



MENGGALI POTENSI SIDOARJO SEBAGAI KOTA KULINER KREATIF DI JAWA TIMUR

Muhammad Anhari Sulthony, Farida Murti, Retno Hastijanti
Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945
Jl. Semolowaru No.45, Surabaya, Indonesia
Email: anharisulthony@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Sidoarjo memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi kota kuliner kreatif di Jawa Timur. Sektor kuliner merupakan bagian utama dari industri kreatif daerah, dengan persentase mencapai 26,92% dari total usaha kreatif. Potensi ini didukung oleh keberadaan produk unggulan lokal seperti udang dan bandeng, serta jumlah pengusaha UKM yang cukup besar, yaitu lebih dari 207.000 unit. Namun, masih ada beberapa tantangan, seperti kurangnya keberlanjutan usaha, rendahnya penggunaan teknologi (95,15% proses produksi masih dilakukan secara manual), serta ketersediaan tenaga kerja yang terbatas. Untuk mengatasi hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode SWOT dan analisis perencanaan fasilitas pelatihan. Hasilnya adalah strategi pengembangan yang menitikberatkan pada penguatan sistem pelatihan, penggunaan teknologi digital, penguatan kerja sama antar pihak, serta peningkatan identitas kuliner yang berbasis pada budaya lokal. Desain fasilitas pelatihan yang terpadu, mencakup inkubasi bisnis, pengembangan produk, pemasaran digital, dan penguatan merek daerah, diharapkan dapat meningkatkan daya saing Sidoarjo secara nasional sebagai kota kuliner kreatif yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kota Kuliner Kreatif, UMKM, Inovasi, Ekonomi Kreatif, Sidoarjo

Abstract

Sidoarjo Regency holds strategic potential to be developed as a creative culinary city in East Java. The culinary sector is the dominant subsector within the region's creative industry structure, accounting for 26.92% of total creative business units. This strength is supported by the presence of local flagship commodities such as shrimp and milkfish, as well as a significant number of MSMEs, totaling more than 207,000 units. Nevertheless, challenges such as business sustainability, low technology adoption (95.15% of production processes remain manual), and a shortage of professional labor hinder further development. Through a SWOT analysis approach and a study on training facility planning, this research formulates development strategies focusing on strengthening the training ecosystem, adopting digital technologies, fostering multi-stakeholder collaboration, and enhancing culinary identity based on local wisdom. The design of an integrated training facility—incorporating business incubation, product development, digital marketing, and regional branding enhancement—is expected to

Article History

Received: Oktober 2025
Reviewed: Oktober 2025
Published: Oktober 2025

Plagiarism Checker No 235
Prefix DOI :

[10.8734/Kohesi.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365)

Copyright : Author
Publish by : Kohesi



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



boost Sidoarjo's national competitiveness as a sustainable creative culinary city.

Keywords: *Creative Culinary City, MSMEs, Innovation, Creative Economy, Sidoarjo*

A. PENDAHULUAN

Globalisasi yang datang ke Indonesia memengaruhi perkembangan industri kreatif dan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif kini menjadi tren di dunia untuk meningkatkan daya saing daerah serta memperkuat perekonomian setempat. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, berbagai kegiatan kreatif dikembangkan agar bisa tanggap terhadap perubahan global dan mendorong semangat kewirausahaan masyarakat Indonesia. Hal ini menciptakan tantangan sekaligus peluang dalam pembangunan ekonomi saat ini. Konsep ekonomi kreatif, industri kreatif, dan kota kreatif telah menjadi istilah yang banyak dikenal di Indonesia.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan mendorong pengembangan ekonomi kreatif dengan fokus pada industri kreatif dan kota-kota kreatif. Setelah delapan tahun, industri kreatif Indonesia tumbuh pesat, didukung oleh banyak komunitas kreatif yang berkembang berdasarkan keterampilan kewirausahaan dan upaya mandiri.

