

ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN DASENG SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER LOKAL DI KELURAHAN KARANGRIA, KOTA MANADO

Telly Hetty Isje Kondo^{1*}, Debby Christiani Sendow², Mita Erdiaty Takaendengan³,
Bet El Silisna Lagarens⁴

^{1*}Program Studi D3 Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Manado

²Program Studi D4 Teknik Jalan dan Jembatan, Politeknik Negeri Manado

^{3,4}Program Studi D4 Global Tourism Management, Politeknik Negeri Manado

E-mail: kondojt@gmail.com

ABSTRACT

Manado City is one of the prominent tourism destinations in Eastern Indonesia, with significant potential for tourism development as a driver of regional economic growth. One area with strategic potential in supporting this development is Daseng Karangria, which has emerged as a culinary tourism destination. This study aims to identify and analyze the culinary tourism potential of Daseng Karangria in supporting tourism development in Manado City. A qualitative descriptive research method was employed, using a SWOT analysis approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Data were collected through field observations and interviews with local micro, small, and medium enterprises (MSMEs), visitors, and local government representatives. The findings indicate that Daseng Karangria possesses strong culinary tourism potential, supported by adequate facilities and infrastructure, visitor numbers, income generation, and a diverse range of food and beverage offerings. This study concludes that Daseng Karangria plays a strategic role in supporting tourism development in Manado City, and that appropriate management and promotional strategies can further optimize its contribution to the tourism sector and local economy.

Keywords: *culinary tourism, Daseng Karangria, Manado tourism*

ABSTRAK

Kota Manado merupakan salah satu daerah tujuan wisata utama di Kawasan Timur Indonesia yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu kawasan yang memiliki potensi strategis dalam mendukung pengembangan tersebut adalah Daseng Karangria, yang berkembang sebagai destinasi wisata kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi wisata kuliner Daseng Karangria dalam mendukung pariwisata Kota Manado. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan serta wawancara dan komunikasi dengan pelaku UMKM, pengunjung, dan pihak pemerintah setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daseng Karangria memiliki potensi wisata kuliner yang kuat, didukung oleh ketersediaan sarana dan prasarana, infrastruktur yang memadai, tingkat kunjungan wisatawan, kontribusi terhadap pendapatan, serta keberagaman menu makanan dan minuman yang ditawarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Daseng Karangria memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata Kota Manado, dan melalui pengelolaan serta strategi promosi yang tepat, kontribusinya terhadap sektor pariwisata dan perekonomian lokal dapat lebih dioptimalkan.

Kata kunci: wisata kuliner, Daseng Karangria, pariwisata Kota Manado

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan utama yang berperan penting dalam memengaruhi perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Industri pariwisata mampu memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian nasional, antara lain melalui peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan per kapita baik pada tingkat keluarga maupun individu. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar yang tercermin dari keberagaman objek dan destinasi wisata, yang terbentuk oleh perbedaan kondisi geografis, budaya, adat istiadat, seni tradisional, serta kekayaan kuliner daerah. Kekayaan alam dan budaya tersebut juga tercermin di berbagai daerah, termasuk Kota Manado. Kota Manado merupakan salah satu kota tujuan utama kunjungan wisatawan di kawasan Indonesia Timur. Dalam perkembangannya, pariwisata Kota Manado secara umum menonjolkan daya tarik wisata alam, religi, dan budaya. Selain itu, Kota Manado juga dikenal memiliki kekayaan kuliner yang khas dan diminati oleh wisatawan, seperti bubur Manado (tinutuan) serta berbagai olahan lauk-pauk berbasis hasil laut, khususnya ikan. Meskipun perkembangan inovasi minuman banyak ditemukan di berbagai lokasi publik di Kota Manado, kekuatan utama kuliner daerah ini tetap terletak pada sajian makanan berbasis sumber daya laut. Menurut Sims (2009), penyediaan berbagai jenis makanan dan minuman lokal dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, pelestarian budaya, serta mendorong pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Inisiatif pengembangan produk kuliner lokal tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga menawarkan pengalaman wisata yang unik melalui interaksi langsung antara konsumen dan produsen. Secara karakteristik, Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman kuliner yang tinggi, di mana setiap daerah, termasuk Sulawesi Utara dan khususnya Kota Manado, memiliki identitas kuliner tersendiri. Pemerintah Kota Manado terus mengembangkan sektor-sektor yang berhubungan langsung dengan peningkatan perekonomian daerah, salah satunya melalui pengembangan sektor pariwisata, termasuk wisata kuliner. Perkembangan bisnis wisata kuliner di Kota Manado terlihat dari semakin banyaknya restoran, rumah makan, dan kafe yang tersebar di berbagai wilayah kota. Salah satu kawasan yang berkembang sebagai destinasi wisata kuliner adalah Daseng Karangria, yang menawarkan beragam jenis kuliner kepada pengunjung. Namun demikian, meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan wisata kuliner di Daseng Karangria belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang komprehensif untuk mengidentifikasi kondisi serta tingkat kesiapan potensi yang dimiliki kawasan tersebut sebagai destinasi wisata. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kondisi dan tingkat kesiapan potensi wisata kuliner Daseng Karangria sebagai destinasi wisata lokal. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis potensi-potensi wisata kuliner yang terdapat di Daseng Karangria.

KAJIAN TEORETIS

Konsep Pengembangan Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang menunjukkan pertumbuhan cepat dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian global dan nasional. Sektor ini berperan pada peningkatan pendapatan regional dan nasional, penciptaan lapangan kerja baru, serta perluasan interaksi budaya antarnegara (Aulia & Asriati, 2023; Rahman *et al.*, 2025). Kontribusi tersebut

membuat pariwisata menjadi sektor prioritas dalam pembangunan ekonomi, terutama bagi negara berkembang yang mengandalkan devisa dari kunjungan wisatawan. Selain itu, pariwisata juga berperan dalam pembangunan infrastruktur serta peningkatan kualitas layanan publik melalui kolaborasi dengan sektor swasta dan pemerintah daerah (Widayanto & Nurrahma, 2025). Dalam konteks yang lebih luas, pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu ke luar lingkungan tempat tinggalnya untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau pengalaman budaya dalam periode tertentu (Jurnal Ilmiah MEA, 2025). Aktivitas ini tidak hanya melibatkan kunjungan ke objek wisata, tetapi juga konsumsi jasa lokal seperti transportasi, akomodasi, dan kuliner, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat setempat serta mendorong dinamika usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, pariwisata memberi peluang bagi pengembangan pengalaman wisata yang otentik sehingga menciptakan nilai tambah bagi destinasi dan komunitas lokal. Perkembangan industri pariwisata telah mengalami transformasi signifikan dari waktu ke waktu. Transformasi ini tidak hanya berupa peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga perubahan pola, bentuk, dan sifat kegiatan wisata yang dipengaruhi oleh tren global, digitalisasi, dan perubahan preferensi konsumen (Rahman *et al.*, 2025). Konsep pariwisata modern kini tidak semata-mata mempertimbangkan aspek ekonomi, melainkan juga integrasi prinsip pariwisata berkelanjutan untuk meminimalkan dampak lingkungan dan sosial, serta menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan (Springer Sustainability Research, 2025; Widayanto & Nurrahma, 2025). Sementara itu, penerapan pariwisata berkelanjutan bertujuan memastikan bahwa sektor ini memberikan manfaat ekonomi jangka panjang, pelestarian budaya, dan perlindungan sumber daya alam (Springer Sustainability Research, 2025). Pendekatan ini penting dalam konteks global saat ini, di mana isu-isu seperti perubahan iklim, tekanan ekologis, dan kebutuhan pelestarian budaya menjadi bagian integral dari pengembangan destinasi wisata (Springer Sustainability Research, 2025). Dengan demikian, pariwisata tidak lagi sekadar aktivitas kunjungan wisata, tetapi juga sebuah sistem sosial ekonomi yang kompleks dan multidimensional yang mampu mendorong pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal maupun nasional.

