

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semanggi atau pecel semanggi adalah salah satu kuliner khas Kota Surabaya yang sangat ikonik. Makanan tradisional tersebut terbuat dari bahan-bahan sederhana seperti kecambah, daun singkong, saus ketela dan kerupuk puli yang disajikan dengan wadah yang terbuat dari daun pisang atau yang biasa disebut *pincuk*. Makanan ini biasanya diperjual belikan oleh pedagang yang dalam bahasa Jawa disebut bakul. Bakul pecel semanggi menjajakan dagangannya dengan cara digendong sambil berkeliling, sesekali berteriak untuk menarik perhatian orang disekitarnya. Perkampungan Kendung menurut website resmi pemerintah Kota Surabaya (surabaya.go.id) adalah tempat asal mula pecel semanggi yang saat ini eksis.

Kampung Kendung, Kelurahan Sememi menurut Suparmo, Ketua Paguyuban Semanggi Kampung Berseri Astra (2021) telah lama dikenal sebagai sentra kuliner semanggi di Kota Surabaya dikarenakan selain sebagai tempat pembudidayaan semanggi, juga menjadi tempat tinggal bagi mayoritas pedagang semanggi di Kota Surabaya. Terdapat ada 118 orang pedagang semanggi pada RW 03 Kendung, Kelurahan Sememi dari total 39.403 jiwa menurut data dari buku BPS Kota Surabaya “Kecamatan Benowo Dalam Angka 2021” menyebar ke penjuru Kota Surabaya seperti Kenjeran, Rungkut, Masjid Al Akbar dan tempat-tempat lain yang ramai pengunjung di Surabaya (Suparmo, 2021). Selain itu di Kampung Kendung, Kelurahan Sememi juga terdapat aneka produk kuliner olahan semanggi yang dibuat oleh komunitas warga Kampung Kendung, Kelurahan Sememi.



Gambar 1.1 Gapura Kampung Kendung Kelurahan Sememi (Data Primer: Dokumentasi Penulis).



Gambar 1.2 Pedagang Semanggi Kampung Kendung Kelurahan Sememi di sekitar Bukit Palma (Data Primer: Dokumentasi Penulis)

Menurut Suparmo Ketua KBA Kampung Semanggi, komunitas warga setempat juga memiliki inisiatif untuk mengembangkan potensi Kampung Kendung. Hal tersebut ditanggapi oleh Kepala Kecamatan Benowo dengan rencana pembuatan destinasi wisata yang masih dalam tahap penembangan konsep (Muslch Hariadi, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud untuk membuat rancangan *destination branding* untuk membuat masyarakat khususnya masyarakat Surabaya

lebih mengenal Kampung Kendung, Kelurahan Sememi sebagai tempat asal terciptanya pecel semanggi dan aneka kuliner olahan semanggi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengembangkan potensi Kampung Kendung, Kelurahan Sememi sebagai tempat asal kuliner pecel semanggi dan berbagai olahan semanggi lainnya?
2. Bagaimana rancangan *destination branding* Kampung Kendung, Kelurahan Sememi, agar masyarakat mengenalinya sebagai sentra kuliner olahan semanggi, khususnya pecel semanggi Surabaya?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Merancang *destination branding* Kampung Kendung, Kelurahan Sememi sebagai Kampung Semanggi Surabaya.
2. Merancang peta jalan merek serta media-media pendukung *destination branding* Kampung Semanggi Surabaya.

1.4 Manfaat

Dari penelitian ini akan menghasilkan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

1. Menambah wawasan tentang Kampung Kendung, Kelurahan Sememi.
2. Mengetahui perkembangan budaya kuliner semanggi Surabaya.

b. Bagi Objek Penelitian

1. Mengembangkan potensi wisata kuliner Kampung Kendung Kelurahan Sememi sebagai kampung sentra kuliner semanggi di Kota Surabaya
2. Menjadi representasi dari citra yang telah melekat pada Kampung Kendung, Kelurahan Sememi yaitu sebagai tempat asal kuliner pecel semanggi di Kota Surabaya.
3. Menghasilkan rancangan peta jalan merek yang nantinya dapat diimplementasikan pada *destination branding* Kampung Kendung, Kelurahan Sememi.

