
Strategi Higienitas *Street Food* dalam Peta Destinasi Wisata di Kota Manado

Christine P. E. Porajow¹, Steven Y. Kawatak²

^{1,2}Universitas Katolik De La Salle Manado, Indonesia

E-mail: cporajow@unikadelasalle.ac.id¹

Article History:

Received: 02 April 2026

Revised: 18 April 2026

Accepted: 25 April 2026

Keywords: Higienitas, Street Food, Wisata Kuliner, SWOT, Kota Manado

Abstract: *Street Food* merupakan elemen penting dalam pengembangan wisata kuliner Kota Manado karena tidak hanya merepresentasikan identitas lokal, tetapi juga berperan dalam menggerakkan perekonomian masyarakat. Meskipun demikian, aspek higienitas masih menjadi tantangan utama yang berpotensi memengaruhi keamanan pangan serta tingkat kepercayaan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penguatan higienitas *Street Food* dalam peta destinasi wisata Kota Manado. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pedagang *Street Food*. Responden berjumlah 30 orang yang merupakan penjual sekaligus pemilik kios pada tiga kawasan wisata kuliner, yaitu WBA Malalayang, Kawasan MTC, dan Sunbae. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penerapan higienitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi awal higienitas *Street Food* di Kota Manado tergolong cukup baik, terutama pada ketersediaan air bersih dan kebersihan peralatan memasak. Namun, penerapannya belum merata, khususnya pada kebersihan tangan dan pengelolaan sampah, sehingga masih terdapat kesenjangan antara tingkat kesadaran pedagang dan praktik di lapangan. Analisis SWOT menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT yang menekankan penguatan praktik kebersihan, pemenuhan fasilitas pendukung, peningkatan pemahaman pedagang, serta pengawasan dan pengaturan yang berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan higienitas *Street Food* memerlukan pendekatan terpadu agar mampu mendukung citra wisata kuliner Kota Manado yang aman dan berkualitas.

PENDAHULUAN

Street Food semakin diakui sebagai bagian integral dari pengembangan destinasi wisata, khususnya di kawasan perkotaan. Tidak hanya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan konsumsi, *Street Food* juga menghadirkan pengalaman kuliner yang merefleksikan identitas sosial dan budaya masyarakat lokal. Dengan karakter yang mudah diakses dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, *Street Food* memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata berbasis pengalaman. Berbagai penelitian akademik mendukung pandangan bahwa gastronomi memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Studi empiris yang dilakukan oleh Wondirad dan Verheye (2023) menunjukkan bahwa sekitar 87% responden mempertimbangkan gastronomi sebagai faktor penting dalam pemilihan destinasi liburan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa pengalaman kuliner tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan, tetapi juga memengaruhi minat berkunjung dan loyalitas destinasi. *Street Food*, sebagai bagian dari gastronomi lokal, menawarkan keunikan rasa, harga yang relatif terjangkau, serta kesempatan berinteraksi langsung dengan budaya setempat.

Dari sisi ekonomi pariwisata, *Street Food* memberikan kontribusi signifikan terhadap pola pengeluaran wisatawan, khususnya di destinasi urban. Penelitian Jeaheng dan Han (2023) di Thailand menunjukkan bahwa *Street Food* menyumbang sekitar 32% dari pasar foodservice yang terkait dengan aktivitas wisata, yang secara tidak langsung mencerminkan besarnya belanja wisatawan pada segmen ini. Meskipun angka tersebut bersifat kontekstual, temuan ini mengindikasikan bahwa *Street Food* memiliki peran strategis dalam menggerakkan ekonomi lokal dan mendukung usaha mikro masyarakat di destinasi wisata. Selain kontribusi ekonomi, *Street Food* juga berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dan promosi identitas lokal. Alfiero *et al.* (2019) menegaskan bahwa *Street Food* dapat menjadi alat efektif untuk mempromosikan tradisi, wilayah, dan pariwisata secara simultan. Melalui resep tradisional, teknik memasak khas, serta penggunaan bahan lokal, *Street Food* merepresentasikan warisan budaya tak benda yang bernilai tinggi. Interaksi langsung antara wisatawan dan pedagang turut menciptakan pengalaman budaya yang lebih mendalam dan bermakna.

Street Food di Indonesia bukan sekadar pilihan makan murah, namun sudah menjadi bagian penting dari pengalaman wisata yang dicari wisatawan domestik dan mancanegara. Menurut data resmi, sekitar 30,20% wisatawan domestik dan 18,14% wisatawan mancanegara melaporkan berbelanja makanan dan minuman selama berwisata di Indonesia, menunjukkan peran makanan (termasuk jajanan jalanan) dalam pengeluaran wisatawan (Badan Pusat Statistik (BPS), 2017). Setelah masa pandemi, studi terhadap pengunjung *Street Food* di kota-kota Indonesia menemukan bahwa kualitas rasa, harga terjangkau, dan suasana interaksi menjadi faktor utama kepuasan dan loyalitas pengunjung sehingga menegaskan potensi *Street Food* sebagai atraksi wisata yang tahan uji (Briliana *et al.*, 2023).

Street Food di Kota Manado, secara operasional, terbagi menjadi empat kategori yaitu *Street Food* dengan menggunakan gerobak, tenda dan mobil, *Street Food* berupa warung makan dan warung kopi, serta *Street Food landscape* tematik dengan *booth*-nya (tempat jualan) serta *stand* kuliner. Secara manajemen, pengelolaan *Street Food* adalah pemerintah, swasta (dalam hal ini organisasi maupun Perusahaan), dan *Street Food* yang dikelola pribadi. Khusus untuk yang ditangani pemerintah contohnya dapat ditemukan di destinasi wisata Malalayang Beach Walk, dimana terdapat 100 kios dengan *landscape* tematik yang difasilitasi pemerintah. *Street Food* di Manado yang dikelola pihak swasta perusahaan/organisasi, dalam bentuk *outdoor* dapat dijumpai di Mall Kawasan Mega Mas dengan mobil dan tenda yang digelar serta di beberapa halaman *mall* yang difasilitasi oleh pihak pengelola dengan menyediakan *booth*. Sedangkan *indoor* dapat

dijumpai di Mall Manado Town Square, dimana pengelolanya adalah ISMAYA Group yang membuka gerai The People's Cafe di Mantos 1. Gerai ini merupakan yang ke-43 di Indonesia dan kedua di Pulau Sulawesi yang dikenal sebagai tempat nongkrong favorit yang menyajikan berbagai jajanan viral Indonesia dan kopi lokal dengan harga kompetitif. Adapula *Street Food* yang berpindah-pindah tempat karena menggunakan gerobak, dengan menu jualan mie bakso, nasi goreng, ketoprak, sate ayam, mie ayam dan pada umumnya dilakoni oleh masyarakat pendatang. Selanjutnya ada juga festival "Koenya-Koenya" yang merupakan ajang kuliner dan diselenggarakan di kawasan Pecinan Kota Manado. Festival ini menghadirkan 25 *stand* dengan berbagai menu, termasuk masakan khas Sulawesi Utara, dan komunitas yaitu *chinese food*.

Tabel 1. Kategori *Street Food* di Kota Manado

No	Kategori visual <i>Street Food</i>	Ciri Khusus
1.	Menggunakan gerobak atau tenda	Nomaden <i>style</i> ; bongkar pasang tempat jualan; gerobak/tenda/mobil milik pribadi; beroperasi ditempat-tempat umum baik dalam kawasan yang ada pengelolanya maupun yang tidak.
2.	Warung makan, warung kopi	Bangunan semi permanen maupun permanen; milik pribadi dan disewa; manajemen pribadi; berada dalam satu lokasi maupun terpencar
3.	Menggunakan <i>booth</i> (<i>indoor</i>) dan mobil pribadi/ <i>food truck</i> (<i>outdoor</i>)	<i>Landscape</i> tematik; <i>outdoor</i> maupun <i>indoor</i> ; dikelola pemerintah maupun perusahaan/organisasi; berada dalam satu kawasan
4.	Menggunakan <i>stand</i> kuliner	Acara Festival yang dilaksanakan komunitas bekerjasama dengan pemerintah, berada dalam kawasan komunitas; menyajikan kuliner khas Sulawesi dan suku komunitas. Diselenggarakan setahun sekali bersamaan dengan hari raya komunitas.

Sumber: Hasil olah data (2026)

Berikut adalah tabel kategori makanan yang dijual di tiga lokasi yang menjadi tempat penelitian:

Tabel 2. Lokasi *Street Food* di Kota Manado

No	Lokasi <i>Street Food</i>	Kategori Menu Jualan
1.	Malalayang Beach Walk	1. Kuliner khas Manado/Minahasa 2. Jajanan/cemilan 3. Beragam minuman dingin dan hangat 4. <i>Seafood</i>
2.	Sun Bae	1. Minuman kopi dan minuman kekinian 2. <i>Snack</i> /kudapan ringan 3. K-food
3.	Kawasan Kuliner Mega Mall (MTC)	1. Kuliner khas lokal Manado/Minahasa 2. <i>Chinesse food</i> 3. <i>Seafood</i> 4. Beragam minuman dingi dan hangat

Sumber: Hasil olah data (2026)

Selanjutnya Tabel 3 menunjukkan pengelola ketiga tempat yang menjadi lokasi penelitian Malalayang Beach Walk (MBW), Sun Bae (Kawasan nongkrong Kuliner di Megamas), Mega Trade Centre (MTC) – kios-kios di belakang MTC (Kawasan Megamas).

Tabel 3. Pengelola *Street Food* di Kota Manado

No	Lokasi <i>Street Food</i>	Pengelola Utama
1.	Malalayang Beach Walk (MBW)	Perumda Pasar Manado melalui Pemkot Manado
2.	Sun Bae (Kawasan nongkrong Kuliner di Megamas)	Kawasan Megasurya Nusalestari (pengembang/manajemen Kawasan Megamas)
3.	Mega Trade Centre (MTC) – kios-kios di belakang MTC (Kawasan Megamas)	Kawasan Megamas/Megasurya Nusalestari sebagai pengembang/pengelola kawasan

Sumber: Hasil olah data (2026)

Penelitian ini bertujuan untuk mengulas potensi, tantangan utama, dan strategi pengembangan *Street Food* sebagai daya tarik wisata di Kota Manado dan sekitarnya sekaligus sebagai bagian dari upaya menjadikan destinasi wisata yang bersih dan aman bagi wisatawan yang mana hal ini bersinergi dengan program unggulan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk peningkatan daya saing destinasi pariwisata Indonesia tahun 2025 melalui dua aksi yaitu kebersihan destinasi dan keselamatan wisatawan lewat program “Gerakan Wisata Bersih”.

LANDASAN TEORI

Street Food

Food and Agriculture Organization (FAO) (2007) dan *World Health Organization* (WHO) (2020) mendefinisikan *Street Food* sebagai makanan dan minuman siap saji yang disiapkan dan/atau dijual oleh penjual atau pedagang, terutama di jalanan dan tempat umum serupa. Dari beberapa research studi sebelumnya *Street Food* dikelompokkan dalam berbagai kategori berdasarkan karakteristik tertentu. Berikut adalah beberapa kategori utama *Street Food*:

1. Berdasarkan Jenis dan Kompleksitas Makanan, seperti: Makanan Ringan/*Snacks*, Makanan Berat/*Meals*, dan Berbagai jenis minuman ringan (Steyn *et al.*, 2014).
2. Berdasarkan Asal Kuliner, seperti: Makanan Lokal/Tradisional dan Makanan Internasional. (Abrahale *et al.*, 2019)
3. Berdasarkan Metode Pengolahan, seperti: Makanan Goreng, Makanan Bakar/Panggang, dan Makanan Rebus/Kukus. (Fellows & Hilmi, 2012)
4. Berdasarkan Waktu Konsumsi, seperti: Sarapan; Makan Siang/Malam, Camilan Sore/Malam. (FAO, 2007)
5. Berdasarkan Lokasi Penjualan, seperti: Pasar Tradisional (*Street Food* yang dijual di area pasar), Area Sekolah/Kampus (menargetkan pelajar dan mahasiswa dengan harga terjangkau), dan Tempat Wisata (menawarkan makanan khas daerah untuk wisatawan) (Henderson, 2017).

Higienitas

Higienitas adalah serangkaian praktik yang dilakukan untuk menjaga kesehatan dengan mencegah penyebaran penyakit melalui kebersihan pribadi, makanan, dan lingkungan (WHO, 2020). Dari definisi ini maka teori utama yang menopang kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Prinsip dasar higienitas makanan

FDA merupakan bagian dari Departemen Kesehatan dan Layanan Kemanusiaan Amerika Serikat (U.S. Department of Health and Human Services). Lembaga ini memiliki peran penting dalam mengatur dan menyetujui produk-produk sebelum mereka dapat dipasarkan di AS. Studi Lembaga FDA (2021), menetapkan empat Prinsip Dasar Higienitas Makanan, yang terdiri dari:

- a. Kebersihan Personal: Penjual atau penangan makanan harus menjaga kebersihan diri, seperti mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir sebelum menyentuh makanan.
 - b. Kebersihan Peralatan: Peralatan masak dan penyajian harus dicuci dan disanitasi secara teratur.
 - c. Penyimpanan Makanan: Makanan harus disimpan pada suhu yang tepat untuk mencegah pertumbuhan bakteri (misalnya, makanan dingin di bawah 5°C dan makanan panas di atas 60°C).
 - d. Pemisahan Makanan Mentah dan Matang: Makanan mentah dan matang harus dipisahkan untuk menghindari kontaminasi silang.
2. Kebersihan lingkungan
- Kebersihan lingkungan berkaitan dengan upaya menjaga lingkungan sekitar agar tetap bersih dan sehat, sehingga mendukung keamanan makanan dan kesehatan masyarakat. Berdasarkan studi kepustakaan dari hasil studi lembaga-lembaga khusus PBB dan Pemerintah AS yang bergerak di bagian perlindungan kesehatan, peningkatan keselamatan masyarakat serta lingkungan, menjabarkan teori dari kebersihan lingkungan, meliputi:
- a. Pengelolaan Sampah:
Sampah yang tidak dikelola dengan baik dapat menjadi sumber kontaminasi makanan dan lingkungan. Sampah organik dapat menarik serangga dan hewan pengerat, yang dapat membawa penyakit (UNEP, 2021).
 - b. Sanitasi Air dan Udara:
Air yang digunakan untuk mencuci bahan makanan atau peralatan harus bersih dan aman. Udara di sekitar tempat pengolahan makanan juga harus bebas dari polutan yang dapat mencemari makanan (WHO, 2020).
 - c. Kebersihan Tempat Pengolahan Makanan:
Tempat pengolahan makanan, seperti dapur atau gerai *Street Food*, harus dijaga kebersihannya. Lantai, dinding, dan permukaan kerja harus mudah dibersihkan dan bebas dari kotoran (FAO, 2019).
 - d. Pencegahan Vektor Penyakit:
Lingkungan yang kotor dapat menjadi tempat berkembang biaknya vektor penyakit seperti lalat, kecoa, dan tikus. Pengendalian vektor ini penting untuk mencegah kontaminasi makanan (CDC, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif dengan fokus kajian yaitu potensi, tantangan, dan strategi higienitas dalam rencana dalam membangun destinasi wisata kuliner yang bersih dan aman untuk dikonsumsi wisatawan. Pengembangan destinasi wisata kuliner dari segi higienitas tentunya melibatkan pengelola dan masyarakat pedagang makanan/UMKM yang menjadi responden yang diambil berdasarkan metode *purposive sampling* yaitu memilih informan kunci berdasarkan tujuan penelitian yang dalam hal ini adalah masyarakat pedagang makanan/UMKM sebanyak 30 responden yang berada di tiga lokasi titik *Street Food* ramai dikunjungi di Kota Manado. Pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara terstruktur dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan untuk kajian penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Kesempatan (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) untuk menemukan strategi yang tepat sebagai masukan untuk higienitas *Street Food* di Kota Manado

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang kaki lima di tempat umum yang dikelola oleh pengelola. Dalam penelitian ini lokasi *Street Food* yang menjadi tempat penelitian adalah *Street Food* di area yang dikelola pemerintah yaitu Malalayang Beach Walk (MBW) sebanyak 10 responden, Kawasan Megamas (Sun Bae) *Street Food* khusus jajanan/*snack* sebanyak 15 responden, dan kios-kios di belakang MTC (Kawasan Megamas) sebanyak 5 responden. Kios-kios yang terletak di Kawasan Megamas dikelola oleh pihak swasta. Sehingga total responden secara keseluruhan adalah 30 responden.

Tabel 4. Distribusi Karakter Responden

Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Daerah Asal	Status Kios	Lokasi <i>Street food</i>
6 laki-laki 4 perempuan	33 thn (2) 32 thn (2) 30 tahun (2) 29 tahun (1) 28 thn (1) 24 thn (1)	SMK (5) SMA (5)	Warna Manado bagian Selatan di sekitar destinasi yaitu Malalayang dan Tateli	Pemilik/penjual (7), Penjual (3)	MBW Malalayang Beach walk
7 perempuan 8 laki-laki	23 thn (5) 24 thn (4) 25 thn (5) 27 thn (1)	S1 (8) D3 (2) SMA (5)	Warga kota Manado dan sekitar kota (Politeknik, Kairagi, Paniki, Tikala, Tuminting, Tomohon)	Pemilik/penjual (3), penjual (12)	Kawasan Megamas -Sun Bae (kuliner jajanan/ makanan ringan)
2 laki-laki 3 perempuan	38 tahun (1) 40 tahun (2) 42 tahun (1) 45 tahun (1)	SMA (3) SMK (1) D3 (1)	Warga kota Manado dan Minahasa	Pemilik/penjual (5)	Kawasan Mega Mas (kuliner khas lokal-MTC)

Sumber: Hasil olah data (2026)

Penelitian kali ini melibatkan 30 responden pekerja usaha *Street Food* di tiga lokasi utama Kota Manado, yaitu Kawasan Manado Bay Walk (MBW), Kawasan Megamas-Sun Bae, dan Kawasan Megamas-MTC. Responden berjumlah 16 laki-laki dan 14 perempuan. Persentase ini menunjukkan bahwa partisipasi pekerja usaha *Street Food* relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan. Keseimbangan ini mendukung opini Nasution (2019) yang menyebutkan bahwa sektor informal bersifat inklusif terhadap *gender*. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada dalam kelompok usia produktif. Responden di kawasan Megamas berusia antara 23 hingga 27 tahun, dan responden di kawasan megamas-MTC 38 hingga 45 tahun. Rentang usia ini menunjukkan bahwa pelaku usaha makanan kaki lima didominasi oleh kelompok usia muda dan dewasa muda, yang dianggap memiliki mobilitas dan fleksibilitas tinggi dalam menjalankan usaha (Sutrisno, 2021). Level pendidikan terakhir bagi responden beragam. Sebanyak 19 orang merupakan lulusan SMA dan SMK, sedangkan 11 orang lainnya adalah lulusan pendidikan tinggi (D3 dan S1). Hal ini menunjukkan bahwa sektor informal tidak hanya menjadi pilihan bagi mereka yang berpendidikan rendah, namun juga menjadi alternatif bagi mereka yang lulusan perguruan tinggi dengan kondisi kesulitan memasuki sektor formal. Hal ini bersinergi dengan temuan studi dari Tambunan (2014) menyoroti peran sektor informal sebagai penyerap tenaga kerja dalam ketidakterediaan lapangan kerja formal. Dari segi daerah asal, responden datang dari berbagai arah di Kota Manado dan sekitarnya. Dalam wilayah Kawasan Megamas didiami oleh pelaku usaha

yang datang dari Kairagi, Paniki, Tikala, Tuminting, dan Tomohon. Berbeda dengan area MBW, responden mayoritas berasal dari Manado bagian selatan, yaitu Malalayang dan Tateli. Hal ini menunjukkan lokasi strategis tersebut seperti pusat perbelanjaan dan daerah wisata menarik pelaku usaha dari latar geografis berbeda-beda, sebagaimana dikemukakan oleh Firman (2017) mengenai urbanisasi dan migrasi internal. Sehubungan status kepemilikan kios, terdapat 7 orang pemilik sekaligus penjual di lokasi MBW, 3 orang di lokasi Sunbae dan 5 orang di lokasi MTC. Sementara perwakilan penjual saja sebanyak 15 orang dan teridentifikasi lokasi terbanyak umumnya berada di Sun Bae 12 orang dengan visual *Street Food: food truck* dengan sajian menu jajanan *lifestyle* kekinian serta di MBW sebanyak 3 orang. Hal ini reflektif pada sifat umum pelaku usaha sektor informal yang lebih cenderung tidak memilikinya sendiri karena belum memenuhi syarat modal (Suharto, 2013). Lokasi penelitian usaha *Street Food* terdapat di tiga lokasi, yaitu Kawasan MBW, Megamas-Sun Bae, dan MTC, semuanya berada di titik strategis dengan tingkat keramaian tinggi. Lokasi-lokasi ini dipilih karena memberikan akses langsung ke konsumen dan meningkatkan potensi penjualan. Temuan ini mendukung pernyataan Yulianti (2020) bahwa pemilihan lokasi sangat memengaruhi keberhasilan usaha kuliner jalanan.