Potensi Wisata

Potensi wisata merupakan aspek fundamental dalam pengembangan pariwisata suatu wilayah karena keberadaannya menjadi dasar dalam perencanaan, pengelolaan, dan strategi pemasaran destinasi (Sadykov *et al.*, 2023). Secara umum, potensi wisata mencakup seluruh SDA (Sumber Daya Alam), budaya, serta hasil karya manusia yang mampu digunakan sebagai daya tarik wisata (Sadykov *et al.*, 2023). Pemahaman terhadap potensi wisata tidak hanya soal menginventarisasi objek dan atraksi, tetapi juga tentang bagaimana potensi tersebut diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan destinasi yang berkelanjutan untuk memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya. Para peneliti modern menyatakan bahwa potensi wisata bukan hanya berasal dari keindahan alam semata, tetapi juga dari karakteristik khas budaya lokal, pengalaman komunitas, serta inovasi dalam penyajian produk wisata yang adaptif terhadap kebutuhan wisatawan (Anggraini & Marheni, 2023). Dengan demikian, potensi wisata dapat dikategorikan ke dalam beberapa bentuk utama: (1) *natural attractions*, berupa lanskap alam, keanekaragaman hayati, pantai dan pegunungan; (2) *cultural attractions*, berupa adat, budaya, dan tradisi masyarakat lokal; serta (3) *man-made attractions*, seperti

fasilitas wisata, layanan hospitality, dan event kreatif (Anggraini & Marheni, 2023; Sadykov *et al.*, 2023). Pentingnya kategori ini tecermin pula dalam kajian pariwisata berkelanjutan yang mengedepankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Lebih lanjut, konsep potensi wisata harus dipandang sebagai suatu sistem dinamis yang dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan destinasi dan dukungan pemangku kepentingan baik dari pemerintah maupun komunitas lokal (Djalle *et al.*, 2025). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa potensi wisata akan menjadi kekuatan strategis apabila dikelola dengan mempertimbangkan keterlibatan masyarakat, inovasi produk, promosi yang efektif, serta fasilitas pendukung yang memadai. Penelitian di berbagai wilayah menunjukkan bahwa destinasi dengan manajemen potensi wisata yang komprehensif lebih berpeluang untuk menarik kunjungan wisata, meningkatkan pendapatan lokal, serta memperkuat ekonomi komunitas (Djalle *et al.*, 2025; Sadykov *et al.*, 2023). Dengan demikian, pengembangan potensi wisata harus memperhatikan aspek *asset inventory*, *community involvement*, and *sustainability planning*, sehingga wisata tidak hanya menjadi sumber kunjungan tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat dan pelestarian sumber daya alam serta budaya untuk generasi mendatang (Anggraini & Marheni, 2023; Djalle *et al.*, 2025).

Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan salah satu bentuk pariwisata tematik yang berfokus pada pengalaman konsumsi makanan dan minuman sebagai daya tarik utama destinasi. Dalam perkembangan pariwisata modern, wisata kuliner tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas makan, melainkan sebagai bagian dari pengalaman budaya, identitas lokal, dan interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat setempat (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2020). Melalui wisata kuliner, wisatawan dapat mengenal nilai-nilai budaya, tradisi, serta gaya hidup masyarakat lokal yang tercermin dalam proses pengolahan, penyajian, dan konsumsi makanan. Dalam konteks pembangunan pariwisata, wisata kuliner memiliki peran strategis karena mampu menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus memperkuat identitas destinasi. Penelitian menunjukkan bahwa pengeluaran wisatawan untuk makanan dan minuman merupakan salah satu komponen terbesar dalam total pengeluaran perjalanan wisata, sehingga wisata kuliner berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha lokal dan UMKM (Ellis *et al.*, 2021). Selain itu, wisata kuliner dinilai relatif berkelanjutan karena berbasis pada sumber daya lokal, pengetahuan tradisional, dan partisipasi masyarakat setempat. Indonesia memiliki potensi wisata kuliner yang sangat besar seiring dengan tingginya keragaman budaya dan kekayaan kuliner daerah. Wisata kuliner di Indonesia tidak hanya menawarkan pengalaman gastronomi yang unik, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya dan sarana promosi identitas lokal di tingkat nasional maupun internasional (Utami & Kafabih, 2021). Makanan tradisional, teknik memasak lokal, serta narasi budaya yang menyertainya menjadi elemen penting dalam membangun daya tarik wisata kuliner yang autentik. Lebih lanjut, wisata kuliner dapat dipahami sebagai pengalaman multidimensional yang mencakup aspek sensorik, emosional, dan simbolik. Wisatawan tidak hanya mencari cita rasa makanan, tetapi juga keunikan, keaslian, serta pengalaman yang berkesan dan dapat diceritakan kembali setelah kunjungan (Okumus *et al.*, 2021). Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan wisata kuliner sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, suasana tempat, pelayanan, serta kemampuan destinasi dalam mengemas pengalaman kuliner secara menarik dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, wisata kuliner berperan penting dalam mendukung pengembangan destinasi wisata lokal karena mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan, meningkatkan pengeluaran wisata, serta memperkuat keterkaitan antara sektor pariwisata dan

ekonomi kreatif lokal. Dengan pengelolaan yang tepat, wisata kuliner dapat menjadi instrumen strategis dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis pada potensi dan kearifan lokal (Ellis et al., 2021; Okumus et al., 2021).

