ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.12, November 2026

Sinergi Kopi Lokal dan Patiseri Tradisional Dalam Penguatan Daya Tarik Wisata Kuliner Berkelanjutan di Kota Medan

Timba Yosep Dudedes[1], Rudy Pramono[2]
[1]Universitas Pelita Harapan, Indonesia
[2]Universitas Pelita Harapan, Indonesia
E-mail: yosep.timba@uph.edu[1], Rudy.Pramono@uph.edu[2]

Article History:
Received: 23 Oktober 2026
Revised: 26 Oktober 2026
Accepted: 03 November 2026

Keywords: *Kopi Lokal, Patiseri Traditional, Wisata Kuliner, Medan.*

Abstrak: *Penelitian ini dilatarbelakangi akan urgensi untuk memperkuat dan mengangkat identitas kuliner lokal khas Sumatera Utara, khususnya Medan sebagai salah satu bagian penting dalam pengembangan pariwisata berbasis kuliner. Kuliner yang diangkat bukanlah kuliner yang telah mendapatkan tempat, namun peneliti hendak menawarkan pengalaman kuliner berbeda melalui upaya sinergisitas. Upaya sinergi ini diyakini dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat citra kota Medan sebagai destinasi wisata kuliner yang otentik dan berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi upaya kolaboratif antara kopi dan patiseri tradisional serta menganalisis bagaimana kedua produk ini dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi langsung serta melakukan kajian literatur terkait topik ini serta diujia dengan menggunggunakan triangulasi sumber. Luaran dari hasil penelitian ini dapat meliputi: model kolaborasi antara industri kopi lokal dan patiseri tradisional, rekomendasi strategi branding kuliner di Medan yang berbasis identitas lokal serta publikasi ilmiah mengenai sinergi kopi lokal dan patiseri tradisonal khas Sumatera sebagai daya tarik wisata kuliner.*

PENDAHULUAN

Pariwisata berkelanjutan kini menjadi fokus pembangunan destinasi global, menekankan pelestarian budaya lokal dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penerapan pariwisata berkelanjutan di Indonesia sendiri mengacu pada empat pilar pariwisata berkelanjutan yang dirumuskan di dalam peraturan Menteri Pariwisata No 14 tahun 2016 tentang pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan [1]. Upaya pelestarian budaya lokal dan pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak selalu berkaitan dengan sebuah tempat wisata, namun juga tercermin dalam makanan dan minuman. Makanan dan minuman merupakan komponen penting dalam industri pariwisata. Tercatat bahwa dalam struktur pengeluaran wisatawan mancanegara di Indonesia, kedua komponen ini menempati posisi terbesar kedua setelah akomodasi dan menyumbang sekitar 19,33% dari total pendapatan sektor pariwisata, diikuti dengan meningkatnya kunjungan

wisatawan [2]. Data lainya mencatat kontribusi *food and beverage* dalam sektor pariwisata [3].

Faktar tersebut kian menguat seiring berkembangnya wisata kuliner (*food tourism*), yaitu perjalanan yang motivasi utamanya adalah menikmati ragam dan kekayaan makanan dan minuman khas suatu daerah. Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata kuliner (*food tourism*) berkat keragaman etnis dan budayanya, yang masing-masing melahirkan kuliner khas. Pertumbuhan wisata kuliner juga membuka peluang untuk memperkenalkan makanan tradisional Indonesia ke pasar global sekaligus memperkuat daya tarik destinasi bagi wisatawan mancanegara. Selain berkontribusi pada peningkatan pendapatan negara dan daerah, daya tarik kuliner juga dapat mendorong pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat lokal. Wisata kuliner yang perlu dikuatkan secara dasar ialah kopi khas Sumatera dan patiseri atau jajanan pasar sebagai produk lokal di Indonesia.

