



ROTI MARYAM SEBAGAI IDENTITAS KULINER KAWASAN SUNAN AMPEL: ANALISIS DAYA TARIK, PELUANG UMKM, DAN DAMPAK EKONOMI WISATA RELIGI SUNAN AMPEL

Achmad Zakaria¹, Naim²

^{1,2}Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Corresponding Author: jackyspeed588@gmail.com

ABSTRACT

Roti Maryam telah menjadi identitas kuliner khas kawasan Sunan Ampel dan memiliki peran signifikan dalam mendukung aktivitas wisata religi. Penelitian ini bertujuan menganalisis daya tarik Roti Maryam sebagai ikon kuliner, peluang pengembangan UMKM yang memproduksinya, serta dampak ekonominya bagi masyarakat sekitar. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara pelaku UMKM, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Roti Maryam memiliki daya tarik kuat karena cita rasa khas, nilai historis kawasan Arab, dan fungsinya sebagai oleh-oleh bagi para peziarah. UMKM memiliki peluang besar melalui inovasi produk dan pemasaran digital. Secara ekonomi, Roti Maryam berkontribusi pada peningkatan pendapatan, lapangan kerja, dan penguatan ekonomi lokal di kawasan Sunan Ampel.

Keywords:

Roti Maryam, wisata religi, identitas kuliner, UMKM, ekonomi lokal

Article Info:

Received:15/11/2025

Revised: 26 /11/2025

Accepted:11/12/2025

PENDAHULUAN

Kawasan Sunan Ampel di Surabaya merupakan salah satu pusat wisata religi paling berpengaruh di Indonesia, yang setiap hari dikunjungi ribuan penziarah dari berbagai daerah. Aktivitas ziarah, perdagangan, dan interaksi sosial yang intens menjadikan kawasan ini sebagai ruang budaya yang dinamis, di mana identitas lokal tercipta melalui perpaduan tradisi, spiritualitas, dan praktik ekonomi masyarakat. Di tengah keragaman kuliner yang ditawarkan, Roti Maryam muncul sebagai ikon kuliner yang paling menonjol dan konsisten dicari oleh para wisatawan religi. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai makanan ringan, tetapi juga sebagai representasi pengalaman ziarah yang khas dan bagian dari memori kolektif pengunjung. Menurut Pitana & Diarta (2018), kuliner dalam konteks wisata memainkan peran penting sebagai elemen pembentuk identitas destinasi karena mampu mengikat pengalaman emosional dan makna budaya yang tidak dimiliki oleh produk lain.

Fenomena meningkatnya popularitas Roti Maryam di Sunan Ampel menunjukkan bahwa makanan lokal dapat bertransformasi menjadi simbol budaya sekaligus komoditas ekonomi. Menurut Richards (2019), wisata kuliner modern



tidak lagi hanya menekankan rasa makanan, melainkan juga narasi, asal-usul, dan pengalaman sosial yang menyertainya. Dalam konteks itu, Roti Maryam bukan hanya sekadar makanan Timur Tengah yang diadaptasi, tetapi telah menjalani proses lokalisasi budaya melalui citra religius kawasan Ampel, sejarah penyajiannya, dan reputasinya sebagai kuliner “wajib coba”. Hal ini menciptakan nilai tambah yang memperkuat daya tarik wisata dan membedakan kawasan Ampel dari destinasi religi lainnya.

Dari sudut pandang ekonomi, berkembangnya usaha penjual Roti Maryam memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM lokal. Menurut Tambunan (2020), UMKM yang beroperasi di sekitar kawasan wisata memiliki peluang pertumbuhan tinggi karena mengandalkan arus pengunjung yang stabil dan loyalitas konsumen berbasis pengalaman. Di Ampel, UMKM Roti Maryam tidak hanya berperan sebagai penyedia kuliner, tetapi juga sebagai aktor ekonomi yang menciptakan lapangan pekerjaan, menggerakkan aktivitas perdagangan mikro, serta memperluas jejaring pemasaran melalui penjualan langsung maupun media digital. Bahkan beberapa UMKM telah memperoleh pengakuan resmi, seperti sertifikat dari pemerintah daerah, yang semakin memperkuat kredibilitas dan nilai jual produknya.