Wisatawan

Wisatawan merupakan aktor utama dalam sistem pariwisata karena perilaku, preferensi, dan karakteristik mereka sangat menentukan pola permintaan, pengembangan produk wisata, serta strategi pengelolaan destinasi. Dalam kajian pariwisata kontemporer, wisatawan tidak lagi dipandang sebagai kelompok yang homogen, melainkan sebagai individu dengan motivasi, tingkat pengalaman, dan preferensi perjalanan yang beragam (Dolnicar, 2020). Pemahaman terhadap tipologi wisatawan menjadi penting untuk merancang produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan karakteristik destinasi. Salah satu klasifikasi wisatawan yang paling berpengaruh dalam kajian pariwisata adalah tipologi wisatawan yang dikemukakan oleh Cohen (1972), yang mengelompokkan wisatawan berdasarkan tingkat familiarisasi terhadap destinasi serta tingkat pengorganisasian perjalanan. Meskipun bersifat klasik, tipologi ini masih relevan dan banyak digunakan sebagai dasar analisis perilaku wisatawan dalam penelitian pariwisata modern (Pizam & Mansfeld, 2021). Cohen membagi wisatawan ke dalam empat tipe utama, yaitu *drifter*, *explorer*, *individual mass tourist*, dan *organized mass tourist*. Wisatawan tipe *drifter* merupakan individu yang cenderung mengunjungi destinasi yang belum banyak dikenal, melakukan perjalanan secara mandiri, dan menghindari fasilitas wisata formal. Wisatawan jenis ini memiliki tingkat interaksi yang sangat tinggi dengan masyarakat lokal dan biasanya mencari pengalaman yang autentik dan tidak terstruktur. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, wisatawan *drifter* sering dikaitkan dengan pencarian pengalaman budaya yang mendalam, meskipun jumlahnya relatif kecil (Pizam & Mansfeld, 2021). Tipe *explorer* memiliki karakteristik yang hampir serupa dengan *drifter*, namun tetap memanfaatkan fasilitas wisata tertentu selama masih mencerminkan standar lokal. Wisatawan *explorer* cenderung mengatur perjalanan secara mandiri dan mencari pengalaman yang berbeda dari wisata massal, termasuk eksplorasi kuliner lokal dan aktivitas berbasis komunitas. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa wisatawan jenis ini memiliki minat tinggi terhadap wisata berbasis pengalaman, seperti wisata kuliner dan budaya, serta memberikan kontribusi ekonomi langsung kepada masyarakat lokal (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2020). Sementara itu, *individual mass tourist* merupakan wisatawan yang mengandalkan jasa agen perjalanan, tetapi masih memiliki tingkat fleksibilitas tertentu dalam aktivitas wisata. Wisatawan tipe ini biasanya mengunjungi destinasi yang sudah populer dan memiliki infrastruktur pariwisata yang memadai. Adapun *organized mass tourist* adalah wisatawan yang sepenuhnya bergantung pada paket wisata terorganisir dan lebih memilih destinasi dengan fasilitas standar internasional yang familiar. Wisatawan tipe ini mendominasi pasar pariwisata massal dan berkontribusi besar terhadap volume kunjungan, meskipun tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal relatif rendah (Dolnicar, 2020). Dalam kajian pariwisata modern, tipologi wisatawan Cohen sering dikontekstualisasikan ulang dengan pendekatan segmentasi pasar berbasis perilaku dan pengalaman. Pemahaman terhadap tipe wisatawan menjadi krusial dalam pengembangan destinasi wisata lokal, termasuk wisata kuliner, karena setiap tipe wisatawan memiliki preferensi yang berbeda terhadap keaslian produk, kualitas layanan, dan tingkat interaksi sosial. Oleh karena itu, analisis karakteristik wisatawan merupakan elemen penting dalam

merancang strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berorientasi pasar (Pizam & Mansfeld, 2021).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk menganalisis faktor internal serta eksternal yang memengaruhi kinerja suatu organisasi atau unit usaha. Secara umum, SWOT membantu mengidentifikasi *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) sebagai faktor internal, serta *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) sebagai faktor eksternal untuk merumuskan strategi yang tepat dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi (Anissa & Sudarmawan, 2025; Irawan, 2024). Pendekatan ini awalnya diperkenalkan untuk membantu perusahaan merumuskan strategi kompetitif, tetapi kini telah meluas penggunaannya dalam pengembangan destinasi pariwisata, UMKM, desa wisata, dan pengelolaan sektor publik (Anissa & Sudarmawan, 2025; Dharma et al., 2025). Analisis SWOT bukan hanya alat diagnostik; ia juga menempatkan kondisi internal dan lingkungan eksternal berdampingan sehingga dapat mengeksplorasi hubungan antara kekuatan dengan peluang atau ancaman untuk merumuskan pilihan strategi yang optimal. Dalam konteks pengembangan strategi, SWOT memetakan situasi organisasi dengan melihat empat kuadran utama: *S-O*, *W-O*, *S-T*, dan *W-T*. Strategi *S-O* (Strength–Opportunity) berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal; pendekatan ini sering digunakan ketika organisasi memiliki kapabilitas kuat yang relevan dengan tren positif di luar (Dharma et al., 2025). Strategi *W-O* (Weakness–Opportunity) bertujuan memperbaiki kelemahan internal agar dapat memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Strategi ini umumnya digunakan ketika peluang besar tersedia tetapi organisasi masih perlu memperkuat kapasitas internalnya. Strategi *S-T* (Strength–Threat) dipakai untuk memanfaatkan kekuatan internal dalam merespons atau meminimalkan dampak ancaman eksternal. Sebaliknya, strategi *W-T* (Weakness–Threat) merupakan pendekatan defensif yang berupaya mengurangi kelemahan internal sekaligus menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal, sering dilakukan ketika organisasi berada di posisi yang lebih rentan (Irawan, 2024; Anissa & Sudarmawan, 2025). Dalam praktiknya, model SWOT juga sering dimodifikasi dengan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk memberikan bobot dan peringkat pada setiap faktor, sehingga strategi yang dihasilkan lebih terukur dan berbasis data (Nurhayati et al., 2025; Utomo, 2025). Penggunaan SWOT dalam penelitian dan perencanaan strategis membantu pemangku kepentingan untuk lebih sistematis dalam mendesain strategi pembangunan, termasuk pada destinasi wisata, UMKM pariwisata, maupun branding pariwisata lokal.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Bitung Karangria, Kecamatan Tuminting, Kota Manado, dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis SWOT sebagai teknik analisis data. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam pengembangan wisata kuliner Daseng Karangria, sebagaimana dikemukakan oleh Rangkuti (2014) bahwa SWOT bertujuan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Teknik

pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dengan mengunjungi langsung lokasi wisata kuliner untuk mengamati kondisi fisik, pelayanan, dan penyajian kuliner; wawancara mendalam kepada tiga pedagang, satu aparat pemerintah kelurahan, serta tujuh pengunjung untuk menggali informasi mengenai pengelolaan, pelayanan, dan persepsi wisatawan; studi pustaka melalui penelaahan buku, jurnal ilmiah, dan sumber daring yang relevan; serta dokumentasi berupa pengambilan gambar, pencatatan lapangan, dan pengumpulan data pendukung yang berkaitan dengan objek penelitian. Seluruh data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan disintesis dalam matriks SWOT guna merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner berbasis potensi lokal. Alir penelitian (Gambar 1) diawali dengan tahap perencanaan, yaitu peneliti menentukan dan merencanakan waktu pelaksanaan penelitian sesuai dengan tujuan dan ketersediaan sumber data. Tahap ini penting untuk memastikan seluruh proses penelitian berjalan secara sistematis dan terkontrol. Setelah perencanaan selesai, penelitian dilanjutkan dengan pengumpulan data lapangan melalui dua teknik utama yang dilakukan secara paralel, yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas wisata kuliner di Daseng Karangria, termasuk kondisi fisik lokasi, jenis kuliner yang ditawarkan, serta pelayanan kepada pengunjung. Sementara itu, wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mendalam dari pelaku usaha, pemerintah setempat, dan pengunjung terkait pengelolaan, potensi, serta permasalahan yang ada.