Di Indonesia, sejumlah kedai kopi legendaris telah menjadi identitas dan ikon di setiap daerah, mencerminkan kekayaan serta dinamika sosial masyarakat suatu daerah contohnya kota Medan. Kota Medan dikenal dengan budaya kedai kopi yang legendaris yang masih eksis sampai saat ini antara lain: Warung Tinggi Tek Sun Ho (Jakarta; sejak 1878), Kedai Kopi Apek (Medan; sejak 1919) Warung Kopi Ake (Belitung; sejak 1921), Kedai Kopi Massa Kok Tong (Pematangsiantar; sejak 1925), Kedai Es Kopi Tak Kie (Jakarta; sejak 1927), Warung Kopi Purnama (Bandung; sejak 1930), Warung Kopi Nan Yo (Padang; sejak 1932), Warung Kopi Phoenam (Makassar; sejak 1946), Warung Kopi Kim Teng (Pekanbaru; sejak 1950), Kopi Solong (Banda Aceh; sejak 1974) [4]. Kehadiran kedai kopi adalah bukti warisan budaya, sejarah masa lalu serta identitas, menjadi upaya mempertahankan dan melestarikan produk dan kuliner lokal seperti kopi dan jajanan pasar.
Perubahan perilaku terhadap budaya nongkrong di kedai kopi menjadi gaya hidup baru, tidak hanya bagi pecinta kopi, tetapi juga bagi anak muda yang menjadikan coffee shop sebagai tempat bekerja, belajar, dan bersosialisasi. Hal ini diperkuat dengan data dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 terdapat sebanyak 2.777.059-unit usaha yang tergolong dalam kategori kedai, kafe, bar, serta jenis usaha sejenis lainnya yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia [5]. Berkembangnya kafe-kafe dengan gaya modern tidak terlepas dari permintaan pasar dan fenomena terhadap preferensi masyarakat yang berubah dengan pertimbangan atmosphere dan vibes yang berbeda. Laporan Grand View Research (2025) menunjuhkan bahwa nilai pasar kopi dunia pada tahun 2024 mencapai USD 269,27 miliar dan akan mengalami pertumbuhan hingga mencapai USD 369,46 miliar pada tahun 20230 [6]. Menurut data dari Asosiasi Kopi dan Coklat Indonesia, jumlah kedai kopi di Indonesia telah mencapai sekitar 10.000 unit, dengan tingkat konsumsi yang cukup tinggi yakni sebesar 4,8 juta kantong atau sekitar 288.000-ton kopi selama periode 2024-2025 [7]. Data di atas menunjuhkan bahwa tingginya tingkat produksi kopi diikuti juga dengan tungginya tingkat konsumsi. Eksistensi kedai kopi tradisional dan legendaris yang menjadi isu yang vital mengingat nilai dan identitas budaya, historis dan kuliner lokal khas Medan. Salah satu jenis kuliner lokal yang sering menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke kota Medan adalah kopi lokal dan patiseri tradisonal khas Medan. Menurut Berg dan Sevón (dalam Tyas, 2017), makanan merupakan bagian integral dari budaya karena merepresentasikan warisan historis dan nilai-nilai otentik dari suatu daerah. Makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya, tetapi juga sebagai warisan budaya yang memiliki potensi untuk terus hidup dan berkembang melalui peran sektor pariwisata, industri kreatif [8]. Oleh karena itu, penelitian ini dinilai sangat penting dalam upaya pelestarian kuliner lokal yang berkelanjutan di kota Medan.

LANDASAN TEORI

Wisata Kuliner

Wisata kuliner (*culinary tourism*) merupakan tren yang relatif baru dalam dunia pariwisata. Istilah ini diperkenalkan oleh Lucy Long, asisten profesor bidang *Food and Culture* di Bowling Green State University, Ohio, pada tahun 1998 (Long, 1998). Long mendefinisikan wisata kuliner sebagai kegiatan wisatawan dalam menjelajahi cita rasa makanan serta kebiasaan makan suatu daerah (Long, 1998; dikutip dalam Muliani, 2019). Kebiasaan makan dan minum suatu daerah membentuk budaya, budaya kemudian dilestarikan sehingga terus berlanjut. Budaya pergi mengunjungi warung/kedai sekedar minum kopi membentuk pola dan identitas sebuah daerah dalam hal ini kota Medan. Kopi hitam khas Sumatera dan jajanan pasar tradisional melengkapi pagi untuk memulai hari.