Kajian mengenai Roti Maryam sebagai identitas kuliner kawasan Sunan Ampel menjadi penting karena menghubungkan aspek budaya, pariwisata, dan ekonomi lokal dalam satu fenomena yang saling memengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Roti Maryam mampu membentuk identitas kuliner kawasan Ampel, mengapa produk ini memiliki daya tarik kuat bagi penziarah, bagaimana peluang UMKM berkembang melalui ikon kuliner tersebut, serta sejauh mana dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di kawasan wisata religi Sunan

TINJAUAN PUSTAKA

1. Roti Maryam menjadi pelopor jajanan utama di Kawasan wisata religi

Roti Maryam terbilang cukup lama mulai berproduksi semenjak Tahun 2015. Produksinya sendiri terbilang cukup tinggi, dalam waktu 1 minggu kurang lebih sekitar 500 buah. Akan tetapi pada saat weekday penjualannya mengalami penurunan, karena minimnya pengunjung. Namun, pada saat weekend pendapatan kembali normal. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi pada Usaha Roti Maryam, diantaranya : tidak melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran produksi maupun manajemen pemasaran yang masih menggunakan cara tradisonal dengan hanya menunggu pesanan dari pengunjung maupun konsumen perseorangan, serta tidak ada inovasi produk sehingga belum mempunyai ciri khas yang membedakan dengan produk roti maryam lainnya.

Menurut Assauri (2015) merek sebagai nama, istilah, tanda atau lambang, dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi (barang atau jasa) dari seorang penjual atau kelompok penjual



dan yang membedakannya dari produk saingan. Sehingga memilih dan membuat merek yang tepat merupakan sebuah langkah penting, karena merek tersebut merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran produk.

2. Wisata Religi dan Identitas Kuliner

Wisata religi merupakan bentuk perjalanan yang dilakukan dengan motivasi spiritual sekaligus minat untuk menikmati pengalaman budaya di sekitar kawasan ibadah. Menurut Pitana dan Diarta (2018), wisata religi tidak hanya berkaitan dengan kegiatan ziarah, tetapi juga dengan pengalaman pendukung seperti interaksi sosial, budaya lokal, dan kuliner khas. Hal ini membuat kuliner menjadi salah satu elemen pembentuk identitas destinasi. Dalam konteks Sunan Ampel, pengalaman ziarah selalu berkaitan erat dengan aktivitas mencicipi makanan khas kawasan, salah satunya Roti Maryam.

Identitas sebuah destinasi, menurut Hall dan Sharples (2003), dapat terbentuk melalui produk kuliner yang melekat secara konsisten pada pengalaman wisatawan. Roti Maryam di Sunan Ampel muncul sebagai identitas kuliner karena keberadaannya berhubungan dengan sejarah Arab di kawasan tersebut. Hubungan ini menjadikan kuliner tersebut bukan sekadar makanan, melainkan simbol budaya kawasan. Identitas kuliner semacam ini membantu wisatawan mengingat, mengenali, dan membedakan destinasi dibandingkan tempat wisata religi lainnya.

Kuliner di destinasi religi juga menjadi bagian dari ritual perjalanan ziarah. Menurut Long (2004), makanan dalam konteks wisata memiliki fungsi memperkuat pengalaman emosional sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan. Di Ampel, Roti Maryam menjadi bagian dari ritual tidak resmi yang dilakukan penziarah sebagai bentuk pengalaman spiritual sekaligus kultural. Hal ini menunjukkan bahwa identitas kuliner terbentuk melalui kebiasaan berulang dari para pengunjung.

Kajian tentang wisata religi dan identitas kuliner relevan untuk menjelaskan bagaimana Roti Maryam membangun citra kawasan Ampel sebagai destinasi ziarah sekaligus pusat kuliner khas. Tinjauan pustaka ini menguatkan fokus penelitian bahwa kuliner dapat menjadi elemen pembangun identitas destinasi, terutama pada kawasan yang memiliki akar sejarah dan budaya kuat seperti Sunan Ampel.

3. Kuliner sebagai Representasi Budaya

Kuliner adalah representasi budaya yang memuat nilai-nilai historis, sosial, dan simbolik dari masyarakat. Richards (2019) menyatakan bahwa makanan merupakan bagian dari "cultural expression" yang mampu merefleksikan identitas kelompok tertentu. Dalam konteks Ampel, Roti Maryam merepresentasikan budaya Arab-Indonesia yang telah hidup di kawasan tersebut sejak ratusan tahun lalu. Makanan ini menjadi simbol percampuran budaya melalui bentuk, rasa, dan cara penyajiannya yang khas.