Gambar 1: Bagan Alir Penelitian (Tim Peneliti, 2025)

Data hasil observasi dan wawancara kemudian digunakan pada tahap identifikasi potensi, yaitu mengidentifikasi berbagai potensi wisata yang dimiliki Daseng Karangria, baik potensi internal seperti keunikan kuliner dan lokasi, maupun potensi eksternal yang mendukung pengembangannya. Tahap selanjutnya adalah klasifikasi data, di mana seluruh data yang

diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dikelompokkan dan disusun secara sistematis sesuai dengan kategori yang relevan. Klasifikasi ini bertujuan untuk mempermudah proses analisis dan penarikan kesimpulan. Data yang telah diklasifikasikan kemudian disajikan dan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Pada tahap ini, peneliti menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang berkaitan dengan pengembangan wisata kuliner Daseng Karangria. Tahap akhir dari alur penelitian adalah penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan hasil penelitian berdasarkan temuan dan analisis SWOT yang telah dilakukan, serta memberikan gambaran umum mengenai potensi dan strategi pengembangan wisata kuliner Daseng Karangria.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi Penelitian

Lokasi Wisata Kuliner Daseng Karangria berada di Jalan Boulevard II, Bitung Karangria, Kecamatan Tuminting, Kota Manado. Kawasan ini dikenal sebagai pusat makanan laut segar dan berbagai hidangan khas Manado. Jarak tempuh wisata kuliner Daseng Karangria dari pusat kota yaitu sekitar 3,9 Kilometer atau dapat dicapai dalam waktu 10 menit dengan menggunakan kendaraan roda empat maupun roda dua.



Gambar 2: Wisata Kuliner Daseng Karangria
(Foto Dokumentasi Tim Peneliti, 2025)

Daseng Karangria merupakan salah satu kawasan wisata kuliner yang berkembang di Kelurahan Bitung Karangria, Kecamatan Tuminting, Kota Manado. Istilah *daseng* dalam Bahasa Manado merujuk pada rumah persinggahan bagi para nelayan, yang secara historis berfungsi sebagai tempat beristirahat dan berinteraksi setelah melaut. Sementara itu, nama *Karangria* berasal dari gabungan dua kata, yaitu *karang* dan *ria*. Sebelum berkembang menjadi kawasan permukiman, wilayah ini merupakan kawasan pesisir yang didominasi oleh hamparan batu karang berwarna putih. Penambahan kata *ria* dimaknai sebagai upaya simbolik untuk mengingatkan bahwa kawasan permukiman saat ini memiliki sejarah ekologis sebagai wilayah pantai berbatu karang. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara, pada tahun 2024 aktivitas perdagangan kuliner di kawasan ini masih dilakukan secara informal, yaitu para

pedagang berjualan di bahu jalan atau trotoar di sepanjang Jalan Boulevard II, Kelurahan Bitung Karangria. Kondisi tersebut belum tertata secara optimal, baik dari segi kenyamanan pengunjung, kebersihan, maupun tata ruang kawasan. Seiring dengan upaya penataan kawasan perkotaan, pada Oktober 2023 Pemerintah Kota Manado melakukan penataan ruang dengan memanfaatkan sebagian lahan aset milik pemerintah kota sebagai lokasi wisata kuliner. Lahan tersebut kemudian dikembangkan menjadi kawasan wisata kuliner yang terorganisir dan dikenal dengan nama Wisata Kuliner Daseng Karangria. Kawasan ini dirancang dengan konsep *food court* terbuka yang mengedepankan suasana santai dan nyaman bagi pengunjung, sekaligus memberikan ruang usaha yang lebih layak bagi para pedagang kuliner lokal. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria mulai beroperasi secara resmi pada Desember 2023. Aktivitas wisata kuliner di kawasan ini berlangsung setiap hari, dengan jam operasional mulai pukul 16.00 WITA hingga pukul 23.00 WITA. Waktu operasional tersebut disesuaikan dengan karakteristik pengunjung yang umumnya datang pada sore hingga malam hari untuk menikmati suasana santai, pemandangan pesisir, serta sajian kuliner khas yang ditawarkan oleh para pedagang.

Pelaku Usaha menggunakan Booth Di Kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan yang dilakukan terhadap para pelaku usaha di kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria, diketahui bahwa seluruh unit usaha kuliner yang beroperasi di kawasan ini dikelola secara langsung oleh pemilik usaha. Pola pengelolaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih berada pada kategori usaha mikro dan kecil (UMK) dengan sistem manajemen sederhana dan berbasis keluarga, di mana pemilik berperan langsung dalam proses produksi, pelayanan, dan pengelolaan keuangan usaha.



Gambar 3: Booth UMKM di Kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria
(Foto Dokumentasi Tim Peneliti, 2025)

Dari aspek kelembagaan, para pelaku usaha diwajibkan membayar retribusi harian kepada Pemerintah Kota Manado melalui PD Pasar. Berdasarkan informasi yang diperoleh, besaran retribusi yang dikenakan terdiri atas biaya kebersihan sebesar Rp30.000 per hari bagi pelaku usaha yang menempati tenant, serta Rp50.000 per hari bagi pelaku usaha yang menempati

booth. Skema retribusi ini mencerminkan adanya perbedaan fasilitas dan posisi usaha yang disediakan oleh pengelola kawasan, sekaligus menjadi bentuk kontribusi pelaku usaha terhadap pemeliharaan kebersihan dan pengelolaan kawasan wisata kuliner secara umum. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat 14 (empat belas) unit UMKM yang aktif beroperasi di kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria. Ragam produk yang ditawarkan meliputi makanan khas Manado, aneka gorengan, serta berbagai jenis minuman. Keberagaman menu ini menjadi salah satu daya tarik utama kawasan, karena mampu memenuhi preferensi kuliner pengunjung dengan latar belakang dan selera yang berbeda, sekaligus memperkuat identitas kuliner lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata. Dari sisi ekonomi, pendapatan harian para pelaku usaha menunjukkan variasi yang cukup signifikan, dengan kisaran antara Rp500.000 hingga Rp2.000.000 per hari. Variasi pendapatan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain jenis produk yang dijual, lokasi usaha (booth atau tenant), tingkat kunjungan pengunjung, serta waktu operasional. Temuan ini mengindikasikan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria memiliki potensi ekonomi yang cukup menjanjikan bagi pelaku UMKM lokal, meskipun masih terdapat ketimpangan pendapatan antar pelaku usaha yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengelolaan kawasan. Secara khusus, pelaku usaha yang menempati booth wisata kuliner Daseng Karangria berjumlah 8 (delapan) UMKM. Booth umumnya memiliki posisi yang lebih strategis dan fasilitas yang relatif lebih baik dibandingkan tenant, sehingga berpotensi menarik lebih banyak pengunjung. Kondisi ini berimplikasi pada tingkat penjualan dan pendapatan yang cenderung lebih tinggi, namun juga diimbangi dengan kewajiban retribusi yang lebih besar. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan antara tata ruang kawasan, fasilitas usaha, dan kinerja ekonomi pelaku UMKM. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan pelaku usaha di Wisata Kuliner Daseng Karangria telah berjalan secara fungsional, namun masih bersifat individual dan belum terintegrasi dalam suatu sistem manajemen kawasan yang terpadu. Oleh karena itu, diperlukan peran pemerintah daerah atau pengelola kawasan untuk mendorong penguatan kelembagaan UMKM, peningkatan kapasitas manajerial pelaku usaha, serta pengembangan sistem pengelolaan kawasan yang lebih terstruktur guna mendukung keberlanjutan wisata kuliner sebagai bagian dari pengembangan destinasi pariwisata Kota Manado.