Daya Tarik Kuliner

Kuliner menjadi salah satu elemen pengalaman berwisata yang mampu menegaskan identitas sebuah destinasi. Dalam kerangka *food tourism*, Hall dan Sharples (2003) memandang wisata kuliner sebagai perjalanan yang dimotivasi oleh keinginan untuk merasakan makanan dan minuman khas suatu daerah. Kivela dan Crotts (2006) menunjukkan bahwa pengalaman gastronomi berkontribusi pada kepuasan wisatawan, sebab hidangan lokal membuka jalan bagi mereka untuk memahami budaya dan karakter wilayah yang dikunjungi. Karena itu, kuliner khas daerah bernilai tidak hanya sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai penanda budaya dan sumber manfaat ekonomi. Produk Kopi lokal dan Patiseri tradisional adalah contoh dari beberapa kuliner khas kota Medan. Kedua produk memberi identitas dan karakteristik daerah, melengkapi pengalaman berkunjungan wisatawan ke kota Medan dan sekaligus memberi kehidupan bagi pelaku usaha lokal. Kolaborasi ini membentuk sebuah daya tarik dan pola keberlanjutan.

Sinergi dan Kolaborasi

Kearifan lokal mencakup pengetahuan tradisional, nilai budaya, praktik sosial, teknik pengolahan makanan, pemanfaatan bahan baku setempat, dan warisan budaya yang diturunkan antargenerasi dalam suatu komunitas. Melalui kearifan lokal, makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga mencerminkan identitas budaya dan memori kolektif masyarakat. Baydeniz (2025) menemukan bahwa warisan kuliner tradisional berperan penting dalam menjaga keberlanjutan identitas budaya dan melestarikan nilai-nilai lokal di tengah globalisasi. Hasil serupa dikemukakan oleh Garcia-Henche et al. (2024), yang menunjukkan bahwa praktik gastronomi lokal membantu mempertahankan nilai warisan budaya dan memperkuat identitas destinasi. Selain itu, integrasi kearifan lokal dalam pengembangan wisata kuliner terbukti dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Hamidah dan Sandya (2021) menemukan bahwa inovasi produk makanan lokal meningkatkan daya tarik wisata dan memberikan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung. Adapun Carvajal-Aparicio et al. (2024) menjelaskan bahwa makanan lokal efektif digunakan sebagai instrumen *place branding* untuk memperkuat identitas dan citra destinasi. Kearifan lokal adalah hasil dari upaya kolaborasi kolektif dari beberapa pihak dalam menciptakan Kopi lokal serta patiseri tradisional sebagai wisata kuliner berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian merupakan rancangan pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian [9] . Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami sinergi kopi lokal dan patiseri tradisional dalam pengembangan wisata kuliner berkelanjutan di Kota Medan. Menurut Creswell, penelitian kualitatif mengeksplorasi makna yang

dilekatkan individu atau kelompok pada suatu persoalan sosial melalui pengumpulan data pada latar alamiah, analisis induktif untuk membangun pola dan tema, serta penafsiran peneliti atas makna data

Penelitian dilaksanakan di Kota Medan pada Agustus 2025 dengan objek warung kopi tradisional dan kedai kopi modern. Informan dipilih secara purposif, terdiri atas pemilik kedai kopi, barista, produsen patiseri tradisional, dan pengunjung. Data primer dikumpulkan melalui observasi terhadap pola konsumsi, produk kuliner, dan keterlibatan konsumen, serta wawancara semi-terstruktur dengan para informan. Data sekunder diperoleh dari brosur promosi, media sosial, ulasan daring, dan literatur ilmiah yang relevan.