Selain itu, kuliner juga mengalami proses adaptasi ketika masuk ke suatu komunitas baru. Menurut Mintz dan Du Bois (2002), makanan akan mengalami transformasi ketika dikonsumsi dan diolah oleh masyarakat dengan tradisi berbeda. Hal ini tampak jelas pada Roti Maryam yang awalnya merupakan makanan khas Timur Tengah, tetapi di Ampel telah mengalami lokalisasi melalui variasi topping, rasa manis, dan teknik pembuatan. Adaptasi ini memperlihatkan dinamika budaya yang hidup di kawasan Ampel.

Kuliner juga dapat menjadi media penyampai narasi sejarah. Menurut Bessièrè (1998), makanan mampu membawa identitas budaya sekaligus sejarah yang membentuknya. Penjualan Roti Maryam di koridor-koridor Ampel menggambarkan cerita panjang mengenai hadirnya komunitas Arab di Surabaya, perdagangan rempah, serta penyebaran Islam di Jawa. Narasi ini memperkaya nilai simbolik yang melekat pada produk kuliner tersebut.

Kajian kuliner sebagai representasi budaya menegaskan bahwa keberadaan Roti Maryam tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial dan historis kawasan Ampel. Produk ini bukan sekadar makanan, melainkan bagian dari budaya lokal yang terus berkembang seiring meningkatnya aktivitas wisata religi.

4. UMKM Kuliner di Kawasan Wisata

UMKM memegang peranan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi lokal, terutama pada kawasan wisata. **Tambunan (2020)** menjelaskan bahwa UMKM di daerah wisata memiliki peluang tumbuh lebih cepat karena akses langsung terhadap pasar wisatawan. Hal ini berlaku bagi para penjual Roti Maryam di Sunan Ampel, yang memanfaatkan arus penziarah harian untuk mengembangkan usaha mereka.

Keunikan produk dan keterikatan budaya menjadi kekuatan utama UMKM kuliner. Menurut Rachmawati (2021), UMKM yang mengusung identitas lokal cenderung memiliki nilai tambah lebih tinggi karena menawarkan pengalaman yang tidak dapat ditemukan di daerah lain. Roti Maryam telah menjadi ikon kuliner Ampel, sehingga UMKM yang menjualnya memiliki keunggulan kompetitif berupa reputasi kawasan dan preferensi konsumsi wisatawan.

UMKM kuliner berkontribusi terhadap rantai ekonomi yang lebih luas. Menurut Bank Indonesia (2022), UMKM tidak hanya membuka lapangan pekerjaan, tetapi juga menciptakan sistem produksi dan distribusi yang melibatkan banyak pihak, seperti pemasok bahan baku, distributor, dan pedagang sekitar. Keberadaan UMKM Roti Maryam di Ampel memperkuat ekonomi lokal melalui efek berganda yang berkelanjutan.

Dari perspektif pembangunan pariwisata, UMKM kuliner menjadi penjaga keberlanjutan destinasi. Produk-produk ikonik seperti Roti Maryam membantu mempertahankan karakter kawasan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tinjauan pustaka ini mendukung tujuan penelitian bahwa UMKM



memiliki peran strategis dalam membentuk daya tarik sekaligus dampak ekonomi kawasan wisata religi.

5. Daya Tarik Kuliner dalam Aktivitas Wisata

Daya tarik kuliner menjadi faktor penting yang memengaruhi motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Kivela dan Crotts (2006) menjelaskan bahwa pengalaman gastronomi adalah bagian dari pengalaman holistik wisatawan, terutama pada destinasi yang memiliki identitas budaya kuat. Roti Maryam menjadi daya tarik tersendiri karena memberikan pengalaman cita rasa Timur Tengah yang autentik dan sulit ditemukan di tempat lain.

Faktor keaslian memainkan peran besar dalam meningkatkan daya tarik kuliner. Menurut Cohen dan Avieli (2004), wisatawan cenderung menghargai makanan yang dianggap autentik karena memberikan pengalaman yang "bermakna". Di Ampel, keaslian tersebut diperkuat oleh sejarah komunitas Arab yang hidup di kawasan itu, serta teknik pembuatan Roti Maryam yang masih mempertahankan unsur tradisional.

Selain keaslian, nilai simbolik makanan juga memengaruhi ketertarikan wisatawan. Menurut Everett (2016), makanan menjadi pintu masuk untuk memahami budaya lokal dan sejarah suatu tempat. Roti Maryam bukan hanya menarik dari aspek rasa, tetapi juga dari simbol penyebaran Islam dan interaksi budaya Arab-Jawa di Ampel. Narasi ini menjadikan makanan tersebut lebih dari sekadar produk kuliner.