Pelaku Usaha pada Tenant Wisata Kuliner Daseng Karangria

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa pelaku usaha yang menempati tenant di kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria berjumlah 6 (enam) UMKM. Tenant berfungsi sebagai sarana usaha dengan karakteristik semi permanen yang disediakan oleh pengelola kawasan untuk mendukung aktivitas perdagangan kuliner skala kecil. Pelaku usaha pada tenant umumnya menawarkan beragam produk kuliner, seperti makanan ringan, aneka gorengan, serta minuman, yang menyasar segmen pengunjung dengan preferensi konsumsi cepat dan harga terjangkau.



Gambar 4: Tenant yang ada di Daseng Karangria
(Foto Dokumentasi Tim Peneliti, 2025)

Dari hasil pengamatan, tenant memiliki peran penting dalam melengkapi variasi produk kuliner di kawasan ini, sehingga mampu memperkaya pengalaman wisata kuliner pengunjung. Meskipun secara fisik tenant memiliki ukuran dan fasilitas yang lebih sederhana dibandingkan booth, keberadaannya tetap memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi pelaku UMKM lokal. Namun demikian, keterbatasan fasilitas dan posisi tenant yang relatif kurang strategis berpotensi memengaruhi tingkat visibilitas usaha dan jumlah kunjungan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada variasi pendapatan pelaku usaha. Oleh karena itu, pengelolaan dan penataan tenant yang lebih optimal diperlukan agar peran UMKM yang beroperasi di tenant dapat semakin diperkuat dalam mendukung keberlanjutan Wisata Kuliner Daseng Karangria sebagai destinasi wisata lokal.

Pola distribusi pelaku UMKM Kuliner di Daseng Karangria

Gambar 5 menunjukkan distribusi Pelaku UMKM di Wisata Kuliner Daseng Karangria. Grafik menunjukkan distribusi jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berdasarkan jenis sarana usaha di kawasan Wisata Kuliner Daseng Karangria. Dari total 14 UMKM yang beroperasi, sebanyak 8 UMKM menempati booth, sedangkan 6 UMKM lainnya beroperasi pada tenant.



Gambar 5: Distribusi Pelaku UMKM di Wisata Kuliner Daseng Karangria
(Tim Peneliti, 2025)

Dominasi pelaku usaha yang menempati booth mengindikasikan bahwa sebagian besar aktivitas usaha berada pada sarana yang memiliki posisi lebih strategis dan fasilitas yang relatif lebih permanen. Kondisi ini berpotensi memengaruhi tingkat kunjungan konsumen dan pendapatan pelaku usaha, sebagaimana ditemukan dalam hasil wawancara bahwa pelaku usaha di booth cenderung memiliki pendapatan yang lebih stabil dibandingkan pelaku usaha di tenant. Distribusi ini juga mencerminkan pola pengelolaan kawasan wisata kuliner yang masih terbagi berdasarkan jenis fasilitas, yang selanjutnya dapat menjadi dasar dalam perumusan strategi pengembangan kawasan, khususnya terkait pemerataan peluang usaha, pengelolaan retribusi, serta peningkatan kualitas sarana pendukung bagi pelaku UMKM.

Keragaman Kuliner di Wisata Kuliner Daseng Karangria

Berdasarkan Tabel 1, Wisata Kuliner Daseng Karangria menunjukkan tingkat keragaman produk kuliner yang relatif tinggi, baik dari segi jenis makanan utama, minuman, maupun makanan ringan (*snack*). Keberagaman ini mencerminkan kekuatan utama kawasan sebagai destinasi wisata kuliner yang mampu menawarkan pengalaman gastronomi yang variatif kepada pengunjung. Dominasi menu makanan utama berbasis bahan lokal, khususnya hasil laut seperti ikan cakalang, tuna, mujair, serta olahan ikan khas Manado (ikan woku, ikan garo rica, dan rahang tuna), menunjukkan kuatnya identitas kuliner lokal yang menjadi daya tarik utama kawasan ini. Tersedianya menu khas daerah seperti tinutuan, milu siram, ilabulo, dan pisang goroho memperkuat posisi Daseng Karangria sebagai ruang representasi budaya kuliner Sulawesi Utara. Menu-menu tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sajian konsumsi, tetapi juga sebagai medium pelestarian budaya lokal dan sarana edukasi gastronomi bagi wisatawan. Hal ini sejalan dengan konsep wisata kuliner yang menempatkan makanan sebagai bagian dari pengalaman budaya destinasi, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan makan semata. Selain menu tradisional, tabel juga menunjukkan adanya diversifikasi produk melalui kehadiran menu yang bersifat adaptif dan populer secara nasional, seperti nasi goreng dengan berbagai varian, ayam geprek, serta minuman berbasis kopi dan minuman modern. Diversifikasi ini mengindikasikan strategi pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan selera pasar yang beragam, khususnya pengunjung dari kalangan muda dan wisatawan non-lokal.

Tabel 1: Produk Kuliner yang tersedia di Daseng Karangria

Kategori	Jenis Kuliner	Kategori	Jenis Kuliner
Makanan Utama	Ikan Bakar		Kopi Hitam
	Ikan Woku		Kopi Gula Aren
	Ikan Garo Rica		Creamy Latte
	Ikan Goreng Saus		Cappuccino
	Ayam Lalapan		Taro Milk
	Ayam Geprek		Choco Hazelnut
	Milu Siram		Es Brenebon
	Ilabulo (Kukus/Goreng)		Jus Alpukat
Minuman	Air Mineral		Lemon Tea
	Saraba		Jeruk Nipis
	Teh Manis		Nutrisari
	Kelapa Muda	Snack	Pisang Goroho
	Kopi Susu		Pisang Sepatu
			Pisang Coklat Keju

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Kombinasi antara kuliner tradisional dan modern tersebut memperluas segmentasi pasar sekaligus meningkatkan daya saing kawasan wisata kuliner. Pada kategori minuman, variasi produk yang ditawarkan mencakup minuman tradisional seperti saraba dan es brenebon, hingga minuman modern seperti cappuccino, creamy latte, dan minuman berbasis rasa (*flavored drinks*). Kondisi ini menunjukkan adanya upaya pelaku usaha untuk meningkatkan nilai tambah produk melalui inovasi, sekaligus memperpanjang durasi kunjungan pengunjung yang tidak hanya datang untuk makan, tetapi juga untuk bersantai. Secara keseluruhan, keragaman kuliner yang tersaji pada Tabel 1 menunjukkan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria memiliki potensi yang kuat dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis gastronomi. Namun demikian, keberagaman tersebut perlu diimbangi dengan pengelolaan kualitas produk, konsistensi cita rasa, dan strategi promosi yang terintegrasi agar potensi kuliner yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal dan berkelanjutan dalam mendukung pariwisata Kota Manado.