Analisis data mengikuti tahapan Creswell [9] : pengelolaan data, pembacaan menyeluruh, pengodean, pengelompokan kode menjadi tema, penyajian naratif, dan penafsiran temuan. Proses ini bersifat induktif sekaligus deduktif karena tema dari lapangan diperiksa kembali dengan kerangka teori. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi lokal dan Patiseri tradisional di Kota Medan saling melengkapi dalam praktik konsumsi masyarakat maupun wisatawan. Temuan ini diperoleh dan diperkuat melalui triangulasi teknik (observasi, wawancara, dan dokumen) serta triangulasi sumber (pemilik kedai, barista, produsen atau pelaku UMKM patiseri, dan pengunjung).

Pertama, hasil observasi di Warung Kopi Apek menunjukkan bahwa kopi hampir selalu disajikan bersama jajanan tradisional, dan pengunjung memesan keduanya sebagai satu paket kebiasaan menikmati kopi. Ada banyak pilihan minuman berbasis kopi, ada yang memesan kopi hitam panas dan ada juga yang menikmatinya dengan tambahan sedikit susu. Temuan ini diperkuat melalui sebuah wawancara yang dilakukan di Warung Apek yang termasuk dalam beberapa kedai kopi Legendaris di kota Medan dan telah menjadi tempat dan ruang sosial untuk beberapa generasi hingga saat ini. Barista Warung Apek yang menjadi (Informan 1) menyatakan bahwa ["*warung kopi ini sudah lama ada, dan pilihan menu yang disediakan juga tidak jauh dari kopi hitam dan sedikit susu serta dipadukan dengan jajanan pasar, yang menjadi favorit di sini biasanya roti panggang srikaya, kalau soal bentuk sinergi yang bisa dilakukan ialah membuat paket makanan dan minuman*"], sedangkan pengunjung (Informan 2) menyebut bahwa ["*sudah sering datang ke sini, sekedar menikmati kopi, kadang juga pesan jajajan pasar di sini, kadang hanya kopi dan sedikit waktu untuk bertemu orang lain*"]. Kedua, adapun hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha jajanan/patiseri tradisional di Phin Phin Jajanan Pasar dan Bakeryyang berlokasi di Jl. Dewa Ruci No.32 - 34, Petisah Tengah, Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20112. Pelaku usaha patiseri (Informan 3) menyampaikan bahwa [*produksi jajanan pasar sudah memasok beberapa tempat gerai/warung, jadi kami tidak hanya produksi dan jual di satu tempat, iya jadi juga ada kerja sama dengan beberapa tempat atau umkm seperti warung kopi dll, sudah kerja sama juga dengan aplikasi grab dan gojek untuk delivery produk kami. Jajanan pasar ini juga sering menjadi oleh-oleh bagi mereka yang keluar kota atau dari kota lain, jadi tidak hanya dikonsumsi di tempat*"]. Ketiga, wawancara dilakukan di Tip Top Restaurant, Bakery dan Cake Shop yang berlokasi di Jl. Jend. Ahmad Yani No.92 A-B No.92 A-B, Kesawan, Kec. Medan Bar., Kota Medan, Sumatera Utara 20212. Tip Top menjadi salah satu dari beberapa tempat legendaris, saat ini Tip Top telah berkembang menjadi restaurant dan cake shop dengan perubahan mengikuti modernisasi. Wawancara terhadap salah satu pekerja yang sedang bertugas, (Informan 4)

menurutnya *["Iya Tip Top menjadi salah satu tempat favorit bagi setiap kalangan, biasanya lebih banyak didominasi oleh wisatawan domestik luar kota dan mancanegara, di sini kami tidak hanya menjual kopi khas Medan tapi ada makanan berat kombinasi Eropa dan Asia, di samping sana kita juga punya cake shop dari beberapa daerah termasuk jual jajanan tradisional, kalau tentang upaya sinergi ya, tentang kolaborasi ya antara kopi dan makanan? Menurut saya itu sudah dilakukan dengan memhadirkan cake shops di samping itu agar pengunjung tidak perlu berpindah tempat jika ingin makan makanan manis"].*