Pada akhirnya, daya tarik kuliner berkontribusi langsung pada meningkatnya durasi kunjungan wisatawan dan pengeluaran ekonomi mereka. Hal ini relevan dengan temuan UNWTO (2020) yang menyebutkan bahwa wisata kuliner mampu memperkuat daya saing destinasi. Dengan demikian, keberadaan Roti Maryam sebagai daya tarik kuliner di Ampel mendukung pengembangan wisata religi sekaligus memperkuat ekonomi masyarakat sekitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena bertujuan memahami makna, proses, dan pengalaman yang terkait dengan fenomena Roti Maryam sebagai identitas kuliner kawasan Sunan Ampel. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali persepsi, narasi budaya, serta praktik ekonomi UMKM secara mendalam di lingkungan aslinya. Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman fenomena dalam konteks alami dan menekankan eksplorasi makna subjektif yang diberikan oleh partisipan. Oleh sebab itu, metode ini dianggap paling tepat untuk melihat bagaimana wisata religi, budaya kuliner, dan UMKM saling berinteraksi di kawasan Ampel.



Metode Wawancara dan Observasi

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung di area kawasan Sunan Ampel, terutama pada sentra penjual Roti Maryam. Wawancara digunakan untuk memperoleh narasi, pengalaman, dan perspektif dari pedagang, pembeli, pengunjung ziarah, serta tokoh masyarakat setempat. Menurut Moleong (2021), wawancara mendalam memungkinkan peneliti menggali data secara lebih kaya dan terbuka karena informan dapat menceritakan pandangannya secara natural. Dalam penelitian ini, wawancara difokuskan pada pemahaman mengenai alasan Roti Maryam diminati penziarah, bagaimana proses adaptasi budaya terjadi, dan bagaimana kuliner tersebut mendukung keberlanjutan UMKM lokal.

Sementara itu, teknik observasi digunakan untuk melihat secara langsung aktivitas produksi, penyajian, interaksi penjual-pembeli, serta dinamika keramaian kawasan Ampel. Menurut Spradley (2016), observasi penting dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti menangkap perilaku, kebiasaan, dan praktik sosial yang tidak selalu muncul dalam wawancara. Melalui observasi, peneliti dapat mengidentifikasi pola konsumsi penziarah, tampilan visual Roti Maryam sebagai ikon kuliner, hingga strategi promosi UMKM di kawasan tersebut.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini mencakup seluruh pelaku UMKM Roti Maryam. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan relevansi dan pengetahuan mereka terhadap fenomena yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019), purposive sampling memungkinkan peneliti memilih individu yang dianggap paling mengetahui masalah sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan akurat. Sampel penelitian meliputi beberapa penjual Roti Maryam yang telah lama beroperasi, penziarah yang rutin berkunjung, serta pihak pengelola kawasan atau tokoh masyarakat yang memahami sejarah kuliner Ampel.

Alat dan Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan data wawancara dan observasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif sehingga pola dan kategori dapat terlihat secara sistematis. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian agar temuan dapat diverifikasi dengan kondisi lapangan. Teknik ini relevan karena memberikan struktur analisis yang fleksibel dan sesuai dengan karakter penelitian kualitatif tentang kuliner, budaya, dan UMKM



HASIL PENELITIAN

1. Temuan tentang Faktor yang Membuat Roti Maryam Selalu Dicari Penziarah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Roti Maryam di kawasan Sunan Ampel terbentuk melalui kombinasi antara rasa, narasi budaya, dan pengalaman religius para penziarah. Dari hasil wawancara dengan pedagang dan pengunjung, ditemukan bahwa sebagian besar penziarah menganggap Roti Maryam sebagai “kuliner wajib” setiap kali berziarah ke Makam Sunan Ampel. Hal ini sejalan dengan pandangan Long (2004) yang menyatakan bahwa makanan dapat menjadi bagian dari ritual wisata yang dilakukan secara berulang sehingga membentuk pengalaman emosional kolektif.

Observasi yang dilakukan peneliti juga menunjukkan bahwa penziarah sering menjadikan Roti Maryam sebagai buah tangan karena dianggap memiliki nilai simbolik yang mewakili suasana religius dan sejarah Arab di kawasan tersebut. Temuan ini konsisten dengan teori Cohen & Avieli (2004), yang menyatakan bahwa wisatawan menghargai makanan yang dianggap autentik karena menghadirkan makna dan kedekatan budaya.