Kuliner yang Diminati Wisatawan Beserta Harga di Wisata Kuliner Daseng Karangria

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha serta pengunjung, ditemukan bahwa terdapat beberapa jenis kuliner yang paling umum dibeli dan diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Wisata Kuliner Daseng Karangria. Tingkat minat tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain keunikan kuliner lokal, harga yang relatif terjangkau, cita rasa khas daerah, serta ketersediaan menu yang sesuai dengan selera pengunjung dari berbagai latar belakang. Tabel 2 menyajikan daftar kuliner yang paling diminati wisatawan beserta kisaran harga jualnya.

Tabel 2. Kuliner yang Diminati Wisatawan

No	Nama Kuliner	Harga
1	Tinutuan	Rp15.000 / porsi
2	Mi Cakalang	Rp15.000 / porsi
3	Ikan Bakar	Rp35.000 / porsi
4	Ikan Woku	Rp20.000 / porsi
5	Pisang Goreng	Rp15.000 / porsi
6	Saraba	Rp7.000 / gelas kecil

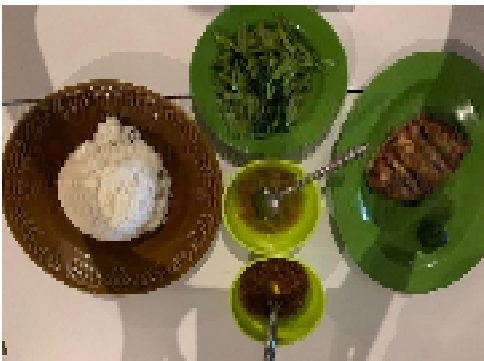
Sumber: Olahan data, 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2, preferensi wisatawan terhadap kuliner di Wisata Kuliner Daseng Karangria menunjukkan dominasi produk kuliner berbasis kearifan lokal dengan tingkat keterjangkauan harga yang relatif baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor keaslian kuliner (*culinary authenticity*) dan kesesuaian harga memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi wisatawan pada destinasi wisata kuliner berbasis komunitas. Menu seperti Tinutuan dan Mi Cakalang merupakan kuliner yang paling diminati dengan harga Rp15.000 per porsi. Tingginya minat terhadap kedua menu ini mencerminkan posisi kuliner tradisional sebagai simbol identitas budaya lokal yang mudah diterima oleh berbagai segmen wisatawan. Selain itu, harga yang terjangkau berkontribusi pada persepsi nilai (*perceived value*) yang positif, sehingga mendorong keputusan pembelian berulang dan meningkatkan kepuasan wisatawan. Ikan Bakar dan Ikan Woku, meskipun berada pada rentang harga yang lebih tinggi dibandingkan menu lainnya, tetap menunjukkan tingkat minat yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan tidak semata-mata mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas bahan baku, cita rasa khas daerah, serta pengalaman kuliner yang ditawarkan. Dalam konteks pariwisata kuliner, hidangan berbasis ikan dengan teknik dan bumbu tradisional menjadi representasi pengalaman gastronomi lokal yang bernilai tinggi (*high-value culinary*).

experience). Pisang Goreng sebagai makanan ringan menempati posisi strategis dalam struktur konsumsi wisatawan. Popularitas menu ini menunjukkan adanya kebutuhan akan produk kuliner yang bersifat fleksibel, mudah dikonsumsi, dan dapat dinikmati sebagai pendamping aktivitas wisata. Variasi jenis pisang lokal yang digunakan memperkuat aspek lokalitas sekaligus meningkatkan diferensiasi produk. Saraba, sebagai minuman tradisional dengan harga paling rendah, menunjukkan bahwa wisatawan juga tertarik pada produk kuliner yang tidak hanya menawarkan cita rasa, tetapi juga nilai fungsional dan simbolik. Minuman ini mencerminkan integrasi antara budaya konsumsi lokal dan pengalaman wisata yang bersifat situasional, terutama pada waktu malam hari atau kondisi cuaca tertentu. Secara keseluruhan, analisis data menunjukkan bahwa preferensi wisatawan di Wisata Kuliner Daseng Karangria dibentuk oleh interaksi antara keaslian kuliner, keterjangkauan harga, kualitas rasa, serta pengalaman budaya yang menyertainya. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan wisata kuliner berbasis UMKM lokal memiliki potensi signifikan untuk mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat sekaligus memperkuat daya saing destinasi melalui diferensiasi produk kuliner tradisional.

Tabel 3: Visualisasi Makanan Khas lokal Daseng Karangria

<i>Tinutuan (Bubur Manado)</i> 	Tinutuan merupakan salah satu kuliner khas Minahasa dan Manado yang paling diminati oleh wisatawan. Hidangan ini dikenal sebagai makanan berbasis sayuran yang sehat dan bernilai budaya tinggi. Tinutuan dapat disajikan sebagai makanan utama maupun pembuka, dengan komposisi berbagai jenis sayuran seperti labu kuning, kangkung, bayam, gedi, serta rempah-rempah lokal seperti kemangi, serai, dan daun bawang. Tingginya minat wisatawan terhadap tinutuan menunjukkan bahwa kuliner tradisional berbasis bahan lokal masih memiliki daya tarik yang kuat, terutama bagi wisatawan yang ingin merasakan keaslian kuliner daerah.
<i>Mie Cakalang</i> 	Mie cakalang merupakan hidangan mi kuah khas Manado yang menggunakan ikan cakalang sebagai bahan utama. Hidangan ini memiliki cita rasa khas yang dihasilkan dari kombinasi ikan cakalang dan bumbu tradisional Manado. Minat wisatawan terhadap mie cakalang menunjukkan preferensi pengunjung terhadap menu berbahan dasar hasil laut, yang merupakan identitas kuliner utama Kota Manado. Selain itu, harga yang terjangkau dan porsi yang cukup menjadikan mie cakalang sebagai pilihan favorit bagi wisatawan.