Hasil observasi dan wawancara di beberapa tempat menunjukkan bahwa sinergi kopi dan patiseri tradisional sudah berjalan dalam berbagai bentuk. Temuan tersebut kemudian diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, dan hasilnya dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Triangulasi Sumber Data pada Tiga Lokasi Penelitian di Kota Medan

No	Tema	Lokasi	Observasi	Wawancara	Dokumentasi	Hasil
1	Sinergi kopi dan jajanan tradisional dalam kebiasaan konsumsi	Warung Kopi Apek	Kopi hampir selalu disajikan bersama jajanan tradisional; pengunjung memesan keduanya sebagai satu kebiasaan; pilihan minuman beragam (kopi hitam panas, kopi dengan sedikit susu).	Informan 1: menu berkisar pada kopi hitam dan kopi susu, dipadukan dengan jajanan pasar; roti panggang srikaya menjadi favorit. Informan 2: sering datang menikmati kopi dan kadang memesan jajanan pasar.	Terlampir	Konsisten antara observasi dan wawancara;
2	Kedai legendaris sebagai ruang sosial	Warung Kopi Apek	Pengunjung datang menikmati kopi dan berinteraksi dengan orang lain.	Informan 1: warung sudah lama ada. Informan 2: kopi dinikmati sambil meluangkan waktu bertemu orang lain.	Terlampir	Konsisten

3	Sinergi dalam bentuk kerja sama dan perluasan pasar jajanan pasar dan kopi	Phin Phin Jajanan Pasar dan Bakery	Tempat ini khusus menyediakan jajanan pasar, juga memproduksi dan distrubusi ke beberapa tempat	Informan 3: produksi memasok beberapa gerai/warung, bekerja sama dengan warung kopi dan UMKM lain, memakai aplikasi ojek daring untuk pengantaran, dan menjadi oleh-oleh bagi pembeli dari luar kota.	Terlampir	Konsisten
4	Bentuk upaya sinergi kopi dan patiseri	Ketiga lokasi	Apek: kopi dan jajanan dipesan bersamaan. Tip Top: menyediakan banyak variasi minuman dan makanan Phin Phin: menyediakan jajanan pasar dan menjadi pemasok untuk banyhak tempat di kota Medan	Informan 1: sinergi dapat dilakukan lewat paket makanan dan minuman. Informan 3: sudah ada kerja sama pemasokan dengan warung kopi dan UMKM lain. Informan 4: sinergi sudah dilakukan dengan menghadirkan cake shop di samping agar pengunjung tidak perlu berpindah tempat	Terlampir	Konsisten

5	Adaptasi usaha legendaris terhadap modernisasi dan wisatawan	Tip Top Restaurant, Bakery dan Cake Shop	Tip Top menjual variasi menu yang banyak, mulai dari kopi, makanan berat dan pastry. Pengunjung didominasi oleh wisatawan dan pekerja kantoran.	Informan 4: menurut pekerja, tempat ini favorit berbagai kalangan, banyak dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara, menjual kopi khas Medan, makanan berat kombinasi Eropa dan Asia, serta cake shop yang juga menjual jajanan tradisional.	Terlampir	Konsisten

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah (2026)



Gambar 1. Kopi Lokal khas Sumatera (Kopi Hitam)
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 2. Jajanan Pasar khas Medan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 3. Jajanan Khas Medan Roti Panggang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 4. Kopi Hitam Khas Medan di Tip Top
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Setelah data diuji keabsahannya melalui triangulasi, tahap berikutnya adalah menganalisis temuan tersebut secara strategis. Pada bagian ini, hasil wawancara dan observasi dipetakan dengan analisis SWOT untuk melihat potensi dan tantangan sinergi kopi lokal dan patiseri tradisional di kota Medan, serta merumuskan strategi melalui matriks TOWS.