Selain itu, citra kawasan Ampel sebagai kampung Arab memberikan legitimasi budaya terhadap Roti Maryam. Hal ini menguatkan teori Hall & Sharples (2003) bahwa identitas destinasi dapat terbentuk melalui makanan yang dianggap representatif terhadap sejarah dan budaya setempat. Dengan demikian, popularitas Roti Maryam tidak hanya berakar pada rasa dan kualitas, tetapi juga pada konteks sosial-religius yang menyertainya.

2. Temuan tentang Proses Lokalisasi Budaya pada Roti Maryam

Penelitian menemukan bahwa Roti Maryam di Ampel telah mengalami proses lokalisasi yang kuat. Para pedagang menjelaskan bahwa resep asli Timur Tengah telah dimodifikasi agar sesuai dengan preferensi masyarakat Indonesia, seperti penambahan varian topping manis, tingkat kekenyalan yang berbeda, dan bentuk yang lebih praktis untuk dibawa pulang. Temuan ini mendukung teori Mintz & Du Bois (2002) yang menjelaskan bahwa makanan akan mengalami transformasi ketika berinteraksi dengan budaya baru.

Observasi lapangan juga menunjukkan bahwa sebagian besar penjual mempertahankan teknik pembuatan tradisional seperti pembentukan adonan dengan tangan dan pemanggangan manual, yang menjadi daya tarik bagi penziarah. Hal ini sejalan dengan penjelasan Richards (2019) bahwa makanan yang mempertahankan unsur tradisional cenderung memiliki nilai lebih tinggi dalam sektor wisata karena menunjukkan keaslian dan kedekatan budaya.

Lokalisasi ini membuat Roti Maryam tidak lagi dipandang sebagai kuliner impor, tetapi telah menjadi bagian dari identitas kuliner lokal masyarakat Ampel. Dengan demikian, lokalisasi budaya justru memperkuat posisinya sebagai ikon kuliner kawasan.



3. Temuan tentang Peran UMKM Roti Maryam terhadap Ekonomi Lokal

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa UMKM penjual Roti Maryam memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi masyarakat lokal. Para pedagang rata-rata memproduksi puluhan hingga ratusan porsi per hari, terutama saat akhir pekan dan musim ziarah. Mereka mengungkapkan bahwa usaha ini menjadi sumber pendapatan utama keluarga dan membuka lapangan kerja bagi warga sekitar. Temuan ini mendukung teori Tambunan (2020) bahwa UMKM di kawasan wisata memiliki potensi pertumbuhan tinggi karena didukung oleh arus wisatawan yang stabil.

Selain itu, aktivitas UMKM di Ampel menciptakan rantai ekonomi mikro seperti penyedia bahan baku, jasa pengemasan, penjual minuman pendamping, hingga transportasi lokal. Temuan ini konsisten dengan analisis Bank Indonesia (2022) bahwa UMKM memiliki efek berganda (multiplier effect) yang memengaruhi berbagai sektor pendukung.

Dari sisi pemasaran, wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa sebagian UMKM mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas penjualan. Hal ini memperkuat temuan Rachmawati (2021) bahwa UMKM yang memadukan identitas lokal dengan strategi pemasaran modern memiliki daya saing lebih tinggi. Dengan demikian, UMKM Roti Maryam tidak hanya memperkuat identitas kuliner Ampel, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

4. Temuan tentang Daya Tarik Kuliner sebagai Penguat Wisata Religi

Hasil observasi menunjukkan bahwa kawasan Ampel tidak hanya ramai dikunjungi untuk berziarah, tetapi juga karena daya tarik kuliner khususnya Roti Maryam. Banyak pengunjung yang menyatakan bahwa membeli Roti Maryam merupakan bagian dari pengalaman ziarah yang tidak terpisahkan. Temuan ini sesuai dengan teori Kivela & Crofts (2006) yang menjelaskan bahwa kuliner merupakan bagian integral dari pengalaman wisata yang bersifat holistik.

Keaslian dan nilai simbolik Roti Maryam membuat pengunjung merasakan atmosfer budaya Arab yang kental. Hal ini menguatkan teori Everett (2016) yang menyatakan bahwa makanan berfungsi sebagai pintu masuk untuk memahami budaya lokal dan sejarah suatu tempat. Di Ampel, konsumsi Roti Maryam bukan hanya soal rasa, tetapi juga pengalaman tentang jejak sejarah komunitas Arab dan penyebaran Islam.