c. Bagi Universitas

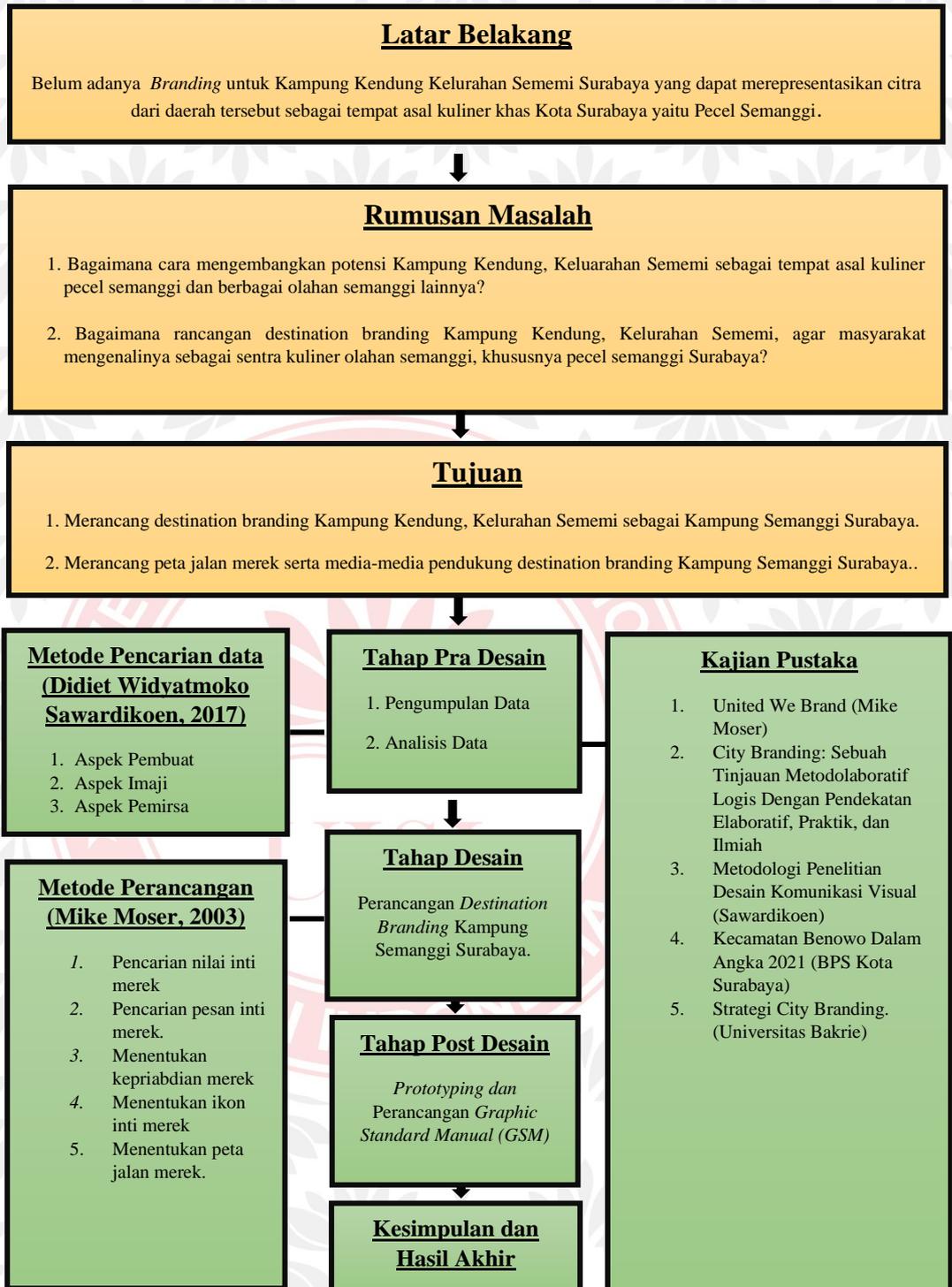
1. Menjadi pembelajaran bagi mahasiswa tentang *destination branding* dan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa lain dalam berkarya.
2. Terlaksananya tridharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditentukan untuk menunjang fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian berada di Kampung Kendung, Kelurahan Sememi.
2. Proses pengumpulan data dilakukan dengan jenis *purposive sampling* yaitu dengan sasaran masyarakat yang berdomisili di Kota Surabaya.
3. Pada saat penelitian dilakukan masih diberlakukan masa PPKM yang membatasi jadwal dari para stakeholder internal untuk melakukan *Focus Group Discussion* sehingga digantikan dengan wawancara terpisah.
4. Perancangan *destination branding* meliputi, logo, *tagline*, supergrafis, *secondary element*, dan *graphic standart manual*.
5. Media pendukung rancangan *destination branding* Kampung Kendung antara lain adalah kaos, *paperbag*, katalog, dan miniatur *signage*.

1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran