

8

***STREET FOOD* SEBAGAI WARISAN LOKAL DALAM BALUTAN MODERNITAS: STUDI BANDING SURABAYA & BUSAN-KOREA SELATAN**

DIENA OKTAFINA HANIM

Received: 2 January 2025, Accepted: 19 February 2025, Published: 30 Maret 2025

Ed. 2025; 7 (2): 136-140

Abstract

Street food is more than just roadside culinary offerings; it reflects cultural values, local identity, and social dynamics in urban societies. This study compares the street food phenomena in two major Asian port cities—Surabaya (Indonesia) and Busan (South Korea)—each with its own cultural uniqueness, as well as distinct challenges and opportunities in navigating modernization and globalization. Employing a qualitative library research method, this study explores how street food evolves from traditional roots into a modern urban identity with strong visual and economic appeal. In Surabaya, street food embodies a blend of local cultural heritage and modern elements, while in Busan, it reflects the efficiency and aesthetic preferences characteristic of Korean urban life. The findings reveal that street food in both cities serves not only as a culinary attraction but also as a tool for strengthening local economies and promoting cultural tourism.

Keywords: street food, local culture, modernization, Surabaya, Busan, culinary, tourism.

PENDAHULUAN

Kuliner jalanan atau *street food* merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan perkotaan di banyak negara, terutama di Asia. Menurut Eko Prastius, *Street food* atau jajanan jalana diartikan sebagai makanan maupun minuman yang dijual oleh pedagang kaki lima di tempat umum seperti taman, lapangan, bazar maupun trotoar jalanan umum (EKO PRASTIUS DAN DELI, 2022). Fenomena ini tidak hanya menawarkan kelezatan makanan yang terjangkau, tetapi juga menjadi refleksi dari identitas budaya, sejarah, dan dinamika sosial masyarakat setempat.

Kota Surabaya di Indonesia dan Busan di Korea Selatan adalah dua kota pelabuhan besar yang memiliki sejarah panjang dan kaya akan tradisi kuliner jalanan. Di Surabaya, saat ini banyak ditemukan kuliner jalanan seperti *rujak cingur*, *lontong balap*, dan *tabu tek* yang menjadi simbol percampuran budaya Jawa, Madura, dan Tionghoa yang telah berlangsung se-

lama berabad-abad. Sementara itu, di Busan, kota yang dikenal dengan pasar makanan lautnya seperti *Jagalchi Market*, *street food seperti eomuk (fish cake)*, *hotteok*, dan *tteokbokki* mencerminkan kebiasaan makan masyarakat urban Korea yang cepat dan praktis, tetapi tetap sarat makna tradisional.

Saat ini, sangat mudah menemukan penjual jajanan Korea di Surabaya, mulai dari restoran, pusat perbelanjaan maupun *street food*. Kuliner khas Korea yang sering ditemui yaitu *tteokbokki* (kue beras dengan saus gochujang yang memiliki rasa pedas manis gurih), *ramyeon* yang dengan mudah ditemukan pada supermarket maupun toko *online*, *odeng (fishcake)* serta *kimchi*. Hal tersebut menurut Rahmayanti, dkk dalam jurnalnya menyatakan bahwa sebagai salah satu dari perilaku imitasi kuliner yang merupakan dampak dari imitasi drama korea (RAHMAYANTI et al., 2023).

Semakin berkembangnya zaman, kuliner jalanan sudah mengalami perkembangan pula. Begitu pula dengan jenis promosi untuk memperkenalkan produk maupun kegiatan yang juga merupakan bagian dari wisata. Sejalan dengan hal tersebut, Untoro menjelaskan bahwa jenis promosi wisata menggunakan media visual cukup menarik perhatian dan relatif efektif meskipun visualisasi tersebut terbatas pada subjektivitas penyaji (UNTORO, 2018). Banyak ditemukan tempat kuliner jalanan yang populer di kota Surabaya, sebut saja Makodam dan Jalan Tunjungan yang saat ini menjadi ikon wisata kuliner.