Higienitas *Street Food* dalam Peta Destinasi Wisata Kuliner di Kota Manado

Pemerintah Kota Manado dalam upaya pembentukan dan pengelolaan kawasan Manado *Street Food* mengintegrasikan aktivitas *Street Food* ke dalam peta destinasi wisata kuliner kota dengan menekankan aspek ketertiban umum dan higienitas. Kebijakan yang diterapkan meliputi kewajiban bagi *tenant* untuk menjaga kebersihan lingkungan sebelum dan setelah, memastikan makanan memenuhi prinsip kebersihan dan kesehatan, serta pengaturan waktu operasional mulai pukul 18.00 hingga pukul 05.00. Pengamanan oleh aparat kepolisian dan Satuan Polisi Pamong Praja dilakukan guna menjamin kenyamanan dan keamanan pengunjung. Kebijakan tersebut diperkuat oleh dasar hukum berupa Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 2 Tahun 2019 tentang Ketenteraman dan Ketertiban Umum sebagai landasan penataan dan penertiban pedagang agar berusaha secara tertib sesuai dengan tata ruang kota, serta didukung oleh program edukasi keamanan pangan yang dilaksanakan oleh instansi terkait seperti Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) untuk meningkatkan pemahaman pedagang mengenai sanitasi dan keamanan pangan. Keberagaman kuliner lokal, lokasi yang strategis di pusat kota, serta budaya makan masyarakat menjadi kekuatan yang didukung oleh tren wisata kuliner berbasis pengalaman. Namun, temuan lapangan menunjukkan masih terdapat kelemahan pada aspek higienitas, seperti keterbatasan fasilitas pencucian peralatan, rendahnya penerapan kebersihan diri pedagang, dan potensi risiko kontaminasi makanan. Oleh karena itu, kebijakan penataan kawasan, pengaturan jam operasional, penegakan ketertiban melalui peraturan daerah, serta program edukasi keamanan pangan berperan penting dalam mengurangi risiko kesehatan dan menghadapi persaingan dengan destinasi kuliner lain. Penelitian ini mengeksplorasi kondisi higienitas *Street Food* dalam konteks destinasi wisata kuliner di Kota Manado.

Temuan lapangan menunjukkan adanya dinamika praktik kebersihan yang dipengaruhi oleh karakteristik lokasi, jenis makanan, dan kebiasaan pedagang. Di satu sisi, *Street Food* menjadi daya tarik utama karena keunikan rasa dan kedekatannya dengan budaya lokal. Di sisi lain, aspek higienitas masih menjadi tantangan yang perlu mendapat perhatian lebih serius. Wisatawan menunjukkan kecenderungan untuk lebih selektif terhadap *Street Food* yang dinilai bersih dan aman. Hal ini menempatkan higienitas sebagai faktor kunci dalam keberlanjutan wisata kuliner. Dengan mengeksplorasi kondisi tersebut, penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penerapan higienitas *Street Food*. Hasil eksplorasi ini selanjutnya

dirangkum dalam analisis SWOT guna merumuskan arah pengelolaan *Street Food* yang lebih berkelanjutan.

Identifikasi Faktor Internal

Identifikasi faktor internal dilakukan untuk mengetahui kondisi aktual *Street Food* dalam peta destinasi wisata kuliner Kota Manado, yang mencakup kekuatan dan kelemahan dari aspek produk, pelaku usaha, serta penerapan higienitas sebagai dasar dalam perumusan strategi pengembangan yang tepat. Berikut tabel faktor internal yang ditemukan berdasarkan observasi dan wawancara di lapangan kepada responden yang dalam hal ini pemilik kios dan penjual.

Tabel 5. SWOT Faktor Internal Higienitas *Street Food*

Faktor	Temuan
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"> <i>Street Food</i> Manado menawarkan berbagai hidangan khas lokal yang lekat dengan unsur tradisi dan budaya Peluang pasar wisatawan untuk wisata kuliner dan ini didukung oleh hasil research, dengan temuan 70% wisatawan domestik mengunjungi Manado untuk mencicipi kuliner jalanan yang tidak ditemukan di daerah lain (Wowor <i>et al.</i>, 2021) <i>Street Food</i> Manado mengakomodir kondisi budaya modern dan <i>trend</i> generasi muda dalam suasana café untuk makan minum, nongkrong bersama keluarga dan teman. sambil menikmati suasana pinggir pantai dan suasana kota di malam hari sebagai produk wisata berbasis pengalaman (<i>experience-based tourism</i>) dan wisata kuliner malam (<i>night food tourism</i>) Lokasi penjualan yang tersebar di pusat kota <i>Street Food</i> di Manado dijual dengan harga yang relatif murah
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya kesadaran pedagang, dimana sebagian pedagang belum menerapkan prosedur keamanan pangan, seperti mencuci tangan dan menggunakan alat pelindung diri (Rahayu <i>et al.</i>, 2020). Infrastruktur Terbatas – Minimnya akses air bersih dan tempat cuci peralatan di lokasi penjualan (Studi Lapangan Dinas Kesehatan Manado, 2023). Risiko Kontaminasi – Penelitian Samadi <i>et al.</i> (2022) menemukan bahwa 30% sampel <i>Street Food</i> di Manado mengandung bakteri E. coli akibat penyimpanan yang tidak higienis. Bahan makanan terpapar debu dan polusi Penanganan limbah sampah oleh pihak pengelola yang kurang profesional, mulai dari tempat sampah, upaya penerapan penggolongan sampah serta petugas dan pengangkutan

Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi faktor eksternal dilakukan untuk menganalisis berbagai peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan di luar pelaku *Street Food*, termasuk dinamika pariwisata, kebijakan pemerintah, tren wisata kuliner, serta isu kesehatan dan persaingan destinasi, yang memengaruhi pengembangan higienitas *Street Food* di Kota Manado. Hasil temuan dilapangan terkait faktor eksternal sebagai berikut:

Tabel 6. SWOT Faktor Eksternal Higienitas *Street Food*

Faktor	Temuan
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ol style="list-style-type: none"> Tren <i>food tourism global</i> bisa dimanfaatkan dengan mengemas produk wisata <i>Street Food</i> sebagai <i>experiential tourism</i> melalui kalender event tahunan program Manado <i>Street Food</i> Festival. Menjadikan manado sebagai destinasi wisata kuliner yang berbasis pengalaman (<i>experience-based tourism</i>) yang didukung oleh lokasi <i>Street Food</i>, berada di pinggir pantai dan wisata kuliner malam (<i>night food tourism</i>) yang menawarkan suasana malam di Kota Manado.

	3. Budaya makan yang kuat dan hidup dalam masyarakat Manado, menciptakan atmosfer kuliner yang ramai dengan potensi berkembangnya UMKM <i>Street Food</i> serta berkembangnya budaya berwisata kuliner di komunitas masyarakat lokal.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keracunan makanan akibat bakteri (<i>E. coli</i>, salmonella) dapat menimbulkan kasus yang merugikan wisatawan 2. Persaingan dengan destinasi Wisata Kuliner yang penyelenggaraannya lebih mapan di kota-kota lain di Indonesia, khususnya pasar wisata kuliner untuk wisatawan nasional dan internasional. 3. Generasi muda dan wisatawan internasional semakin peduli dengan makanan sehat, higienis, dan ramah lingkungan, sehingga issue higienitas dapat menjatuhkan citra pariwisata Kota Manado 4. Kebiasaan menggunakan wadah <i>styrofoam</i> dan plastik sekali pakai di warung <i>Street Food</i> bisa mengurangi daya tarik bagi wisatawan <i>eco-conscious</i>.

Matriks SWOT Higienitas *Street Food* dalam Peta Destinasi Wisata Kuliner Kota Manado

Matriks SWOT disusun untuk mengintegrasikan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan higienitas *Street Food* dalam peta destinasi wisata kuliner Kota Manado secara terarah dan berkelanjutan.

Tabel 7. Matrix SWOT

Internal	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)
External	Hasil Matrix SWOT	Hasil Matrix SWOT
<i>Opportunities</i> (Peluang)	Strategi SO (<i>Strength-Opportunity</i>): <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan wisata kuliner malam berbasis pengalaman (<i>night food tourism</i>). 2. Mengemas <i>Street Food</i> sebagai atraksi budaya melalui festival dan paket wisata kuliner. 3. Memanfaatkan promosi digital untuk menonjolkan keunikan rasa dan budaya lokal. 	Strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>): <ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan pelatihan dan sertifikasi higienitas bagi pedagang. 2. Menjadikan sertifikasi sebagai syarat keterlibatan dalam event wisata kuliner. 3. Memanfaatkan tren wisata kuliner untuk mendorong peningkatan kualitas layanan.
<i>Threats</i> (Ancaman)	Strategi ST (<i>Strength-Threat</i>): <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun branding <i>Street Food</i> Manado yang aman dan autentik. 2. Menekankan citra “pedas, autentik, dan higienis” dalam promosi. 3. Menyertakan edukasi proses pengolahan dan bahan lokal di media promosi. 	Strategi WT (<i>Weakness-Threat</i>): <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan standar minimum kebersihan dan keamanan pangan. 2. Menata pengelolaan limbah dan pengurangan plastik sekali pakai. 3. Memulai penerapan dari kawasan <i>Street Food</i> percontohan.

Matriks SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk merumuskan arah pengembangan higienitas *Street Food* di Kota Manado dalam konteks wisata kuliner. Hasil analisis menunjukkan bahwa keberagaman kuliner khas, cita rasa yang kuat, serta budaya makan malam yang hidup merupakan kekuatan utama *Street Food* Manado. Kekuatan tersebut sejalan dengan meningkatnya tren wisata kuliner dan *night food tourism*, sehingga *Street Food* berpotensi dikembangkan sebagai atraksi wisata berbasis pengalaman melalui festival kuliner, paket wisata, dan promosi digital yang menonjolkan identitas budaya lokal.