Tabel 2. Analisis SWOT

Faktor	Butir	Dasar temuan
Strengths (S)	S1. Budaya ngopi yang kuat dan lekat dengan patiseri tradisional	Data hasil Observasi dan wawancara
	S2. Kopi khas Medan/Sumatera banyak dicari	Kajian Literatur dan Hasil Wawancara

Faktor	Butir	Dasar temuan
	S3. Kedai modern turut menjual kopi lokal dan Jajanan Pasar Tradisional	Hasil Observasi & wawancara
	S4. Menjadi tempat khusus produksi jajanan pasar dan menjadi penyedian untuk banyak tempat usaha	Data hasil Observasi dan wawancara
	S5. Kerja sama antar pelaku sudah berjalan (warung kopi, UMKM, cake shop di samping restoran)	Wawancara Phin Phin dan Tip Top
Weaknesses (W)	W1. Paket makanan dan minuman masih berupa usulan, belum menjadi produk wisata yang terstandar	Wawancara Apek, Phin Phin, Tip Top
	W2. Kurangnya upaya promosi dan pemasaran	Wawancara pelaku usaha patiseri
Opportunities (O)	O1. Identitas dan produk lokal khas Medan dalam bentuk kopi dan patiseri tradisional	Hasil Observasi dan wawancara
	O2. Pemasaran digital melalui layanan antar (Grab/Gojek)	Wawancara di Phin Phin
	O3. Peluang paket kuliner kopi dan patiseri sebagai atraksi wisata	Wawancara Apek dan di Tip Top
	O4. Kedai legendaris dan kawasan Kesawan sebagai daya tarik wisata	Hasil Observasi dan wawancara
	O5. Produk Kopi dan Patiseri sering menjadi cendera mata atau buah tangan	Hasil Observasi dan wawancara
Threats (T)	T1. Modernisasi memengaruhi pola konsumtif generasi muda	Observasi dan wawancara
	T2. Persaingan dengan makanan/jajanan luar	Observasi dan wawancara

Sumber: Data Olah Pribadi (2026)

Tabel 3. Matriks TOWS (Strategi)

	Strengths (S) S1-S5	**Weaknesses (W) W1-W3**
Opportunities (O) O1-O4	**Strategi SO** (Memaksimalkan kekuatan sebagai peluang) • Upaya Mengemas kopi lokal dan patiseri sebagai paket kuliner dan oleh-oleh khas Medan (S1, S2, S4, O1, O3) • Menjadikan kedai legendaris dan	**Strategi WO** (mengatasi kelemahan dengan peluang) • Menstandarkan paket makanan dan minuman sebagai produk wisata (W1, W2, O3) • Membentuk jejaring kemitraan antar pelaku yang terkoordinasi (W1, O3, O4)

	Strengths (S) S1-S5	**Weaknesses (W) W1-W3**
	Kesawan sebagai rute wisata kuliner (S1, S5, O4) • Memperluas pemasaran lewat platform digital (S4, O2)	• Melibatkan pelaku muda lewat pemasaran digital dan pelatihan (W3, O2)
Threats (T) T1-T3	**Strategi ST** (memakai kekuatan untuk menghadapi ancaman) • Menonjolkan nilai budaya dan kekhasan kopi lokal untuk menarik generasi muda (S1, S2, T1) • Memadukan kopi lokal dan patiseri di kedai modern agar tetap relevan (S3, T1, T3) • Menawarkan varian rendah gula berbasis kopi dan jajanan lokal (S2, S4, T2)	**Strategi WT** (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman) • Edukasi dan promosi bersama untuk mempertahankan identitas kuliner tradisional (W1, T1, T3) • Regenerasi pelaku melalui pelatihan dan pewarisan keterampilan (W3, T1) • Menjaga kualitas dan standar produk agar tetap bersaing (W2, T3)

Sumber: Data Olah Pribadi (2026)

