

STRATEGI OPTIMALISASI KULINER LOKAL DALAM MENDUKUNG PARIWISATA BERKELANJUTAN DI JAKARTA

Veronica^{1*}, Callysta Wibawa²

Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia
E-mail: veronica@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata kuliner unggulan yang mencerminkan keberagaman budaya lokal. Namun, daya saingnya masih terhambat oleh kurangnya promosi yang efektif, keterbatasan infrastruktur, praktik keberlanjutan yang belum optimal, serta kualitas layanan yang tidak konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi optimalisasi kuliner lokal guna mendukung pengembangan wisata kuliner berkelanjutan di Jakarta. Metode yang digunakan meliputi wawancara semi-terstruktur dengan pelaku industri kuliner, observasi langsung di lokasi kuliner terkenal, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kuliner Jakarta kaya akan cita rasa dan nilai budaya, masih terdapat kendala utama berupa promosi yang kurang efektif dan implementasi praktik keberlanjutan yang terbatas. Selain itu, kualitas layanan yang bervariasi dan infrastruktur yang kurang memadai turut memengaruhi pengalaman wisatawan. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan adanya kolaborasi antara industri, pemerintah, dan masyarakat dalam memperkuat keberlanjutan kuliner lokal. Langkah yang dapat dilakukan meliputi pemberian insentif kebijakan, edukasi tentang keberlanjutan, peningkatan infrastruktur, serta pemanfaatan teknologi untuk mendukung pengembangan program wisata kuliner berkelanjutan.

Kata Kunci: Jakarta; kuliner lokal; pariwisata berkelanjutan; promosi; keberlanjutan

ABSTRACT

Jakarta, as the capital city of Indonesia, has great potential as a leading culinary tourism destination that reflects local cultural diversity. However, its competitiveness is still hindered by ineffective promotion, limited infrastructure, suboptimal sustainability practices, and inconsistent service quality. This study aims to identify strategies for optimizing local culinary offerings to support the development of sustainable culinary tourism in Jakarta. The research methods include semi-structured interviews with culinary industry stakeholders, direct observations at well-known culinary locations, and literature reviews. The findings indicate that while Jakarta's cuisine is rich in flavors and cultural values, key challenges remain, such as ineffective promotion and limited implementation of sustainable practices. Additionally, variations in service quality and inadequate culinary infrastructure affect tourists' overall experiences. Based on these findings, collaboration among industries, the government, and local communities is recommended to strengthen the sustainability of Jakarta's local culinary sector. Proposed measures include policy incentives, sustainability education, infrastructure improvements, and technological advancements to support the development of sustainable culinary tourism programs.

Keywords: Jakarta; local cuisine; sustainable tourism; promotion, sustainability

Diserahkan : 2024-12-11,
Direvisi : 2025-01-15,
Diterima : 2025-02-20,

Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial dilisensikan di bawah Lisensi | 29
Creative Commons Atribusi-NonKomersial
4.0 Internasional. (CC BY-NC 4.0)



PENDAHULUAN

Jakarta, sebagai ibu kota Republik Indonesia, merupakan salah satu kota terbesar dan paling dinamis di Asia Tenggara dengan populasi lebih dari 11 juta jiwa dan tingkat kepadatan yang tinggi. Sebagai pusat ekonomi, politik, dan budaya, Jakarta memainkan peran strategis dalam perekonomian nasional. Kota ini memiliki infrastruktur modern serta keberagaman budaya yang mencerminkan integrasi berbagai suku dan etnis dari seluruh Indonesia, menjadikannya pusat interaksi sosial dan ekonomi yang unik di kawasan regional (Mularsari & Djandri, 2024).

Sektor kuliner merupakan salah satu elemen penting dalam dinamika ekonomi dan budaya Jakarta. Kuliner lokal tidak hanya menjadi bagian dari identitas kota, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia melaporkan bahwa pada tahun 2017, subsektor kuliner menyumbang 41,4 persen dari total kontribusi ekonomi kreatif dengan nilai mencapai Rp 922 triliun (Antara, 2022). Pada tahun 2020, kontribusinya tetap dominan, mencapai Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun (Fitriyani, 2025). Angka-angka ini menegaskan bahwa kuliner merupakan komponen utama dalam ekonomi kreatif Indonesia dan memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan pariwisata.

Lebih lanjut, industri makanan dan minuman sebagai bagian dari sektor kuliner memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia. Kementerian Perindustrian mencatat bahwa pada tahun 2023, industri ini menyumbang 39,10 persen terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan berkontribusi sebesar 6,55 persen terhadap PDB nasional. Selain itu, nilai ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD 41,70 miliar dengan surplus neraca perdagangan sebesar USD 25,21 miliar pada tahun yang sama. Realisasi investasi di sektor ini juga mencapai Rp 85,10 triliun, mencerminkan minat yang tinggi dari investor domestik dan global (kemenperin.go.id, 2024).

Pertumbuhan positif ini semakin menegaskan bahwa sektor kuliner merupakan salah satu pilar utama ekonomi kreatif Indonesia. Selain sebagai motor penggerak ekonomi, sektor ini juga memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan, baik melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, maupun penerapan prinsip keberlanjutan dalam industri makanan dan minuman.

Dalam sektor pariwisata, kuliner lokal Jakarta tidak hanya menawarkan pengalaman gastronomi yang autentik, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Hidangan khas seperti Soto Betawi, Kerak Telor, dan Gado-gado memberikan pengalaman unik yang tidak ditemukan di tempat lain. Selain itu, wisata kuliner mendukung perekonomian dengan menciptakan peluang bagi sektor pendukung seperti akomodasi, transportasi, dan industri oleh-oleh (Mau et al., 2024). Pengembangan kuliner lokal yang berkelanjutan juga berperan dalam pelestarian budaya serta mendorong penggunaan bahan baku lokal yang ramah lingkungan.