Variasi jenis jajanan juga semakin berkembang mengikuti kegemaran dan yang menjadi *trend* di kalangan remaja yang menjadi pangsa utama para penggemar *street food*. Jajanan jalanan yang ditemui saat ini tidak hanya hasil akulturasi budaya Jawa, Madura, dan Tionghoa saja. Akan tetapi, beralih ke kota atau negara yang menjadi idola mereka, seperti Korea Selatan yang terkenal dengan *kimchi*-nya.

Secara umum, tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis karakteristik *street food* di kota Surabaya dan Busan, Korea Selatan, sebagai cerminan budaya lokal masing-masing. Secara akademis, penelitian tersebut dapat memberikan manfaat terhadap kajian budaya populer dan urban, khususnya di bidang kuliner dan pariwisata budaya dan untuk masyarakat umum dapat menumbuhkan kesadaran bahwa *street food* bukan sekadar makanan murah, tetapi juga representasi identitas budaya yang perlu dihargai dan dilestarikan. Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) bagaimana *street food* di kedua wilayah ini mencerminkan budaya lokal masing-masing? dan (2) bagaimana mereka beradaptasi di tengah arus modernisasi?

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi pustaka. Menurut Adlini, dkk (ADLINI et al., 2022) menyatakan dalam jurnalnya bahwa studi pustaka (*library research*)

adalah metode pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut sehingga dalam artikel ini pengumpulan data yang diperoleh berasal dari buku, jurnal maupun penelitian sebelumnya yang bermanfaat untuk menentukan gagasan penulisan berikutnya.

Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif (ADLINI et al., 2022) sehingga hasil yang diperoleh berupa hasil tafsiran dari fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode.

Menurut CRESWEL (dalam, ADLINI et al., 2022) menjelaskan penelitian kualitatif di antaranya yaitu (1) identifikasi masalah; peneliti harus memulai apa yang menjadi sasaran penelitian, artinya menyangkut spesifikasi isu/ fenomena yang hendak dipelajari/ diteliti. (2) *Literature review* (penelusuran pustaka); bagian ini peneliti harus mencari bahan atau sumber bacaan yang terkait fenomena yang akan diteliti, sehingga peneliti harus dapat menemukan kebaruan (*novelty*) atau kelebihan dari penelitiannya dengan penelitian sebelumnya. (3) Menentukan tujuan penelitian; peneliti harus mengidentifikasi maksud/tujuan utama dari penelitiannya. (4) Pengumpulan data; peneliti harus memperhatikan dalam memilih dan menentukan objek/partisipan yang potensial, guna menjangkau kemampuan partisipan untuk terlibat secara aktif dalam penelitian. (5) Analisis dan interpretasi data (*interpretation*); data yang telah diperoleh oleh peneliti kemudian dianalisis atau ditafsirkan sehingga menghasilkan gagasan atau teori baru. (6) Pelaporan; peneliti membuat laporan hasil penelitiannya dengan corak deskripsi, karena menggunakan metode kualitatif sehingga membutuhkan penggambaran secara luas dalam laporannya dan harus memosisikan pembaca seolah-olah sebagai orang yang terlibat dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dap-

at diketahui bahwa *Street Food* di Surabaya banyak mengandalkan bahan lokal seperti petis, taugé, lontong, dan kerupuk, dengan cita rasa gurih dan pedas yang kuat. Pedagang biasanya berjualan menggunakan gerobak atau tenda sederhana di pinggir jalan, terutama di dekat pasar tradisional dan pusat keramaian.

Saat ini, pusat *street food* pun semakin berkembang seperti yang terdapat di jalan Tunjungan, Surabaya tidak hanya dikenal sebagai salah satu kawasan bersejarah dan pusat perbelanjaan kota, tetapi juga sebagai surga kuliner jalanan yang menggoda selera. Di sepanjang jalan ini, deretan pedagang kaki lima menawarkan beragam *street food* khas Surabaya. Akan tetapi saat ini jenis jajanan yang dijual semakin beragam mengikuti perkembangan trend saat ini yang diadaptasi dari jajanan berasal dari jajanan Korea dan Jepang.