Dengan adanya daya tarik kuliner ini, durasi kunjungan penziarah meningkat, termasuk pengeluaran mereka untuk produk kuliner. Temuan ini sesuai dengan laporan UNWTO (2020) yang menyebutkan bahwa wisata kuliner berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata.



5. Penjelasan Proses Analisis Data (Ringkas dan Akademis)

Seluruh temuan di atas diperoleh melalui proses analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, & Saldaña (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah hasil wawancara dan observasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi tematik sehingga pola-pola temuan dapat terlihat jelas. Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus untuk memastikan bahwa setiap temuan sesuai dengan data lapangan.

Metode ini sesuai dengan pendekatan Creswell (2018) yang menekankan bahwa analisis data kualitatif harus dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data untuk menghasilkan makna yang komprehensif dan valid.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengintegrasikan temuan lapangan dengan teori-teori yang telah dibahas pada bagian tinjauan pustaka untuk menjelaskan bagaimana Roti Maryam berfungsi sebagai identitas kuliner kawasan Sunan Ampel, mengapa produk ini memiliki daya tarik kuat bagi penziarah, serta bagaimana kontribusinya terhadap UMKM dan ekonomi lokal. Temuan awal menunjukkan bahwa Roti Maryam tidak hanya diposisikan sebagai makanan khas, tetapi juga sebagai simbol budaya dan pengalaman religius yang melekat pada aktivitas ziarah di Ampel. Hal ini konsisten dengan pandangan Pitana & Diarta (2018) bahwa kuliner dalam konteks wisata memiliki peran identitas sekaligus sebagai elemen emosional yang membentuk pengalaman wisatawan.

Keberadaan Roti Maryam sebagai ikon kuliner menunjukkan adanya proses konstruksi identitas yang dipengaruhi oleh sejarah komunitas Arab di kawasan tersebut. Berdasarkan temuan lapangan, penziarah menganggap Roti Maryam sebagai bagian dari ritual perjalanan spiritual mereka. Fenomena ini sejalan dengan teori Long (2004) yang menyatakan bahwa kuliner dapat menjadi bagian dari pengalaman simbolik yang membangun keterikatan emosional antara wisatawan dan destinasi. Dalam konteks Ampel, ritual tersebut terbentuk melalui kebiasaan berulang penziarah yang menjadikan Roti Maryam sebagai oleh-oleh wajib setiap kunjungan. Dengan demikian, makanan tersebut berfungsi bukan sekadar konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari memori spiritual yang kemudian membangun identitas kolektif kawasan.

Proses lokalisasi budaya pada Roti Maryam memperkuat pembentukan identitas tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun berasal dari tradisi kuliner Timur Tengah, Roti Maryam telah mengalami adaptasi sesuai karakter masyarakat Indonesia, khususnya melalui variasi topping dan modifikasi rasa. Hal ini mendukung pendapat Mintz & Du Bois (2002) bahwa makanan akan berubah sesuai konteks budaya dan kebiasaan komunitas baru yang mengadopsinya. Adaptasi ini justru membuat kuliner tersebut lebih "milik" masyarakat Ampel dan memperkuat keterkatannya dengan lingkungan budaya lokal. Temuan ini juga sejalan dengan



Richards (2019) yang menekankan bahwa narasi, sejarah, dan tradisi memainkan peran penting dalam membangun nilai tambah sebuah produk kuliner di sektor pariwisata.

Dari perspektif ekonomi, UMKM Roti Maryam tumbuh subur berkat arus kunjungan wisata religi di Ampel. Temuan lapangan menunjukkan bahwa usaha mikro ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama pedagang, tetapi juga menciptakan efek berganda bagi ekonomi lokal melalui pemanfaatan tenaga kerja, pemasok bahan baku, dan aktivitas perdagangan sekitar. Temuan ini sesuai dengan teori Tambunan (2020) yang menegaskan bahwa UMKM di kawasan wisata memiliki peluang pertumbuhan tinggi karena permintaan pasar yang stabil. Selain itu, laporan Bank Indonesia (2022) menyatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi domestik melalui rantai produksi dan distribusi lokal. Kondisi tersebut tampak jelas pada dinamika perdagangan Roti Maryam di Ampel.