Meskipun memiliki potensi besar, kuliner Jakarta masih menghadapi berbagai tantangan dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya promosi dan *branding* yang efektif. Banyak tempat makan dengan kualitas kuliner tinggi, termasuk warung makan kecil dan restoran tradisional, tidak mendapatkan promosi yang memadai baik dalam lingkup lokal maupun internasional. Kurangnya strategi pemasaran yang terintegrasi serta *branding* yang tidak konsisten menyebabkan banyak wisatawan tidak mengetahui atau tertarik mencoba kuliner lokal yang memiliki nilai unik dan khas. Akibatnya, potensi kuliner Jakarta sebagai daya tarik wisata sering kali terabaikan (Sarudin, 2023).

Selain itu, penerapan praktik keberlanjutan dalam industri kuliner masih terbatas. Banyak pelaku usaha kuliner yang belum mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional mereka (Djunaid et al., 2022). Penggunaan bahan baku yang tidak ramah lingkungan, pengelolaan sampah yang tidak efektif, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Sebagai contoh, banyak tempat makan masih mengandalkan plastik sekali pakai dan belum optimal dalam mengelola limbah makanan. Situasi ini membatasi peluang kuliner lokal dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan serta berisiko menurunkan minat wisatawan yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan.

Fasilitas pendukung yang kurang memadai juga menjadi kendala dalam pengembangan wisata kuliner di Jakarta (Soeprapto & Yohana, 2021). Permasalahan seperti sanitasi yang buruk, fasilitas makan yang terbatas, serta aksesibilitas menuju lokasi kuliner sering kali menjadi kendala utama. Wisatawan, terutama mereka yang kurang familiar dengan tata letak kota atau mengalami kesulitan dalam menggunakan transportasi umum, menghadapi tantangan dalam mencapai dan menikmati kuliner lokal. Kendala ini dapat menurunkan daya tarik wisata kuliner serta menghambat perkembangan pariwisata berbasis kuliner (Ardiansyah et al., 2023).

Kualitas dan standar layanan yang tidak konsisten juga menjadi faktor yang mempengaruhi pengalaman wisatawan. Perbedaan dalam kualitas layanan dan kebersihan di berbagai tempat makan menimbulkan ketidakpastian mengenai standar yang diharapkan. Beberapa restoran atau warung makan mungkin menyajikan hidangan lezat, tetapi dengan layanan yang kurang memadai atau kebersihan yang tidak terjaga, sehingga berpotensi merusak citra kuliner lokal. Pengalaman kuliner yang tidak konsisten ini dapat mengurangi minat wisatawan untuk mencoba hidangan lokal dan berdampak negatif pada reputasi kuliner Jakarta (Pertiwi et al., 2022).

Kurangnya kolaborasi antar-pelaku industri menjadi tantangan tambahan yang signifikan. Kurangnya sinergi antara pengusaha kuliner, pemerintah daerah, agen perjalanan, dan organisasi pariwisata menghambat pengembangan strategi komprehensif dalam mempromosikan kuliner lokal sebagai bagian integral dari pengalaman wisata (Febriany, 2023). Tanpa kolaborasi yang baik, sulit untuk merumuskan strategi yang efektif dalam mempromosikan kuliner lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata yang lebih luas. Kurangnya keselarasan di antara berbagai pemangku kepentingan ini menghambat upaya dalam menciptakan ekosistem pariwisata kuliner yang terkoordinasi dan berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan merumuskan strategi untuk mengatasi tantangan dalam mengoptimalkan kuliner lokal Jakarta guna mendukung pariwisata berkelanjutan. Dengan menganalisis kondisi saat ini dan merumuskan solusi yang efektif, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan daya tarik kuliner lokal serta memperkuat kontribusi kuliner terhadap pertumbuhan pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan di Jakarta.

KAJIAN TEORI

1. Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep yang menekankan keseimbangan antara aspek lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya dalam pengelolaan destinasi wisata (Margaretha, 2024). Margaretha melihat pariwisata sebagai sistem kompleks yang memerlukan

tata kelola yang adaptif untuk mengelola berbagai dinamika yang mempengaruhi keberlanjutan industri ini. Studi yang dilakukan oleh Legonkulon & Subang (2024) tentang pengelolaan ekowisata di Bali menunjukkan bahwa strategi berbasis komunitas mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi tanpa merusak keseimbangan ekologi, yang sejalan dengan pendekatan sistem kompleks dalam pariwisata berkelanjutan.

Veronica (2024) menekankan bahwa tata kelola yang komprehensif dan kolaboratif sangat penting dalam pengelolaan destinasi wisata. Partisipasi berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, pelaku usaha, dan pemerintah, memastikan bahwa kebijakan pariwisata tidak hanya berfokus pada keberlanjutan ekonomi dan sosial tetapi juga mempertimbangkan aspek lingkungan. Misalnya, penelitian oleh Chandra et al. (2023) tentang destinasi wisata kuliner di Yogyakarta menunjukkan bahwa keberhasilan dalam mengelola keberlanjutan wisata kuliner bergantung pada sinergi antara pemerintah daerah dan komunitas lokal dalam menjaga warisan budaya kuliner sekaligus mengelola dampak lingkungan dari aktivitas wisata.

Selanjutnya, Widodo et al. (2023) menggarisbawahi pentingnya mempertahankan dan mempromosikan identitas lokal dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh Aria & Hidayanti (2024) tentang daya tarik wisata kuliner di Kota Bandung menunjukkan bahwa wisata kuliner tidak hanya berperan dalam menarik wisatawan, tetapi juga menjadi bagian integral dari industri pariwisata yang lebih luas. Studi ini menekankan bahwa pengalaman wisata kuliner memungkinkan wisatawan untuk mengeksplorasi masakan lokal, mencicipi hidangan khas, dan mempelajari warisan kuliner serta tradisi suatu destinasi, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan pariwisata di Bandung.