Aroma menggoda dari makanan yang dimasak langsung di tempat membuat suasana semakin hidup, apalagi saat malam hari ketika lampu-lampu jalan mulai menyala. Selain cita rasa yang khas dan menggugah selera, harga makanan di kawasan ini juga relatif terjangkau, menjadikannya favorit warga lokal maupun wisatawan. Mencicipi *street food* di Jalan Tunjungan bukan sekadar urusan perut, tetapi juga pengalaman budaya yang autentik dari kota Pahlawan.

Sementara di Busan, *street food* sangat dipengaruhi oleh budaya pesisir, dengan banyak pilihan makanan laut olahan. Busan terkenal dengan berbagai variasi *eomuk* (*fish cake*) yang dijual di kios-kios kecil di sepanjang pasar. Estetika penyajian yang rapi dan kebersihan menjadi nilai penting, seiring dengan kebiasaan masyarakat Korea yang sangat memperhatikan penampilan dan kualitas makanan. Maka dari itu, menurut Wachyuni, dkk (WACHYUNI et al., 2023) menyatakan bahwa makanan tradisional yang mewakili suatu budaya digunakan sebagai alat promosi untuk menarik dan menjadi stimulasi kunjungan wisata ke destinasi asal makanan tersebut diproduksi.

Street food tidak hanya menggoda selera, tetapi juga menjadi cermin hidup dari nilai-nilai

budaya yang mengakar dalam suatu masyarakat. di Jalan Tunjungan, Surabaya sebagai salah satu kawasan ikonik yang kini dipenuhi jajanan kaki lima. Tampak di dalamnya budaya kekeluargaan, kehangatan, dan keramahan menjadi bagian dari pengalaman kuliner. Makanan diujakan dengan tampilan lebih modern dan kekinian oleh pedagang yang sering mewarisi resep turun-temurun. Interaksi antara penjual dan pembeli bersifat akrab, bahkan sering bercampur dengan canda gurau, mencerminkan nilai gotong royong, dan kekompakan khas masyarakat Jawa Timur. Akan tetapi, tampilan *street food* yang ada di jalan Tunjungan sebagai perpaduan budaya lokal Surabaya dengan budaya asing, seperti yang ada di Korea Selatan.

Model *street food* di jalan Tunjungan Surabaya menawarkan konsep yang menarik dengan perpaduan antara nuansa modern dan tradisional. Tidak hanya berupa gerobak kaki lima seperti pada umumnya, banyak pedagang yang kini menggunakan booth bergaya minimalis atau *food truck* dengan desain kekinian, menciptakan suasana kuliner yang lebih tertata dan Instagramable. Beberapa titik di sepanjang jalan bahkan dirancang seperti *food court* terbuka, lengkap dengan tempat duduk dan pencahayaan tematik yang menambah kenyamanan pengunjung. Meski tampil lebih modern, sajian kulinernya tetap mempertahankan cita rasa khas Surabaya yang otentik. Model *street food* seperti ini tidak hanya menarik bagi generasi muda, tetapi juga menjadi daya tarik wisata kuliner baru yang memadukan pengalaman makan, nongkrong, dan eksplorasi budaya lokal dalam satu tempat.

Street food di Busan menunjukkan nilai efisiensi, kepraktisan, dan ke higienisan yang tinggi, mencerminkan nilai-nilai dalam budaya kerja Korea yang cepat dan dinamis. Makanan yang mudah dibawa dan cepat dimakan sangat cocok dengan gaya hidup urban masyarakat Korea Selatan. Penjual melayani dengan cepat dan bersih, sesuai dengan nilai kerja keras dan ketertiban yang dipegang teguh oleh masyarakat Korea.

Baik di jalan Tunjungan maupun Busan, *street food* merepresentasikan lebih dari sekadar makanan—ia adalah narasi budaya yang hidup. Dari rasa, tampilan, hingga cara bertransaksi, semuanya menyimpan pesan tentang siapa kita, dari mana kita berasal, dan cara kita memaknai kebersamaan di ruang publik.