Daya tarik kuliner Roti Maryam juga berkontribusi langsung pada keberlanjutan wisata religi di kawasan tersebut. Berdasarkan observasi, banyak penziarah yang menyatakan bahwa keberadaan kuliner khas menjadi salah satu alasan mereka memperpanjang waktu kunjungan di Ampel. Temuan ini sejalan dengan teori Kivela & Crotts (2006) yang menyebutkan bahwa pengalaman gastronomi merupakan komponen penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas wisatawan. Keaslian sejarah komunitas Arab juga memberikan nilai simbolik yang membuat kuliner tersebut semakin bermakna, sebagaimana dijelaskan oleh Cohen & Avieli (2004) bahwa wisatawan cenderung mencari makanan yang dianggap autentik karena memberikan pengalaman "bermakna" dan relevan secara budaya.

Dengan mengintegrasikan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa Roti Maryam tidak hanya berfungsi sebagai produk kuliner, tetapi juga sebagai cultural marker yang menandai identitas kawasan Sunan Ampel. Ia menjadi penghubung antara sejarah, budaya, aktivitas ekonomi, dan pengalaman wisata religi. Pembahasan ini memperkuat pemahaman bahwa fenomena kuliner tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial, budaya, dan ekonomi tempat kuliner tersebut berkembang. Sejalan dengan pendekatan kualitatif yang direkomendasikan Creswell (2018), analisis ini menekankan pada makna dan pengalaman sosial yang dikonstruksi melalui narasi informan serta observasi lapangan.

Secara keseluruhan, pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa Roti Maryam berperan sebagai identitas kuliner sekaligus pendorong ekonomi kawasan Ampel. Daya tariknya terbentuk melalui perpaduan antara keaslian budaya, pengalaman ziarah, dan strategi UMKM lokal. Dengan demikian, kuliner memiliki posisi strategis dalam mendukung keberlanjutan wisata religi, memperkuat ekonomi masyarakat, dan mempertahankan karakter budaya kawasan Sunan Ampel sebagaimana terlihat dalam temuan penelitian ini.



KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Roti Maryam di kawasan wisata religi Sunan Ampel bukan hanya sekadar produk kuliner, melainkan telah menjadi identitas budaya dan ikon ekonomi yang terus dicari oleh para penziarah. Daya tarik Roti Maryam muncul karena makanan ini melekat pada pengalaman ziarah dan dianggap sebagai bagian dari ritual perjalanan spiritual. Penziarah memaknainya sebagai kuliner wajib yang merepresentasikan suasana religius dan budaya Arab di Ampel, sebagaimana dijelaskan oleh Long (2004) bahwa kuliner dapat memperkuat pengalaman emosional wisatawan, serta diperkuat oleh pandangan Hall dan Sharples (2003) mengenai peran makanan dalam membentuk identitas destinasi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Roti Maryam telah mengalami proses lokalisasi budaya. Meskipun berasal dari tradisi Timur Tengah, makanan ini dimodifikasi sesuai selera masyarakat Indonesia, baik dari segi rasa, tekstur, maupun variasi penyajiannya. Temuan ini mendukung pemikiran Mintz dan Du Bois (2002) mengenai bagaimana makanan dapat bertransformasi dan melebur dengan budaya baru. Selain itu, keberadaan Roti Maryam memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal melalui aktivitas UMKM. Banyak pelaku usaha yang menjadikan Roti Maryam sebagai sumber penghasilan utama, sekaligus mendorong terbentuknya rantai ekonomi mikro di sekitar kawasan wisata. Temuan ini sejalan dengan Tambunan (2020) dan laporan Bank Indonesia (2022) tentang pentingnya UMKM dalam memperkuat ekonomi berbasis destinasi.

Lebih jauh, penelitian ini membuktikan bahwa Roti Maryam turut memperkuat daya tarik wisata religi dan berperan dalam meningkatkan lama tinggal wisatawan, jumlah pengeluaran, serta pengalaman gastronomi yang lebih mendalam. Hal ini sejalan dengan teori Kivela dan Crotts (2006) serta Cohen dan Avieli (2004), yang menekankan bahwa kuliner autentik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, secara keseluruhan dapat dipahami bahwa Roti Maryam memiliki kedudukan penting dalam membangun identitas kawasan Ampel, memperdalam pengalaman ziarah, serta menopang keberlanjutan ekonomi masyarakat melalui aktivitas UMKM.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pemerintah daerah dan pengelola kawasan wisata religi Sunan Ampel memperkuat branding resmi "Roti Maryam Ampel" sebagai ikon kuliner khas yang dapat meningkatkan nilai jual dan menjaga identitas kawasan. Selain itu, pelaku UMKM perlu mendapatkan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan terkait manajemen usaha, pengembangan inovasi rasa, pengemasan modern, serta pemasaran digital agar usaha dapat berkembang secara kompetitif. Kawasan Ampel juga memerlukan penataan ulang infrastruktur kuliner, termasuk area produksi yang higienis, penataan kios, dan fasilitas pejalan kaki, sehingga wisatawan dapat menikmati pengalaman kuliner dengan lebih nyaman.