Pendekatan menyeluruh dalam pariwisata berkelanjutan menuntut pengelolaan yang komprehensif melalui tata kelola kolaboratif dan partisipatif serta pemeliharaan identitas lokal. Dengan mengintegrasikan aspek lingkungan, ekonomi, sosial, dan budaya serta melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam perencanaan dan pengelolaan, destinasi wisata dapat berkembang secara seimbang dan berkelanjutan dalam jangka panjang. UNESCO menekankan pentingnya pengembangan pariwisata yang mendukung keaslian lanskap budaya, meminimalkan dampak lingkungan negatif, dan memperkuat manajemen situs melalui upaya kolaboratif dan partisipatif (Dharmiasih et al., 2012). Selain itu, konsep tata kelola kolaboratif mengacu pada kerja sama antara pemangku kepentingan negara dan non-negara untuk mengatur masyarakat secara efisien dan adil (Afni, 2022).

2. Branding dan Pemasaran Destinasi

Branding merupakan elemen penting dalam membangun citra suatu destinasi wisata, terutama dalam aspek kuliner lokal. Menurut Erlyana & Steven (2020), *branding* adalah proses yang dilakukan untuk membentuk citra suatu *brand* melalui komunikasi yang strategis. Dalam aspek pariwisata, *branding* destinasi tidak hanya mencakup aspek visual, seperti logo dan desain promosi, tetapi juga mencerminkan nilai budaya dan pengalaman wisata yang ditawarkan. Studi oleh Hakim & Hamidah (2022) mengenai *branding* kuliner di Yogyakarta menunjukkan bahwa penggunaan elemen budaya dalam strategi *branding*, seperti pemanfaatan motif batik dalam desain kemasan kuliner khas, dapat meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat citra destinasi.

Pemasaran destinasi berkaitan erat dengan *branding* dan memainkan peran penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai destinasi kepada audiens target. Menurut Pertiwi et al., (2022), pemasaran destinasi di era digital semakin bergantung pada media sosial sebagai alat komunikasi utama. Studi oleh Almunawaroh & Djamhur (2024) mengenai pemasaran kuliner lokal di Bali menunjukkan bahwa integrasi pemasaran offline (misalnya festival kuliner) dan online (melalui Instagram dan TikTok) dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan secara signifikan. Jenis konten yang diunggah, seperti video pengalaman wisatawan dan testimoni pelanggan, memiliki dampak besar terhadap peningkatan brand awareness dan keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Dalam pengembangan destinasi wisata berbasis kuliner lokal, contoh konkret yang dapat diambil adalah Desa Cihideung Udik. Menurut Ardiansyah et al. (2024), desa ini berhasil menerapkan *branding* yang kuat dengan menonjolkan produk wisata berbasis kearifan lokal, seperti kerajinan tangan dan kuliner khas. Partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata kuliner juga meningkatkan manfaat ekonomi dan mendukung keberlanjutan, dengan pendekatan partisipatif yang memperkuat rasa kepemilikan terhadap destinasi.

Dengan demikian, *branding* dan pemasaran destinasi memiliki hubungan erat dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis kuliner lokal yang berkelanjutan. Strategi *branding* yang kuat dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner, sementara pemasaran yang efektif melalui media sosial dan promosi offline dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Studi-studi terkait menunjukkan bahwa keberhasilan *branding* dan pemasaran destinasi tidak hanya berdampak pada peningkatan kunjungan wisata, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal dan pelestarian budaya.

3. Pengalaman Wisatawan

Menurut Djunaid et al., (2022), destinasi wisata menawarkan pengalaman yang kaya dan mendalam melalui kombinasi keindahan alam, budaya lokal, dan aktivitas yang beragam. Wisatawan dapat menikmati pemandangan alam yang menawan, merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat melalui akomodasi tradisional, serta terlibat dalam berbagai aktivitas seperti kuliner lokal dan kerajinan tangan. Misalnya, penelitian oleh Kusumaningrum et al. (2022) menemukan bahwa wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta cenderung memiliki kepuasan lebih tinggi ketika mereka berpartisipasi dalam pengalaman kuliner khas seperti Gudeg dan Kopi Joss, yang memberikan nuansa autentik terhadap perjalanan mereka.

Sejalan dengan itu, pengalaman wisatawan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh potensi budaya dan tradisi lokal suatu destinasi. Keahlian masyarakat dalam membuat produk budaya tradisional, termasuk makanan khas, dapat digunakan sebagai alat promosi utama untuk menarik lebih banyak pengunjung. Studi oleh Arimbawa et al. (2022) menunjukkan bahwa keberhasilan wisata kuliner di Bali sangat bergantung pada integrasi pengalaman budaya dalam penyajian makanan, seperti konsep "megibung" yang memperkenalkan wisatawan pada budaya makan bersama khas masyarakat Bali. Hal ini membuktikan bahwa interaksi wisatawan dengan budaya lokal melalui kuliner dapat meningkatkan daya tarik destinasi secara keseluruhan.

Selain itu, peningkatan aktivitas pariwisata berbasis kuliner tidak hanya berdampak positif pada ekonomi lokal, tetapi juga pada pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan. Misalnya, penelitian oleh Alifa et al. (2024) mengenai wisata kuliner di Bandung menunjukkan bahwa restoran yang mengusung konsep *farm-to-table*

mampu meningkatkan kesadaran wisatawan akan keberlanjutan melalui penggunaan bahan baku lokal yang ramah lingkungan. Dengan strategi promosi yang efektif dan kolaborasi antara berbagai pihak, destinasi dapat berkembang menjadi tempat wisata unggulan yang menawarkan pengalaman unik dan mendalam bagi wisatawan (Wulaningsih et al., 2024)

Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pengalaman wisatawan berhubungan dengan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap destinasi. Citra destinasi dan pengalaman wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan, dengan kepuasan berperan sebagai mediator dalam hubungan ini. Studi oleh Jaya et al. (2024) menegaskan bahwa wisatawan yang memiliki pengalaman positif dengan kuliner lokal di suatu destinasi cenderung merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan ulang. Evaluasi berkelanjutan mengenai kualitas pengalaman wisatawan setelah kunjungan sangat penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan merumuskan strategi guna meningkatkan loyalitas wisatawan.

4. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berfokus pada kreativitas, inovasi, dan budaya sebagai sumber nilai tambah. Menurut Soeprapto & Yohana (2021), ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memanfaatkan aset budaya dan kreativitas individu untuk menghasilkan produk dan layanan bernilai tinggi. Hal ini tercermin dalam sektor kuliner lokal, di mana produk makanan berbasis kearifan lokal tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi juga meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat setempat.

