada analisis SWOT di atas, Spikoe resep kuno dapat dikatakan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner di surabaya. Kekuatan berupa kandungan sejarah, akluturasi budaya dan nilai filosofi dalam kue lapis spikoe dapat menjadi sumber atraksi wisata minat khusus. Kekuatan ini dapat dikategorikan sebagai attractive spontance hasil ciptaan manusia yang menjadi salah satu tourist attranction (Mariotti dalam Gunardi, 2010).

lapis spikoe resep kuno juga dapat dijadikan motivasi wisata kuliner dengan melihat potensi yang dimilikinya. Sejalan dengan teori Hall, C.M, Sharples, L., et al (2003) tentang motivasi wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata kuliner, lapis spikoe resep kuno sangat dapat dijadikan salah satu oleh-oleh istimewa apabila datang mengunjungi kota pahlawan Surabaya. Semakin gencar promosi yang dilakukan oleh Spikoe resep kuno akan meningkatkan branding mereka terhadap wisatawan yang akan atau sedang berkunjung ke surabaya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Potensi Kue Lapis Spikoe Resep Kuno sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di kota Surabaya, maka berikut simpulan yang didapat:

1. Kue lapis Spikoe resep kuno merupakan adaptasi dari kue khas Belanda Ontbijtkoek. kue lapis Spikoe bukan merupakan kue khas Belanda. Melainkan, kue asli Indonesia yang dibuat pada zaman penjajahan Belanda.
2. Kue Lapis Spiko Resep kuno telah memenuhi 4 aspek yang menjadi daya tarik wisatawan yaitu memiliki keunikan, originalitas, otentitas dan keragaman.
3. Kue Lapis Spikoe Resep kuno memiliki branding yang kuat bagi wisatawan yang akan atau sedang berkunjung ke kota pahlawan Surabaya. Sehingga memiliki potensi dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Rina Fuji. 2022. Asal-usul Kue Lapis Surabaya yang Disebut Spiku. detikJatim : Asal-usul Kue Lapis Surabaya yang Disebut Spiku (detik.com)
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber.2006. Perencanaan Ekowisata. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Harsana, Minta. 2018. Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. HEJ (Home Economics Journal). Vol. 1, No. 2. October 2018, 40-47 ISSN 2579-4272 (printed), ISSN 2579-4280 (online)
- Kumparanfood.2022. Mengenal Lapis Malang, Kue Asli Indonesia dari Zaman Belanda. Kumparan : Mengenal Lapis Malang, Kue Asli Indonesia dari Zaman Belanda | kumparan.com
- Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2005). Food tourism around the world: Development, management and markets (1st ed.). Great Britain: Elsevier Inc.
- Tifani, 2022. Asal-Usul Spikoe Surabaya yang Diadaptasi dari Resep Belanda. Asal-Usul Spikoe Surabaya yang Diadaptasi dari Resep Belanda - Regional Liputan6.com