<i>Ikan Bakar</i> 	Ikan bakar menjadi salah satu menu dengan harga relatif lebih tinggi dibandingkan kuliner lainnya, namun tetap diminati oleh wisatawan. Hal ini disebabkan oleh penggunaan ikan segar dan penyajian khas dengan sambal dabu-dabu yang memiliki cita rasa pedas dan segar. Dabu-dabu sebagai pelengkap memiliki peran penting dalam memperkuat identitas kuliner Manado, sehingga ikan bakar tidak hanya dinikmati sebagai hidangan, tetapi juga sebagai pengalaman kuliner yang khas.
<i>Ikan Woku</i> 	Ikan woku merupakan hidangan tradisional khas Manado yang diolah dengan bumbu rempah yang kaya dan aroma daun woku yang khas. Minat wisatawan terhadap ikan woku menunjukkan ketertarikan terhadap kuliner tradisional berbungku kuat yang merepresentasikan kekayaan rempah lokal. Harga yang relatif terjangkau dibandingkan ikan bakar menjadikan ikan woku sebagai alternatif menu utama yang populer di kalangan pengunjung.
<i>Pisang Goreng</i> 	Pisang goreng merupakan makanan ringan yang paling diminati oleh wisatawan sebagai pelengkap aktivitas bersantai di kawasan wisata kuliner. Berbagai jenis pisang lokal seperti pisang sepatu dan pisang goroho diolah dan disajikan bersama sambal dabu-dabu, yang memberikan cita rasa unik dan berbeda dari pisang goreng pada umumnya. Tingginya minat terhadap pisang goreng menunjukkan bahwa kuliner sederhana berbahan lokal tetap memiliki daya tarik tinggi apabila disajikan dengan sentuhan khas daerah.
<i>Saraba</i> 	Saraba merupakan minuman tradisional berbahan dasar jahe, gula aren, dan susu kental manis. Meskipun berasal dari Makassar, saraba telah diterima dan digemari oleh masyarakat serta wisatawan di Manado. Minuman ini banyak diminati terutama pada malam hari karena memberikan sensasi hangat dan menenangkan. Harga yang sangat terjangkau menjadikan saraba sebagai minuman favorit pengunjung untuk melengkapi pengalaman wisata kuliner.

Sumber: Hasil olahan data, 2025

Analisis Kunjungan Wisatawan Kota Manado

Berdasarkan grafik kunjungan wisatawan Tahun 2024 pada Gambar 6 terlihat adanya tren peningkatan yang signifikan dan konsisten pada jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan wisata kuliner Daseng Karangria selama periode April hingga Juni. Pada bulan April tercatat sebanyak 1.395 kunjungan, meningkat menjadi 2.170 kunjungan pada bulan Mei, dan mencapai puncaknya pada bulan Juni dengan 3.000 kunjungan wisatawan. Pola ini menunjukkan laju pertumbuhan yang progresif dalam waktu relatif singkat. Secara kuantitatif, peningkatan dari April ke Mei menunjukkan kenaikan sebesar 775 kunjungan atau sekitar 55,5%, sementara dari Mei ke Juni terjadi peningkatan sebesar 830 kunjungan atau sekitar 38,2%. Data ini mengindikasikan bahwa fase awal operasional dan pengenalan destinasi telah berhasil menarik minat publik secara bertahap, yang kemudian diperkuat oleh efek promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) serta meningkatnya tingkat kepuasan pengunjung. Dari perspektif pariwisata, peningkatan ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi meningkatnya daya tarik destinasi wisata kuliner berbasis lokal. Keberadaan Daseng Karangria sebagai ruang publik dengan konsep food court bernuansa santai, ditambah dengan penyajian kuliner khas daerah dengan harga terjangkau, berkontribusi terhadap peningkatan intensitas kunjungan. Hal ini sejalan dengan teori pariwisata pengalaman (experience-based tourism) yang menekankan bahwa wisatawan tidak hanya mencari produk, tetapi juga suasana, interaksi sosial, dan identitas budaya lokal.



Gambar 6: Kunjungan Wisatawan Kota Manado (Dinas Pariwisata)

Lonjakan kunjungan pada bulan Juni dapat diasosiasikan dengan faktor musiman dan perilaku wisatawan, seperti meningkatnya aktivitas rekreasi pada pertengahan tahun, stabilitas cuaca, serta meningkatnya mobilitas masyarakat. Dalam konteks ini, Daseng Karangria berperan sebagai destinasi wisata kuliner perkotaan yang adaptif terhadap pola kunjungan jangka pendek dan bersifat rekreatif. Dari sisi pengelolaan destinasi, tren peningkatan kunjungan ini mencerminkan efektivitas tata kelola kawasan wisata, termasuk penataan ruang, pengelolaan UMKM, serta keberlanjutan operasional yang relatif stabil. Namun demikian, peningkatan jumlah wisatawan juga berimplikasi pada meningkatnya tekanan terhadap kapasitas layanan, kebersihan, dan kenyamanan kawasan. Oleh karena itu, data ini menjadi dasar penting bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam merancang strategi pengelolaan berkelanjutan, seperti penguatan manajemen pengunjung (visitor management), peningkatan fasilitas pendukung, serta standarisasi kualitas layanan UMKM. Secara keseluruhan, grafik kunjungan wisatawan Tahun 2024 tidak hanya menggambarkan pertumbuhan kuantitatif, tetapi juga merefleksikan

keberhasilan awal pengembangan wisata kuliner Daseng Karangria sebagai destinasi berbasis ekonomi lokal. Tren positif ini mempertegas potensi kawasan tersebut sebagai motor penggerak ekonomi kreatif masyarakat sekaligus sebagai ruang interaksi budaya yang mampu memperkaya pengalaman wisata perkotaan.

Analisis SWOT Wisata Kuliner Daseng Karangria

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan Wisata Kuliner Daseng Karangria sebagai destinasi wisata lokal. Pendekatan ini bersifat kontekstual dan dinamis, sehingga hasil analisis mencerminkan kondisi eksisting pada periode penelitian. Dalam konteks pengembangan destinasi, analisis SWOT berperan penting sebagai dasar perumusan strategi peningkatan daya saing destinasi (*destination competitiveness*) serta penguatan pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*). Dari aspek faktor internal, Daseng Karangria memiliki sejumlah kekuatan yang berkontribusi positif terhadap daya saing destinasi.

Tabel 4: Analisis SWOT

Aspek	Faktor Utama
Strengths	Lokasi strategis; kuliner khas Manado; keterlibatan UMKM lokal; harga terjangkau
Weaknesses	Promosi terbatas; fasilitas parkir belum memadai; belum tersedia pembayaran non-tunai
Opportunities	Promosi digital; event kuliner; peningkatan kunjungan wisata Kota Manado
Threats	Persaingan destinasi kuliner; perubahan tren dan preferensi wisatawan