Menurut Viona et al. (2021), ekonomi kreatif berperan penting dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menciptakan produk dan layanan yang menarik serta bernilai tambah. Dalam aspek pariwisata berkelanjutan, penggunaan teknologi seperti platform digital dan media sosial memungkinkan promosi kuliner lokal yang lebih luas dan efektif. Contohnya, studi yang dilakukan oleh Dewa & Safitri (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam pemasaran kuliner lokal di Yogyakarta berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat citra destinasi sebagai pusat wisata gastronomi.

Lebih jauh lagi, menurut Cahyaningsih et al. (2021), ekonomi kreatif melibatkan pemanfaatan teknologi dan ide-ide kreatif untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta memberikan solusi yang relevan di era modern. Dalam industri kuliner, inovasi seperti konsep *farm-to-table*, pengemasan ramah lingkungan, serta pemanfaatan *augmented reality* dalam menu interaktif telah menjadi strategi yang tidak hanya meningkatkan daya tarik wisatawan, tetapi juga mendukung prinsip keberlanjutan. Studi oleh Veronica et al. (2025) menunjukkan bahwa restoran yang menerapkan konsep keberlanjutan dalam operasionalnya, seperti penggunaan bahan baku lokal dan sistem *zero waste*, lebih menarik bagi wisatawan yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi.

Dengan demikian, ekonomi kreatif dalam aspek kuliner lokal dan pariwisata berkelanjutan tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya, meningkatkan daya saing destinasi, dan mendorong praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi strategi optimalisasi praktik kuliner lokal dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Jakarta. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena pengelolaan kuliner lokal, termasuk tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, serta dampaknya terhadap daya tarik wisata kuliner dan keberlanjutan pariwisata. Pendekatan kualitatif memungkinkan analisis komprehensif terhadap fenomena kompleks dan membuka ruang bagi perspektif yang jarang terungkap (Eakin & Gladstone, 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam, observasi langsung, dan tinjauan literatur. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan yang terlibat langsung dalam industri kuliner di Jakarta, seperti pemilik restoran lokal dan praktisi industri kuliner. Teknik wawancara yang digunakan adalah semi-terstruktur, yang memungkinkan eksplorasi lebih lanjut atas jawaban yang diberikan oleh informan (Locke et al., 2022). Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki pengalaman minimal lima tahun dalam industri kuliner lokal, aktif dalam mempromosikan praktik kuliner berkelanjutan, serta terlibat dalam pengelolaan atau pemasaran wisata kuliner di Jakarta. Jumlah total informan yang diwawancarai adalah tujuh orang, terdiri dari empat pemilik restoran lokal dan tiga praktisi industri kuliner.

Observasi dilakukan di beberapa lokasi kuliner ikonik di Jakarta, seperti Pasar Santa, Jalan Sabang, dan kawasan Kota Tua. Observasi ini berfokus pada praktik pengelolaan bahan baku, interaksi antara pelaku usaha dan wisatawan, serta strategi pemasaran kuliner lokal. Selain itu, data sekunder diperoleh dari dokumen kebijakan dan laporan pemerintah terkait pengembangan pariwisata dan kebijakan kuliner berkelanjutan. Data ini bersumber dari publikasi resmi pemerintah daerah Jakarta, seperti laporan tahunan sektor pariwisata, rencana pengembangan ekonomi kreatif, dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan dalam industri kuliner. Tinjauan literatur digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi dengan referensi akademik yang relevan, termasuk jurnal ilmiah dan laporan penelitian terkait pariwisata berkelanjutan serta ekonomi kreatif.

Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang tidak relevan, mengorganisir data yang signifikan, serta mengidentifikasi pola atau tema yang muncul dari wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dengan menyusun hasil wawancara dan observasi secara naratif untuk memudahkan interpretasi, sementara penarikan kesimpulan didasarkan pada pola yang muncul dalam data yang telah diverifikasi melalui triangulasi.

Untuk meningkatkan validitas temuan penelitian, digunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif, sedangkan triangulasi metode menguji kredibilitas data dengan menerapkan berbagai metode analisis terhadap data yang sama. Semua informan akan diberi informasi mengenai tujuan penelitian ini dan diberikan kebebasan untuk bertanya serta mengundurkan diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi negatif. Semua informasi yang diperoleh selama wawancara dan observasi akan dijaga kerahasiaannya, serta identitas informan akan dianonimkan untuk memastikan privasi mereka.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang valid dan komprehensif serta berkontribusi terhadap strategi optimalisasi praktik kuliner lokal dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Jakarta (Dierckx de Casterlé et al., 2021).