Tabel di atas menunjuhkan kondisi aktual Kopi Lokal Khas Medan Sumatera dan Patiseri Tradisional sebagai salah satu daya Tarik kuliner di Kota Medan. Kekuatan utama terletak pada budaya dan identitas, sebuah kebiasaan dan gaya hidup Masyarakat lokal yang dihidupi hingga saat ini. Selain budaya dan keunikan lokal, kuliner kopi lokal dan jajanan pasar tidak semata-mata bersumber dari nilai budaya dan adat yang melekat padanya. Kualitas sensori, yaitu cita rasa, aroma, dan tekstur, menjadi faktor penting yang menentukan apakah wisatawan akan menikmati, membeli kembali, dan merekomendasikan produk tersebut. Nilai budaya berperan memberikan cerita dan identitas, sedangkan rasa yang lezat memastikan pengalaman tersebut berkesan dan dapat bersaing di pasar wisata kuliner. Dengan demikian, kopi lokal dan jajanan pasar diposisikan bukan sebagai produk warisan yang dilestarikan karena kewajiban tradisi, melainkan sebagai produk kuliner bernilai tinggi yang layak dipilih karena kualitasnya. Meskipun produksi jajanan pasar di Kota Medan telah berlangsung dalam volume yang cukup besar dan telah memasok berbagai gerai serta tempat penjualan, keberlanjutan usaha tersebut masih menghadapi tantangan pada aspek regenerasi pelaku. Tingginya tingkat produksi saat ini umumnya masih bertumpu pada pelaku generasi yang lebih tua sebagai pemegang resep, teknik, dan jaringan pemasok. Sementara itu, minat generasi muda untuk meneruskan usaha cenderung terbatas, dan pewarisan keterampilan umumnya masih bersifat informal serta belum terdokumentasi dengan baik. Ini bisa dikategorikan menjadi kelemahan. Produksi kopi lokal dan pembuatan jajanan pasar masih banyak dijalankan oleh generasi yang lebih tua, yang menguasai resep, teknik, dan pengetahuan produk secara turun-temurun. Di sisi lain, generasi muda cenderung kurang tertarik meneruskan usaha tersebut karena menilainya kurang menjanjikan secara ekonomi, membutuhkan proses kerja yang panjang, dan belum memiliki citra yang menarik dibandingkan sektor usaha lain. Pewarisan keterampilan yang umumnya bersifat informal dan belum terdokumentasi dengan baik memperbesar risiko hilangnya pengetahuan tradisional. Adapun ancaman yang dihadapi dalam Upaya pengembangan wisata kuliner kopi dan patiseri tradisional ialah arus modernisasi dalam pola konsumsi kuliner. Masuknya beragam kedai kopi modern, minuman kekinian, dan makanan kemasan atau jajanan luar membentuk selera baru, terutama di kalangan generasi muda, yang cenderung lebih menyukai

produk dengan citra modern, tampilan menarik, dan variasi rasa yang beragam. Kondisi ini berpotensi menggeser posisi kopi lokal dan jajanan pasar tradisional dari pilihan utama menjadi pilihan alternatif.

Hasil analisis SWOT dalam penelitian ini menjadi landasan untuk merumuskan strategi penguatan sinergi kopi lokal dan jajanan pasar sebagai daya tarik wisata kuliner. Strategi tersebut bersifat aplikatif karena disusun berdasarkan temuan observasi dan wawancara di lapangan. Pendekatan ini sejalan dengan Naufal et al. (2026) yang menegaskan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan strategis. Strategi optimalisasi ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veronica dan Wibawa [10].