Di Kabupaten Sidoarjo, industri kreatif yang berkembang adalah kuliner.

Logo daerah berupa udang dan bandeng sudah cukup menggambarkan bahwa komoditas utama Sidoarjo berasal dari bidang kuliner seafood. Produk tersebut dihasilkan oleh wilayah pesisir dan budidaya tambak di Sidoarjo, seperti Kalang Anyar, Sedati, Jabon, Gebang, Waru, dan lainnya. Luas tambak di Sidoarjo mencapai 15.513,41 hektar, dengan fungsi yang beragam, seperti wisata edukasi, wisata pemancingan, dan budidaya yang kemudian dijual ke para pengusaha kuliner. Hal ini membuat Sidoarjo semakin dikenal sebagai Kota Kuliner Kreatif. Berbagai makanan khas Sidoarjo dapat dijumpai, seperti olahan dari bandeng dan udang, seperti Lontong Kupang, Bandeng Asap, Otak-Otak, Krupung Udang, Terasi Udang, dan Pepes Bandeng.

B. METODE PENELITIAN

Untuk mengeksplorasi potensi Sidoarjo sebagai kota kuliner kreatif di Jawa Timur, digunakan metode pengumpulan data sekunder yang berasal dari jurnal, buku ilmiah, dan artikel yang membahas perkembangan Sidoarjo. Selain itu, juga dilakukan pencatatan semua pasar yang ada saat ini, serta pengalaman pribadi yang pernah didapat dan dirasakan selama tinggal di Sidoarjo terkait budaya, kuliner, PDRB, dan politik.

C. ISI DAN PEMBAHASAN

1. *Apa Itu Industri Kreatif dan Industri Kuliner?, dan Apa Perbedaannya?*

Industri kreatif adalah bagian dari sektor ekonomi yang bergerak di bidang mencipta, memproduksi, dan mendistribusikan produk serta layanan dengan memanfaatkan kreativitas, bakat, dan keterampilan seseorang. Keunikan dari produk dan layanan ini terletak pada gagasan, inovasi, serta ekspresi budaya (Howkins.J : 2021). Di Indonesia, industri kreatif memiliki 17 subsektor yang telah diidentifikasi oleh Kemenparekraf, meliputi beberapa bidang seperti halnya sebagai berikut :

- Aplikasi dan pengembang permainan
- Arsitektur
- Desain interior
- Desain komunikasi visual
- Desain produk, fashion
- Film animasi & video



- Fotografi, kriya
- Industri kuliner
- Musik
- Penerbitan
- Periklanan
- Seni pertunjukan
- Seni rupa
- Televisi/radio

Industri kuliner adalah sektor ekonomi yang fokus pada produksi, pengolahan, penyajian, dan distribusi makanan serta minuman.

Industri ini mencakup berbagai usaha yang bergerak di bidang pangan, baik skala kecil seperti usaha rumahan maupun skala besar seperti restoran atau perusahaan makanan.

Industri kuliner bisa menjadi bagian dari industri kreatif apabila menggunakan elemen kreativitas yang tinggi, contohnya dalam desain makanan, konsep restoran dengan tema tertentu, atau kemasan produk yang menarik.

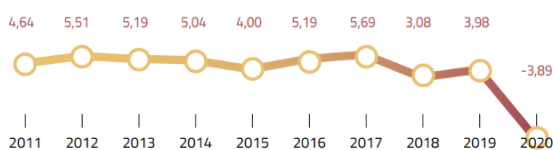
2. Penyumbang PDB Terbesar di Indonesia



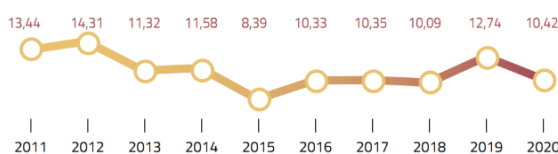
Sumber : Bankdata.Kemendparekraf.com

Subsektor kuliner, fashion, dan kriya adalah tiga subsektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif. Setiap tahun, ketiga subsektor ini mampu memberikan kontribusi sekitar 75% dari total PDB ekonomi kreatif. Secara rinci, subsektor kuliner memberikan kontribusi sekitar 42%, fashion sebesar 18%, dan kriya 15%. Meskipun ketiga subsektor ini menjadi penyumbang PDB terbesar, laju pertumbuhan subsektor kuliner justru mengalami penurunan dari tahun ke tahun sekitar -3,89%, seperti yang terlihat pada grafik di bawah.