PEMBAHASAN

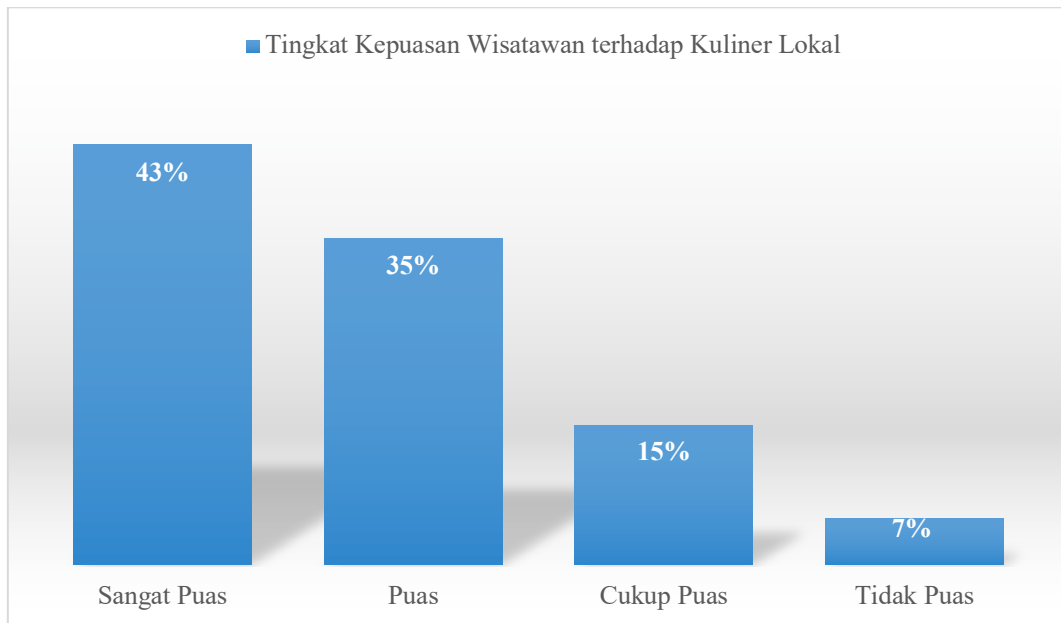
Kuliner lokal Jakarta merupakan cerminan dari keberagaman budaya yang mengakar dalam masyarakatnya. Sebagai ibu kota Indonesia, Jakarta tidak hanya dihuni oleh etnis Betawi sebagai penduduk asli, tetapi juga merupakan pertemuan berbagai suku, seperti Sunda, Jawa, dan Tionghoa. Masing-masing etnis ini menyumbangkan kekayaan rasa dan tradisi kuliner yang membentuk identitas kuliner Jakarta. Hidangan-hidangan tradisional seperti Kerak Telor, Soto Betawi, Toge Goreng, Laksa Betawi, Dodol Betawi hingga segarnya Es Selendang Mayang tidak hanya menawarkan cita rasa yang kaya, tetapi juga menceritakan sejarah dan budaya yang mendasarinya.

Ciri khas kuliner Betawi terletak pada penggunaan rempah-rempah yang kuat dan teknik memasak yang unik. Misalnya, Soto Betawi dikenal dengan kuah santan yang kental dan bumbu rempah yang kompleks, menciptakan rasa yang menggugah selera. Selain itu, keberagaman rasa kuliner Jakarta semakin kaya dengan hadirnya hidangan-hidangan seperti Ketoprak dan Asinan. Dalam hal ini, kuliner lokal Jakarta tidak hanya menjadi sumber kebanggaan masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai simbol budaya yang memperkuat hubungan antar-etnis.

Kuliner lokal Jakarta memiliki peran penting sebagai daya tarik bagi wisatawan. Mencicipi hidangan khas menjadi salah satu pengalaman yang dicari oleh banyak wisatawan, yang ingin merasakan kekayaan budaya kota ini. Banyak wisatawan mengunjungi warung-warung kaki lima untuk menemukan makanan tradisional yang autentik, serta restoran modern yang menyajikan hidangan Betawi dengan presentasi yang menarik. Fenomena ini menunjukkan bagaimana kuliner lokal dapat menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

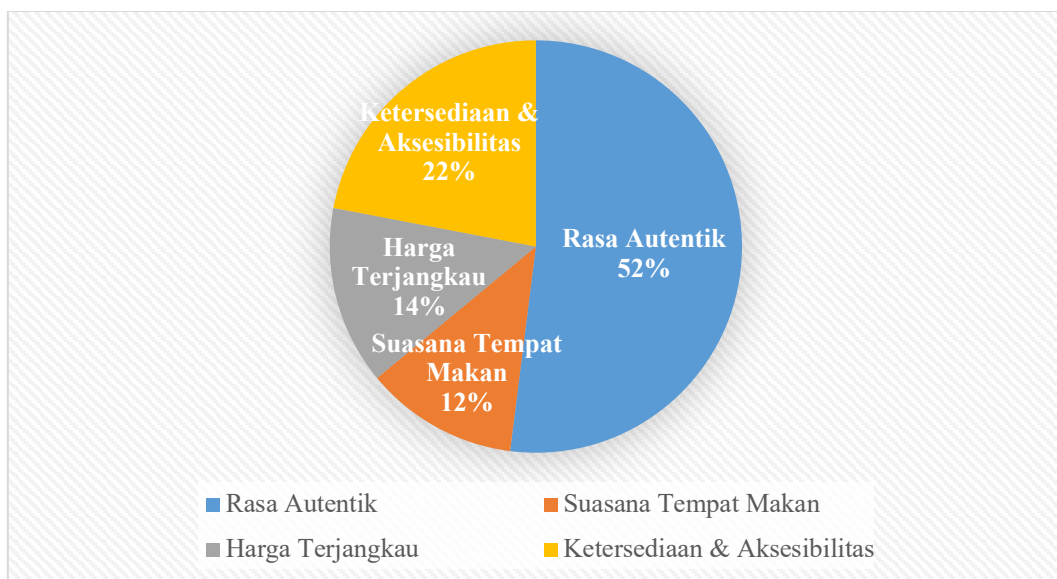
Umpan balik dari wisatawan menunjukkan bahwa pengalaman mencicipi kuliner lokal menjadi salah satu kenangan paling berkesan selama kunjungan mereka ke Jakarta. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap wisatawan domestik dan mancanegara, 78% responden menyatakan bahwa kuliner lokal berkontribusi signifikan terhadap kepuasan mereka selama berwisata, dengan rincian 43% merasa sangat puas dan 35% merasa puas. Banyak dari mereka yang memuji rasa autentik dari hidangan-hidangan seperti Soto Betawi dan Kerak Telor, serta bagaimana kuliner tersebut membantu mereka merasa lebih dekat dengan budaya lokal. Sebanyak 52% wisatawan menyebutkan bahwa rasa autentik menjadi faktor utama yang membuat pengalaman kuliner di Jakarta berkesan, diikuti oleh ketersediaan dan aksesibilitas (22%), harga terjangkau (14%), serta suasana tempat makan (12%). Selain itu, 80% wisatawan mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk kembali ke Jakarta karena pengalaman kuliner yang mereka rasakan sebelumnya. Hal ini mencerminkan betapa pentingnya kuliner dalam membangun citra Jakarta sebagai destinasi wisata yang kaya akan pengalaman budaya.