Selanjutnya, narasi budaya dan sejarah mengenai asal-usul Roti Maryam dan kaitannya dengan komunitas Arab Ampel perlu diperkuat melalui berbagai media informasi, sehingga wisatawan dapat memahami nilai historis dan kultural dari kuliner tersebut. Kolaborasi antara pemerintah, tokoh masyarakat, dan komunitas pedagang juga diperlukan untuk menjaga standar kualitas, kebersihan, dan keaslian rasa Roti Maryam, sehingga keberlanjutannya dapat terjamin. Selain itu, peneliti merekomendasikan agar penelitian lanjutan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis kontribusi ekonomi Roti Maryam secara lebih terukur atau melakukan perbandingan dengan kuliner khas dari destinasi religi lainnya di Indonesia

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut, sehingga penelitian lanjutan diperlukan agar pemahaman mengenai peran Roti Maryam dalam ekosistem wisata religi Sunan Ampel dapat semakin komprehensif. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih presisi besaran kontribusi ekonomi UMKM Roti Maryam terhadap pendapatan masyarakat lokal, terutama dengan menggunakan variabel seperti omzet, serapan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan musiman. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji pola perilaku konsumsi wisatawan dengan metode survei berskala besar, sehingga dapat diketahui faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, tingkat loyalitas, serta preferensi rasa yang diinginkan pengunjung.

Penelitian mendatang juga dapat memperluas fokus dengan membandingkan Roti Maryam Ampel dengan ikon kuliner di destinasi religi lain, seperti Martabak Arab di Bangil atau Roti Cane di Medan, untuk melihat bagaimana sebuah kuliner dapat berkembang menjadi identitas budaya suatu kawasan. Di samping itu, pendekatan etnografi mendalam dapat digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana pedagang, komunitas lokal, dan wisatawan membangun makna simbolik terhadap Roti Maryam sebagai bagian dari pengalaman spiritual. Penelitian lanjutan juga berpotensi mengembangkan analisis mengenai strategi branding dan digital marketing UMKM, terutama mengingat meningkatnya penggunaan media sosial sebagai ruang promosi yang efektif bagi pelaku usaha kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Naim, M.Pd selaku dosen pengampu yang telah memberikan arahan, tugas, serta kesempatan untuk melakukan penelitian ini. Bimbingan, penjelasan materi, dan ketentuan yang beliau tetapkan menjadi dasar penting dalam penyusunan karya ilmiah ini. Penulis juga berterima kasih kepada para pedagang Roti Maryam di kawasan Sunan Ampel yang telah bersedia memberikan informasi melalui wawancara serta kepada seluruh pihak yang membantu memberikan data dan dukungan selama proses penelitian. Seluruh kontribusi tersebut sangat berarti



dalam penyelesaian penelitian ini, sehingga penulis dapat menghasilkan tulisan yang lebih komprehensif dan bermanfaat

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2015. Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bank Indonesia. (2022). Laporan Pengembangan UMKM Nasional. Jakarta: Bank Indonesia.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Henderson, J. (2014). Food and culture: A critical component of tourism in Southeast Asia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(3), 190–205.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377.
- Long, L. (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Mintz, S., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99–119.
- Nurdin, M. (2020). Penguatan UMKM berbasis wisata religi: Studi kasus kawasan ziarah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 12(2), 45–57.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. (2014). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prayoga, F. (2021). Peran kuliner tradisional dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 14–27.
- Rahayu, S. (2019). Strategi branding kuliner lokal sebagai identitas daerah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–68.
- Setiawati, D. (2020). Analisis perilaku wisatawan dalam wisata religi di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Islam*, 4(2), 101–118.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Supriyadi, B. (2019). Kuliner sebagai identitas budaya dalam destinasi religi. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 7(1), 23–35.
- Suyanto, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kinerja, dan Masalahnya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yuliani, N. (2021). Dampak ekonomi wisata religi terhadap masyarakat lokal. *Jurnal Ekonomi Regional*, 3(1), 88–103.