Kuliner



Televisi dan Radio



Dalam tahun 2020, subsektor arsitektur dan periklanan mengalami penurunan pertumbuhan yang sangat besar, diikuti oleh subsektor kuliner.

Sementara itu, subsektor televisi dan radio justru mengalami pertumbuhan yang paling tinggi. Penurunan pertumbuhan pada subsektor kuliner tidak terjadi begitu saja, pasti ada penyebabnya.

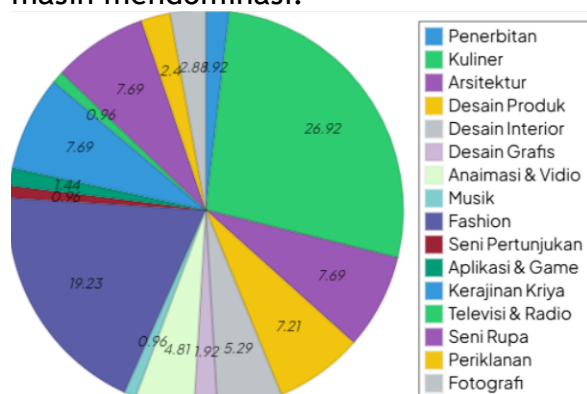
3. Keunggulan Sektor Kuliner di Sidoarjo



No	Sub Sektor	Jumlah Unit	No	Sub Sektor	Jumlah Unit
1	Arsitektur	16	9	Kerajinan Kriya	16
2	Aplikasi dan Game Developer	3	10	Kuliner	56
3	Desain Produk	15	11	Musik	2
4	Desain Interior	11	12	Periklanan	5
5	Desain Grafis	4	13	Penerbitan	4
6	Fashion	40	14	Seni Pertunjukan	2
7	Fotografi	6	15	Seni Rupa	16
8	Film, Animasi, dan Video	10	16	Televisi dan Radio	2

Sumber : BPS Sidoarjo (2024)

Kabupaten Sidoarjo dikenal karena aktivitas UMKM-nya. Sampai 2024, jumlah UMKM di sini mencapai sekitar 207.000 unit, dari mana 176.000 di antaranya adalah pelaku usaha mikro. Angka ini cukup besar dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Berdasarkan survei yang dilakukan Bappeda Kabupaten Sidoarjo, dengan 208 unit usaha yang diteliti, setiap subsektor memiliki usaha ekonomi kreatif di Sidoarjo. Komposisi usaha ekonomi kreatif berdasarkan 16 subsektor dapat dilihat pada tabel di atas. Dari tabel tersebut, sektor kuliner masih mendominasi.



Sumber : Bappeda-Sidoarjo.Com

Grafik di atas menampilkan presentase dari 16 sub sektor industri kreatif yang dianalisis oleh BPS Sidoarjo. Sub sektor bidang kuliner memiliki presentase tertinggi yaitu sebesar 26,92%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor kuliner kreatif sangat besar dan memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan di masa depan bagi Kabupaten Sidoarjo.