Berikut adalah gambar diagram tingkat kepuasan wisatawan terhadap kuliner lokal dan faktor yang membuat kuliner berkesan.



Gambar 1. Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kuliner Lokal

Sumber: Data diolah peneliti (2025)



Gambar 2. Faktor yang Membuat Kuliner Berkesan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dalam upaya memaksimalkan potensi kuliner lokal, para pelaku industri kuliner mengembangkan strategi pemasaran yang fokus pada penyajian, promosi, dan pengalaman kuliner. Langkah-langkah yang diambil termasuk pengembangan menu yang menonjolkan makanan tradisional dengan pendekatan modern, seperti presentasi yang menarik dan pengemasan ramah lingkungan. Para pelaku industri kuliner melibatkan chef lokal untuk

menyajikan hidangan autentik, sehingga cita rasa tetap terjaga dan sesuai dengan harapan pengunjung.

Para pelaku industri kuliner juga memanfaatkan berbagai saluran promosi, termasuk media sosial, kolaborasi dengan influencer kuliner, dan penyelenggaraan festival makanan lokal. Strategi-strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik kuliner lokal. Selain itu, para pelaku industri kuliner menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan tren yang berkembang, seperti menyediakan pilihan menu vegetarian dan organik, serta memantau tren kuliner melalui riset pasar. Langkah ini membantu mereka tetap relevan dan menarik bagi wisatawan yang semakin peduli terhadap aspek keberlanjutan.

Inovasi dalam kuliner lokal sangat penting untuk menghadapi persaingan dan menciptakan pengalaman makan yang lebih berkelanjutan. Banyak restoran mulai menggunakan bahan organik, mengurangi sampah makanan, dan memanfaatkan produk lokal. Langkah ini tidak hanya menarik bagi pelanggan yang peduli lingkungan, tetapi juga membangun citra positif dan tanggung jawab sosial yang menjadi nilai tambah bagi brand restoran.

Media sosial juga menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan kuliner lokal. Restoran yang menawarkan pengalaman bersantap yang unik dan estetik sering kali menjadi viral, berkat gambar-gambar menarik yang diunggah oleh pengunjung atau influencer. Dalam era digital ini, media sosial memainkan peran sebagai alat pemasaran yang sangat efektif, memungkinkan restoran menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan kunjungan pelanggan. Oleh karena itu, restoran perlu mengoptimalkan visualisasi dan promosi yang kreatif untuk memaksimalkan potensi media sosial.

Selain itu, inovasi kuliner memberi kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, baik wisatawan maupun pelanggan lokal. Restoran bisa memperkenalkan menu atau pengalaman makan yang mengandung cerita dan nilai budaya. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman rasa, tetapi juga memberi pemahaman lebih jauh mengenai asal-usul kuliner yang dinikmati. Dengan pendekatan ini, kuliner lokal menjadi lebih bermakna dan menarik, terutama bagi wisatawan yang mencari pengalaman autentik.

Para pelaku industri kuliner menyadari pentingnya menjaga keaslian kuliner lokal. Mereka memastikan bahwa setiap inovasi yang diperkenalkan tetap menggunakan bahan-bahan tradisional dan tidak mengubah cita rasa asli hidangan. Dengan melibatkan ahli kuliner lokal, setiap perubahan tetap menghormati warisan budaya. Banyak restoran juga bekerja sama dengan petani dan produsen lokal untuk mendapatkan bahan berkualitas, yang turut mendukung perekonomian lokal dan keberlanjutan. Inovasi dalam penyajian dan penyesuaian menu tetap mengutamakan bahan lokal dan teknik memasak tradisional, sehingga kuliner lokal dapat terus dikenalkan kepada generasi muda dan wisatawan. Dengan cara ini, kuliner lokal tetap berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa kehilangan akar budayanya.

Industri kuliner semakin menerapkan cara-cara yang ramah lingkungan, seperti menggunakan bahan organik dan lokal. Hal ini membantu mendukung pertanian berkelanjutan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan mengurangi limbah dengan memanfaatkan bahan yang biasanya terbuang. Langkah-langkah ini memberikan manfaat ekonomi dan lingkungan. Penggunaan bahan lokal membantu meningkatkan pendapatan petani, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung keberlanjutan industri kuliner. Selain itu, pengurangan limbah dan pemakaian bahan lokal juga berperan dalam menjaga kelestarian alam dan mengurangi penggunaan energi serta bahan bakar.

Kuliner lokal kini dimanfaatkan untuk mengedukasi pengunjung tentang pentingnya menjaga lingkungan. Para pelaku industri kuliner percaya bahwa dengan menerapkan praktik ramah lingkungan, mereka dapat menarik wisatawan yang peduli pada isu-isu keberlanjutan. Kerja sama dengan organisasi lingkungan dan pemerintah daerah dianggap penting untuk memperluas penerapan praktik berkelanjutan dalam industri kuliner. Melalui kolaborasi ini, mereka berharap dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong lebih banyak pihak untuk menerapkan praktik yang lebih bertanggung jawab di sektor kuliner.

Pengembangan kuliner lokal yang berkelanjutan menghadapi tiga tantangan utama, yaitu ketersediaan bahan baku yang berkualitas, regulasi yang kurang mendukung inovasi, dan rendahnya kesadaran konsumen. Sulitnya mendapatkan pasokan bahan baku lokal yang konsisten menghambat upaya menjaga standar keberlanjutan. Regulasi yang kurang fleksibel juga mempersempit ruang gerak pelaku industri dalam menerapkan praktik ramah lingkungan. Untuk mengatasi ini, pelaku industri kuliner bekerja sama dengan pemerintah dan komunitas lokal untuk meningkatkan edukasi tentang kuliner berkelanjutan dan memperkuat kemitraan dengan petani serta pemasok, demi mendorong praktik yang lebih bertanggung jawab dan mendukung ekonomi lokal.