Sumber: Olahan data, 2025

Analisis SWOT pada Tabel 4 menunjukkan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria memiliki fondasi internal yang cukup kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner berbasis masyarakat. Kekuatan utama destinasi ini terletak pada lokasi yang strategis dan mudah diakses, serta keberadaan kuliner khas Manado yang berfungsi sebagai daya tarik utama wisatawan. Keterlibatan UMKM lokal dalam pengelolaan usaha kuliner mencerminkan karakter *community-based tourism*, di mana masyarakat berperan langsung sebagai pelaku dan penerima manfaat ekonomi dari aktivitas pariwisata. Namun demikian, kelemahan internal seperti keterbatasan promosi dan fasilitas pendukung berpotensi menghambat peningkatan daya saing destinasi. Minimnya pemanfaatan media digital serta belum tersedianya sistem pembayaran non-tunai menunjukkan perlunya adaptasi terhadap perubahan perilaku wisatawan yang semakin digital. Dari sisi eksternal, peluang pengembangan cukup terbuka melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Manado dan potensi pemanfaatan platform digital serta event kuliner sebagai sarana promosi destinasi. Di sisi lain, ancaman berupa persaingan dengan destinasi kuliner lain dan perubahan preferensi wisatawan menuntut pengelola dan pelaku usaha untuk terus berinovasi. Dalam perspektif *destination competitiveness*, kemampuan Daseng Karangria dalam mengelola kekuatan internal dan merespons peluang eksternal akan menentukan keberlanjutan destinasi ini di tengah dinamika industri pariwisata. Oleh karena itu, strategi pengembangan perlu diarahkan pada peningkatan kualitas pengalaman wisata, penguatan identitas kuliner lokal, serta optimalisasi peran masyarakat dalam pengelolaan destinasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria memiliki potensi yang signifikan sebagai destinasi wisata kuliner berbasis masyarakat yang mampu mendukung pengembangan pariwisata Kota Manado. Keberadaan Daseng Karangria sebagai kawasan wisata kuliner yang tertata sejak tahun 2023 telah memberikan ruang bagi pelaku UMKM lokal untuk mengembangkan usaha kuliner berbasis kearifan lokal, sekaligus menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman gastronomi khas daerah. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa potensi utama Daseng Karangria terletak pada keberagaman menu kuliner tradisional khas Manado dan kawasan Sulawesi Utara, seperti tinutuan, mi cakalang, ikan woku, ikan bakar, serta berbagai olahan ikan laut lainnya. Kuliner-kuliner tersebut diminati wisatawan karena memiliki cita rasa khas, menggunakan bahan baku lokal yang segar, serta ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau. Faktor-faktor tersebut membentuk persepsi nilai yang positif dan meningkatkan pengalaman wisata kuliner pengunjung. Dari sisi pengelolaan, Daseng Karangria melibatkan 14 UMKM yang terdiri dari pelaku usaha di booth dan tenant, dengan sistem pengelolaan usaha yang dijalankan langsung oleh pemilik. Pola ini mencerminkan karakter *community-based tourism*, di mana masyarakat lokal berperan sebagai aktor utama dalam aktivitas pariwisata dan secara langsung memperoleh manfaat ekonomi. Pendapatan harian pelaku usaha yang relatif stabil menunjukkan bahwa wisata kuliner ini berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal. Analisis preferensi wisatawan menunjukkan bahwa minat konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh keaslian kuliner, kualitas rasa, serta pengalaman budaya yang menyertai proses konsumsi. Selain itu, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada periode April hingga Juni 2024 mengindikasikan adanya tren pertumbuhan minat wisatawan terhadap Wisata Kuliner Daseng Karangria, yang memperkuat perannya sebagai bagian dari ekosistem destinasi pariwisata Kota Manado. Berdasarkan analisis SWOT, Daseng Karangria memiliki kekuatan internal berupa lokasi strategis, keunikan kuliner lokal, harga yang kompetitif, dan keterlibatan aktif UMKM. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu mendapat perhatian, seperti keterbatasan promosi, fasilitas pendukung yang belum optimal, serta belum tersedianya sistem pembayaran non-tunai. Di sisi lain, peluang pengembangan terbuka luas melalui pemanfaatan media digital, penyelenggaraan event kuliner, dan peningkatan arus wisatawan ke Kota Manado, meskipun destinasi ini juga menghadapi ancaman berupa persaingan dan perubahan preferensi wisatawan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Wisata Kuliner Daseng Karangria memiliki daya saing yang kuat sebagai destinasi wisata kuliner lokal apabila dikelola secara berkelanjutan dan terintegrasi. Penguatan promosi digital, peningkatan kualitas layanan dan fasilitas, serta inovasi produk kuliner berbasis kearifan lokal menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing destinasi dan memperkuat kontribusinya terhadap pembangunan pariwisata dan ekonomi lokal Kota Manado.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, R., & Marheni, D. K. (2023). *Strategi pengembangan potensi wisata sebagai upaya peningkatan eksistensi ekowisata dan meningkatkan ekonomi masyarakat pada desa wisata Kampung Terih*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma), 3(3), 1040–1051. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3277>
- Anissa, K. D. N., & Sudarmawan, I. W. E. (2025). *Analisis strategi alternatif bisnis berdasarkan analisa SWOT*. Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 3(5), 1–15. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i5.791>
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2020). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466–475. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.005>

- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2020). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466–475. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.005>
- Dharma, B. A., Mukhlis, I., & Zagladi, A. N. (2025). *SWOT analysis in the marketing strategy of the educational tourism village during pandemic COVID-19*. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 990–999. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.269>
- Dinata, K. S., Mertha, I. W., & Sukariyanto, M. (2024). *Dampak pengembangan pariwisata terhadap kondisi ekonomi dan sosial budaya masyarakat lokal di kawasan pariwisata Sanur*. *Jurnal Kepariwisataan*, 23(2), 63–75. <https://doi.org/10.52352/jpar.v23i2.1527>
- Djalle, A. N. F., Soi, A. B., & Putra, A. P. (2025). *Educational tourism potential for sustainable tourism*. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(2), 180–187. <https://doi.org/10.31332/jpp.v9i2.13577>
- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102892. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102892>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2021). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Irawan, C. R. (2024). *SWOT analysis as a company strategy for business competition*. *Siber Journal of Transportation and Logistics*, 1(4), 164–171. <https://doi.org/10.38035/sjtl.v1i4.158>
- Maulana, R. A., & Prasetyia, F. (2023). *Hubungan kausalitas pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia: Analisis panel VAR*. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2(3), 17. <https://doi.org/10.21776/jdess.2023.02.3.17>
- MEA. (2025). *Pengantar pariwisata dan konsep dasar*. *Jurnal Ilmiah MEA*, 9(2).
- Nurhayati, S. T., Nasution, M. S. A., & Soemitra, A. (2025). *Marketing strategy analysis in optimizing tourism potential*. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 1–15. <https://doi.org/10.36555/almana.v9i2.2887>
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2021). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102769. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102769>
- Pizam, A., & Mansfeld, Y. (2021). *Consumer behavior in tourism and hospitality* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003049278>
- Ramadhan, D. S., Yuliani, T. W., & Munawaroh, A. N. L. (2025). *Sustainable tourism as a catalyst for achieving SDGs in Indonesia*. *International Journal of Science and Environment*, 5(4). <https://doi.org/10.51601/ijse.v5i4.250>
- Sadykov, Z., Takhtayeva, R., Nussupova, L., Nurmukhamedova, S., & Akimov, Z. (2023). *Tourism potential and the assessment of tourist destinations as basis for sustainable tourism development*. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(4), 2117–2126. [https://doi.org/10.14505/jemt.v14.4\(68\).23](https://doi.org/10.14505/jemt.v14.4(68).23)
- Utami, B. S. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi COVID-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Utami, B. S. A., & Kafabih, A. (2024). *Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi COVID-19*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>
- Utomo, S. R. P. (2025). *A quantitative SWOT analysis of rural tourism villages in West Java: Enhancing community empowerment through sustainable tourism development*. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(2). <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v5i2.162>