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjuhkan bahwa sinergi atau kolaborasi antara kopi dan patiseri lokal di kota Medan tidak hanya berkontribusi terhadap penguatan identitas gastronomi dan keberlanjutan dalam aspek ekonomi masyarakat, namun juga mampu memperkenalkan dan mempertahankan kota Medan sebagai salah satu daya tarik. Hasil triangulasi sumber dan teknik di Warung Kopi Apek, Phin Phin Jajanan Pasar dan Bakery, serta Tip Top Restaurant, Bakery & Cake Shop menunjukkan pola temuan yang konsisten. Budaya ngopi masyarakat Medan sangat lekat dengan patiseri tradisional, kopi khas Medan dan Sumatera banyak dicari, dan kedai modern turut menjual kopi lokal bersama camilan. Wisatawan juga membeli kopi dan jajanan sebagai cendera mata. Bentuk sinergi sudah berjalan, misalnya melalui kerja sama antara pelaku usaha jajanan pasar dengan warung kopi dan UMKM lain, serta keberadaan cake shops di samping restoran agar pengunjung tidak berpindah tempat. Namun, sinergi tersebut masih berjalan di tingkat masing-masing pelaku, sehingga usulan paket makanan dan minuman belum menjadi produk wisata yang terpadu. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki cukup besar, sementara ancaman utama berasal dari modernisasi yang mendorong generasi muda memilih minuman manis tinggi gula dan makanan dari luar. Strategi yang dirumuskan melalui matriks TOWS mengarah pada pengemasan paket kuliner kopi dan patiseri, penguatan jejaring kemitraan, pemanfaatan pemasaran digital, serta penonjolan nilai budaya agar tetap relevan bagi generasi muda.

Pemerintah daerah juga diharapkan memberi sumbangsih dalam upaya mendukung perlindungan warisan kuliner dalam hal ini kopi lokal khas Medan dan patiseri, melalui pengembangan kapasitas masyarakat, kolaborasi antar pemangku kepentingan, serta integrasi gastronomi dalam strategi pembangunan destinasi. Upaya tersebut penting agar wisata kuliner dapat berkembang sebagai wisata yang berkelanjutan, memberi dampak ekonomi bagi pelaku usaha kecil dan menegah dan kelestarian budaya dalam bentuk produk kopi dan patiseri di kota Medan.

Dokumentasi Kegiatan











DAFTAR REFERENSI

[1] Pemerintah, "Peraturan Mentri no 14 Tahun 2016: Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan," Jakarta, Aug. 2016.
[2] Badan Pusat Statistik, "Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2023-2025," *Kontan.co.id*, Jakarta, pp. 1–8, Jun. 09, 2025.
[3] I. M, "Industri Makan-Minum Berkontribusi 39,10 Persen PDB," *PolitikIndonesia.id*, Jakarta, pp. 1–4, Mar. 04, 2024.

[4] "LP_3811026701_PANDUAN PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DAN KONEKTIVITAS DESTINASI WISATA KOPI_2020".
[5] Badan Pusat Statistik, "Kuliner dan Peluang Bisnis Cuan di Tahun Ular Kayu 2025," pp. 1–5, 2023.
[6] Grand View Research, "Analysis Coffee Market (2025-2030)."
[7] Media Indonesia (2025), "Konsumsi Naik, Kedai Kopi Diperkirakan 10 Ribu".
[8] P. Kuliner Lokal Jengkol Tahilala Sebagai Warisan Dan *et al.*, "Preservation Of Local Culinary Jengkol Tahilala As A Banjar Cultural Heritage In Pingaran Village." [Online]. Available: http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/anterior
[9] "Research Design_ Qualitative, Q - John W. Creswell".
[10] V. Veronica and C. Wibawa, "STRATEGI OPTIMALISASI KULINER LOKAL DALAM MENDUKUNG PARIWISATA BERKELANJUTAN DI JAKARTA," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, vol. 9, no. 1, pp. 29–43, Feb. 2025, doi: 10.38043/jids.v9i1.5988.

Ayuni, I. M., Kasmita, K., Wardi, Y., & Faridah, A. (2026). Pengembangan Pariwisata Kuliner Berbasis Kearifan Lokal: Tinjauan Literatur Sistematis tentang Daya Tarik Destinasi. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *4*(7), 2992–3000. https://doi.org/10.55681/armada.v4i7.3141

Basalamah, A., Abdillah, F., Susanto, S., Permata, S., & Windawaty, H. (2023). Coffee Tourism Development Potential in Banyuwangi Regency, East Java . *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, *6*(2), 83–88. https://doi.org/10.32528/sw.v6i2.1219