Tren wisatawan yang semakin peduli dengan keberlanjutan mendorong industri kuliner lokal untuk beradaptasi. Wisatawan kini lebih memperhatikan faktor lingkungan, seperti penggunaan bahan organik dan penerapan praktik ramah lingkungan. Untuk itu, pelaku industri kuliner di Jakarta terus berinovasi dengan menawarkan menu yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Langkah ini tidak hanya memenuhi harapan wisatawan, tetapi juga memperkuat citra Jakarta sebagai destinasi kuliner yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Keberlanjutan kini menjadi hal yang wajib, bukan lagi pilihan.

Kuliner lokal Jakarta memainkan peran penting dalam membentuk identitas budaya dan daya tarik wisata kota ini. Keberagaman kuliner yang mencerminkan interaksi antar etnis dan tradisi menjadikannya sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Dengan pemasaran yang tepat, inovasi dalam penyajian, dan penerapan praktik keberlanjutan, kuliner lokal dapat terus mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Jakarta. Melalui kolaborasi erat antara pelaku industri, pemerintah, dan komunitas, kuliner lokal diharapkan tidak hanya menjadi magnet bagi wisatawan, tetapi juga sarana edukasi yang menanamkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dalam industri kuliner. Keberlanjutan dalam kuliner kini bukan lagi pilihan, melainkan kewajiban yang harus dijalankan demi masa depan pariwisata Jakarta.

Dalam mengembangkan strategi optimalisasi kuliner lokal sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan di Jakarta, penting untuk mempelajari contoh pengelolaan destinasi wisata kuliner yang telah berhasil di tempat lain. Penelitian Ciptari et al. (2022) di Desa Suranadi menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi kuliner yang efektif membutuhkan struktur yang jelas, keterlibatan pemangku kepentingan yang baik, serta kemampuan untuk mengelola perubahan dan tekanan yang muncul. Temuan ini sangat relevan bagi Jakarta, yang memiliki kompleksitas tersendiri dalam pengelolaan kuliner lokal. Optimalisasi kuliner di Jakarta juga harus mempertimbangkan pengelolaan yang solid dan kolaborasi antar pemangku kepentingan untuk mengatasi tantangan serta mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pendekatan serupa terlihat dalam penelitian Antara (2022) tentang wisata kuliner di Sanur, Bali. Studi ini menekankan bahwa kuliner tradisional tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai pendorong pariwisata berkelanjutan. Keberhasilan pengelolaan kuliner tradisional bergantung pada aspek hygiene, keramahtamahan, dan

pemasaran yang efektif. Pelajaran dari Sanur dapat diterapkan di Jakarta dengan menyesuaikan kondisi lokal dan meningkatkan strategi pemasaran berbasis digital serta memperkuat daya tarik kuliner lokal sebagai pengalaman wisata yang autentik. Kolaborasi yang erat antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat menjadi faktor kunci dalam menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi perekonomian dan sosial budaya Jakarta.

Selain itu, penelitian Prianta & Sulistyawati (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z di Bali tetap mencintai kuliner tradisional, dipengaruhi oleh budaya dan pemasaran digital. Generasi ini juga memiliki peran penting dalam memodifikasi kuliner tradisional agar lebih menarik bagi pasar internasional. Temuan ini memberikan wawasan bahwa generasi muda dan teknologi digital dapat menjadi pendorong utama dalam mendukung optimalisasi kuliner lokal di Jakarta. Dengan pemanfaatan media sosial dan inovasi produk kuliner, potensi ekspansi kuliner tradisional Jakarta ke tingkat global semakin besar, sekaligus memperkuat daya saing pariwisata lokal.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, pengembangan kuliner lokal sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan di Jakarta memerlukan pendekatan yang terstruktur dan menyeluruh. Strategi optimalisasi harus mencakup pengelolaan yang efektif, kolaborasi antar pemangku kepentingan, serta perhatian pada aspek hygiene, keramahan, dan pemasaran. Selain itu, peran generasi muda dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mendukung inovasi dan memperluas jangkauan kuliner tradisional. Dengan pendekatan ini, kuliner lokal tidak hanya menjadi daya tarik wisata yang berkelanjutan, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya Jakarta.

KESIMPULAN

Kuliner lokal Jakarta memiliki peran penting dalam membentuk identitas budaya sekaligus menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Keanekaragaman kuliner yang mencerminkan hubungan antar etnis dan tradisi budaya memberikan nilai tambah dalam memperkenalkan kekayaan lokal kepada pengunjung. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, inovasi dalam kuliner Jakarta semakin berkembang dengan mengutamakan penggunaan bahan baku lokal, praktik ramah lingkungan, dan keberlanjutan usaha. Namun, industri kuliner menghadapi tantangan seperti keterbatasan pasokan bahan baku berkualitas serta regulasi yang belum sepenuhnya mendukung praktik keberlanjutan. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal menjadi kunci dalam mengatasi hambatan tersebut.

Untuk mendorong keberlanjutan kuliner lokal, pemerintah dapat memberikan insentif berupa subsidi bahan organik, pengurangan pajak bagi restoran yang menggunakan produk lokal, serta penyederhanaan regulasi bagi usaha kecil. Selain itu, pembangunan pusat distribusi bahan baku berkualitas diperlukan untuk menjaga stabilitas harga dan ketersediaan bahan.

Industri kuliner dapat menerapkan sertifikasi keberlanjutan, seperti label ramah lingkungan pada restoran, guna meningkatkan daya saing dan menarik wisatawan yang peduli dengan isu keberlanjutan. Edukasi melalui pelatihan serta kampanye kesadaran juga perlu diperkuat agar praktik ramah lingkungan semakin meluas. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan informasi tentang restoran berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner Jakarta.

Selain itu, pengembangan program wisata kuliner berkelanjutan, seperti tur kuliner ramah lingkungan atau festival makanan berbasis bahan lokal, dapat menjadi langkah nyata

dalam mengenalkan kuliner Jakarta yang lebih berkelanjutan kepada wisatawan. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi efektivitas program-program ini dalam meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap kuliner berkelanjutan serta mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi keberlanjutan bisnis kuliner di Jakarta.