4. Analisa S.W.O.T

a. Kekuatan (Strength)

- Dominasi Sub-sektor Kuliner

Industri kuliner menjadi sub-sektor utama dalam industri kreatif Sidoarjo, mencakup sekitar 26,92% dari total usaha kreatif

- Potensi Komoditas Lokal

Sidoarjo memiliki komoditas utama seperti udang dan bandeng yang bisa menjadi identitas kuat dalam promosi makanan khas daerah

- Dukungan Pemerintah dan RPJMD

Pemerintah Sidoarjo memberikan dukungan melalui program 2021-2026, termasuk rencana pembangunan pusat pelatihan kreatif (Youth Center & Culinary Hub)

b. Kelemahan (Weaknesses)

- Daya Tahan Usaha Kuliner Rendah

Mayoritas usaha kuliner hanya bertahan 1-5 tahun (34,7%), menunjukkan kurangnya kemampuan untuk bertahan lama

- Minimnya Inovasi dan Teknologi



Hampir 95% pelaku kuliner masih menggunakan cara produksi manual, yang memperlambat efisiensi dan hambat inovasi

- Kurangnya Tenaga Kerja Profesional

Industri kuliner mengalami masalah kekurangan pekerja terlatih, khususnya di kalangan usia muda yang kurang tertarik pada bidang ini

c. Peluang (Opportunities)

- Tren Digitalisasi dan E-commerce

Terdapat peluang besar dalam promosi dan distribusi makanan melalui platform digital serta media sosial yang semakin berkembang

- Kolaborasi Multipihak

Ada potensi kerja sama antara pemerintah, komunitas, akademisi, dan pelaku usaha untuk mendorong pelatihan dan inovasi

- Potensi Branding Daerah

Memanfaatkan bahan lokal seperti udang dan bandeng, Sidoarjo bisa menjadi pusat makanan khas Jawa Timur yang dikenal secara nasional

d. Ancaman (Threats)

- Persaingan dan Jenuh Pasar

Banyaknya usaha kuliner membuat pasar semakin kompetitif dan berisiko jenuh, terutama tanpa inovasi produk

- Dampak Pandemi dan Risiko Ekonomi Global

Pandemi masih memengaruhi minat tenaga kerja dan menyebabkan risiko usaha berkurang

- Persepsi Negatif Terhadap Usaha Kuliner

Profesi di bidang makanan masih dianggap sebagai pekerjaan kasar dan berisiko tinggi bagi banyak generasi muda, yang bisa menyulitkan regenerasi tenaga kerja

KESIMPULAN

Pertumbuhan populasi Kabupaten Sidoarjo memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi Kota Kuliner Kreatif di Jawa Timur. Sektor kuliner merupakan subsektor utama dalam industri kreatif daerah, dengan kontribusi mencapai 26,92% dari total unit usaha kreatif. Keunggulan ini diperkuat oleh ketersediaan produk lokal unggulan seperti udang dan bandeng, serta jumlah pelaku UMKM yang cukup besar (sekitar 207.000 unit). Namun, berbagai tantangan masih perlu diatasi, seperti rendahnya adopsi teknologi (sekitar 95% proses produksi masih manual), rendahnya tingkat keberlanjutan usaha, serta kurangnya tenaga kerja profesional di sektor ini. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa peluang pengembangan bisa ditingkatkan dengan:

- Mendorong adopsi teknologi digital dan platform e-commerce.
- Memperkuat kolaborasi multi pihak (pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas).
- Memanfaatkan branding berbasis kearifan lokal.

Sementara ancaman seperti persaingan yang ketat, ketidakpastian ekonomi global, dan persepsi negatif terhadap profesi kuliner perlu ditangani melalui inovasi produk dan peningkatan citra profesi kuliner.

REFERENSI / DAFPUS

Howkins, J. (2021). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.

Kotler, P. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia*, Bankdata.Kemenparekraf.com

Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidoarjo. (2024). *Data Industri Kreatif Kabupaten Sidoarjo*.



Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Sidoarjo. *Laporan Survey Unit Usaha Ekonomi Kreatif Kabupaten Sidoarjo*, 2024.

Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Sidoarjo 2021-2026*.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development): **Creative Economy Report**
<https://unctad.org>