Di sisi lain, masih terdapat kelemahan pada praktik higienitas pedagang dan keterbatasan fasilitas pendukung, yang berpotensi memperkuat persepsi negatif terkait keamanan pangan. Oleh karena itu, penguatan branding kuliner yang autentik dan higienis perlu disertai dengan penerapan pelatihan, sertifikasi higienitas, serta standar kebersihan minimum yang dimulai dari kawasan

percontohan. Pendekatan ini menjadi langkah realistis untuk memastikan pengembangan *Street Food* yang berdaya saing sekaligus berkelanjutan dalam mendukung citra pariwisata Kota Manado

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Street Food* di Kota Manado memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner, terutama wisata kuliner malam, yang ditopang oleh keberagaman kuliner khas, cita rasa yang kuat, dan budaya makan masyarakat yang hidup. Potensi tersebut sejalan dengan meningkatnya tren wisata kuliner berbasis pengalaman dan keautentikan lokal. Namun, pengembangan *Street Food* masih dihadapkan pada persoalan higienitas, khususnya rendahnya kesadaran keamanan pangan dan keterbatasan fasilitas pendukung. Oleh karena itu, peningkatan higienitas perlu diposisikan sebagai bagian strategis dari pengembangan wisata kuliner, bukan sekadar aspek teknis, guna menjaga kepercayaan wisatawan dan keberlanjutan citra pariwisata Kota Manado.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pemerintah daerah mendorong peningkatan higienitas *Street Food* melalui pelatihan dan sertifikasi pedagang yang disertai penyediaan fasilitas sanitasi dasar di kawasan kuliner. Selain itu, penguatan *branding Street Food* Manado sebagai kuliner yang autentik dan higienis, serta penerapan standar kebersihan minimum yang dimulai dari kawasan percontohan, perlu dilakukan secara bertahap untuk mendukung daya saing wisata kuliner secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiero, S., Bonadonna, A., Cane, M., & Giudice, A. L. (2019). *Street food: A tool for promoting tradition, territory and tourism*. Turin: University of Turin.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik penyediaan makanan dan minuman tahun 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Briliana, V., Prasetyo, A. B., & Prasastyo, K. W. (2023). How Indonesian street food stalls inspire post-pandemic Indonesian tourism. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 30–39. <https://doi.org/10.24912/jmie.v7i1.23355>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2022). *Foodborne germs and illnesses*. <https://www.cdc.gov>
- Fellows, P., & Hilmi, M. (2012). *Selling street and snack foods*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Firman, T. (2017). *Urbanisasi dan permasalahan perkotaan di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Food and Agriculture Organization. (2007). *Promoting healthy diets to prevent and control obesity and related chronic diseases*. Rome: FAO.
- Food and Agriculture Organization. (2019). *Guidelines on food hygiene for small businesses*. Rome: FAO. <https://www.fao.org>
- Food and Drug Administration. (2021). *Food code: Best practices for food safety*. <https://www.fda.gov>
- Grand View Research. (2023). *Street food market size, share & trends analysis report*.
- Henderson, J. C. (2017). Street food, culture and urban tourism in Southeast Asia. *International Journal of Food Tourism*, 3(1), 3–13.
- Jeaheng, Y., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on

- traveler behavioral intention. *Sustainability*, 15(3), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su15032307>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Survei preferensi wisatawan terhadap street food*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Nasution, D. (2019). Partisipasi perempuan dalam sektor informal urban. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 17(2), 123–136.
- Steyn, N. P., McHiza, Z. J., & Hill, J. (2014). Nutritional contribution of street foods to the diet of people in developing countries: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 17(6), 1363–1374. <https://doi.org/10.1017/S1368980013001158>
- Suharto, E. (2013). *Pembangunan, masyarakat, dan kesejahteraan sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sutrisno, B. (2021). Peran generasi muda dalam usaha mikro kuliner di kawasan urban. *Jurnal Sosial Humaniora*, 26(1), 58–66.
- Tambunan, T. (2014). *Usaha mikro kecil menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- United Nations Environment Programme. (2021). *Waste management and its impact on food safety*. <https://www.unep.org>
- Wondirad, A. N., & Verheye, G. (2018). Does gastronomy determine visitors' holiday destination choice? *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 100619. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.05.003>
- World Health Organization. (2020b). *Food safety: What you should know*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>
- World Tourism Organization. (2021). *Global report on food tourism*. <https://www.unwto.org>