Street food di jalan Tunjungan, Surabaya dan kota Busan, Korea Selatan, masing-masing menghadapi tantangan dan peluang masing-masing. Seiring dengan perkembangan zaman, pariwisata, serta perubahan gaya hidup masyarakat. Di jalan Tunjungan, revitalisasi kawasan ini menjadi destinasi wisata sejarah dan kuliner memberi peluang besar bagi pelaku UMKM makanan kaki lima. Popularitasnya yang meningkat menarik wisatawan lokal dan mancanegara, menciptakan potensi ekonomi yang kuat. Namun, tantangannya terletak pada aspek penataan dan kebersihan. Pedagang seringkali belum memiliki fasilitas yang memadai, dan masih banyak yang perlu didorong untuk meningkatkan standar higienis serta tampilan usaha agar bisa bersaing secara profesional di era wisata modern.

Sementara itu, di Busan, peluang *street food* berkembang pesat seiring minat wisatawan asing yang tinggi terhadap budaya Korea, termasuk kulinernya. Kawasan seperti Nampo-dong dan Haeundae menjadi pusat *street food* yang ramai, dengan makanan yang telah mengalami inovasi agar lebih menarik bagi pasar global. Keunggulan Busan adalah dalam pengelolaan: pemerintah daerah memberi dukungan berupa fasilitas, izin usaha, dan pelatihan kepada pedagang. Namun, tantangannya muncul dari meningkatnya persaingan dan tekanan dari komersialisasi. Banyak pelaku *street food* lokal harus beradaptasi agar tetap otentik. Namun, tetap relevan di tengah pasar yang terus berubah dan semakin kompetitif.

Kedua kota ini menunjukkan bahwa *street food* bukan hanya soal makanan murah di pinggir jalan, melainkan bagian dinamika ekonomi kreatif dan identitas kota. Dengan pengelo-

laan yang baik, *street food* dapat menjadi wajah budaya yang menjanjikan baik dari sisi pariwisata maupun pemberdayaan ekonomi lokal.

PENUTUP

Street food di Jalan Tunjungan, Surabaya dan Busan, Korea Selatan merupakan refleksi budaya yang hidup dan dinamis, mencerminkan identitas lokal masing-masing. Di Surabaya, *street food* berkembang dengan perpaduan nuansa tradisional dan modern, menawarkan cita rasa khas lokal dengan sentuhan global, serta menyajikan pengalaman kuliner yang sarat nilai kekeluargaan dan budaya Jawa Timur. Sementara itu, *street food* di Busan menonjolkan efisiensi, kebersihan, dan inovasi dalam penyajian makanan laut, sejalan dengan gaya hidup urban Korea. Keduanya menunjukkan potensi besar sebagai daya tarik wisata dan kekuatan ekonomi kreatif, meskipun menghadapi tantangan berbeda seperti penataan dan higienitas di Surabaya serta komersialisasi dan persaingan di Busan. Dengan pengelolaan yang tepat, *street food* bisa menjadi alat promosi budaya sekaligus penggerak ekonomi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- ADLINI, M. N., DINDA, A. H., YULINDA, S., CHOTIMAH, O., & MERLIYANA, S. J.
2022. *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka*. Edumaspul: Jurnal Pendidikan, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- EKO PRASTIUS, & DELI.
2022. *Perancangan Media Fotografi Makanan sebagai Rekomendasi Jajanan Jalanan di Batam menggunakan Metode IDI*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 13(1), 54–69. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v13i1.306>
- RAHMAYANTI, A. I., M., M. G., BAHAR, A., & PURWIDIANI, N.
2023. *Pengaruh Drama Korea terhadap Minat Beli Korean Food Pada Mahasiswa Surabaya*. Jurnal Tata Boga, 12(2), 1–7.

UNTORO, R.

2018. *Penggambaran Alam dalam Sastra Jawa Kuno dan Jawa Modern Sebagai Promosi Wisata*. *Kadera Bahasa*, 9(2), 107–114. <https://doi.org/10.47541/kaba.v9i2.10>

WACHYUNI, S. S., ZEPHIRA AISYA DALIMARTA, FERNANDA STEFANI, HAPSARI NINDYA KINASIH, LIEM CHRISTINA PUSPITASARI, & MUHAMMAD FARREL ALDEAN HERMANTO.

2023. *Pengaruh Makanan Tradisional pada Drama Korea Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan*. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(1), 31–46. <https://doi.org/10.35814/tourism.v11i1.4596>