Dengan strategi yang tepat dan sinergi antara berbagai pihak, industri kuliner Jakarta tidak hanya dapat mempertahankan identitas budayanya, tetapi juga menjadi contoh dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, Y., Nabilla, A. S., & Pratiwi, W. D. (2024). *Peran Salapan Cinyusu dalam Pelestarian Budaya Pangan Nabati Sunda dan Dampaknya terhadap Gastro-Tourism Salapan Cinyusu ' s Role in Preserving Sundanese Food Culture and Its Impact on Gastro-Tourism*. 13, 400–421.
- Almunawaroh, A., & Djamhur, I. G. (2024). Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Berkunjung Ke Museum Nasional Indonesia. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 243–251. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.227>
- Ardiansyah, I., Iskandar, H., & Krisnadi, A. R. (2024). Sustainability analysis using multi-dimensional scaling approach in Cilember Tourism Village, Bogor Regency. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1366(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1366/1/012007>
- Ardiansyah, Imam, Dewantara, Y. F., Krisnadi, A. R., Facrureza, D., & Susanto, P. (2023). Pelatihan Pengetahuan Dasar Dalam Pengelolaan Homestay Di Desa Wisata Tanjungjaya Kabupaten Pandeglang. *Jurnal APTEKMAS*, 6(1), 39–48. <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxixpp39-48>
- Aria, M. F., & Hidayanti, W. (2024). *Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung*. 3.
- Arimbawa, S., Suriani, N. M., & Damiati. (2022). Pengembangan Penyajian Tradisi Megibung Sebagai Wisata Kuliner Di Desa Budakeling Kecamatan Bebandem Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Kuliner*, 2(2), 1–10. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JK/article/view/32923%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JK/article/download/32923/22925>
- Cahyaningsih, D. S., Suhartono, T., & Widayati, S. (2021). Menggali Potensi Ekonomi Kreatif sebagai Sarana Pendukung Desa Wisata. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(2), 210–220. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i2.5078>
- Chandra, T., Rakhmanto, A., Syamsudin, B., Marsongko, E. P., & Suhendar, T. (2023). Studi Analisis Pemasaran Wisata Kuliner Kota Yogyakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i1.7260>
- Ciptari, P. D. K., Wibawa, I. G. J. S., & Suardana, I. K. P. (2022). Pengelolaan Destinasi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Suranadi. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 203–218. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1335>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dharmiasih, W., Sayoga, A., Pradipta, A., Arbi, Y., Christensen, C. S., DeeBrine, P.,

- Hardjasaputra, C., & Sapardan, W. (2012). Strategi pariwisata berkelanjutan. *Strategi Pariwisata Berkelanjutan*, 32.
- Dierckx de Casterlé, B., De Vlieghe, K., Gastmans, C., & Mertens, E. (2021). Complex Qualitative Data Analysis: Lessons Learned From the Experiences With the Qualitative Analysis Guide of Leuven. *Qualitative Health Research*, 31(6), 1083–1093. <https://doi.org/10.1177/1049732320966981>
- Djunaid, I. S., Sofiani, S., Ardiansyah, I., Sofiani, S., Fachruraza, D., Soeprapto, V., & Paulina, P. (2022). Sosialisasi Pembentukan Binaan Desa Cihideung Udik Menjadi Desa Wisata. *Jurnal Abdimas Terapan*, 1(2), 29–32. <https://doi.org/10.56190/jat.v1i2.6>
- Eakin, J. M., & Gladstone, B. (2020). “Value-adding” Analysis: Doing More With Qualitative Data. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 1–13. <https://doi.org/10.1177/1609406920949333>
- Erlyana, Y., & Steven, S. (2020). Analisis Branding Pada Newsletter “Garisbawah” Sebagai Bagian Peningkatan Citra Program Studi Dkv Universitas Bunda Mulia. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 5(2), 177–194. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i2.7954>
- Febriany, K. (2023). Pengetahuan Kewirausahaan di Bidang Pariwisata Tourism Entrepreneurial Knowledge. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 7(2), 149–152. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Fitriyani, N. (2025). Peran Wisata Kuliner Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Destinasi Pariwisata Demak. 3(1), 484–493.
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Ida Bagus Ketut Soma Antara. (2022). Eksistensi Dalam Globalisasi: Peran Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Sanur. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.51713/jotis.v2i1.64>
- Ika Nur Afni. (2022). Stakeholder Mapping dalam Pelaksanaan Community Tourism Collaborative Governance (CTCG) di Desa Maron Wonosobo. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 123–136. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.853>
- Jaya, U. P., Suranata, I. G. K., Omna, P., & Chandra, T. (2024). *PARIWISATA DI DESA TENGGALINGGAH (DEVELOPMENT OF TRADITIONAL CULINARY AS A TOURISM ATTRACTION IN TENGGALINGGAH VILLAGE)*. 05, 86–100. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.761>
- kemenperin.go.id. (2024). *Kontribusi Meningkatkan, Investasi dan Ekspor Industri Mamin Semakin Lezat*. <https://kemenperin.go.id/artikel/24627/Kontribusi-Meningkat,-Investasi-dan-Ekspor-Industri-Mamin-Semakin-Lezat>
- Kusumaningrum, H., Tyas, D. W., & Kusumawati, P. (2022). Angkringan Kopi Joss Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Kota Yogyakarta Dan Kondisinya Akibat Pandemi Covid-19. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 8–17. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11317>
- Legonkulon, K., & Subang, K. (2024). *Analisis Potensi Pengembangan Ekowisata Pantai Pondok Bali Desa*. 3.
- Locke, K., Feldman, M., & Golden-Biddle, K. (2022). Coding Practices and Iterativity: Beyond Templates for Analyzing Qualitative Data. *Organizational Research Methods*, 25(2), 262–284. <https://doi.org/10.1177/1094428120948600>

- Margaretha, R. (2024). Strategi Capacity Building dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1), 248–256. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3588>
- Mau, D. P., Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., & Arta, I. W. (2024). *Pelestarian Wisata Kuliner Lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Surabaya Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local*. 06(2), 123–134. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3>
- Mularsari, A., & Djandri, M. Z. (2024). Potensi Wisata Kuliner Halal di Kebayoran Baru Dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata di Jakarta. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 15695–15713. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.14747>
- N. W. W., Gde Indra Bhaskara, & Nararya Narottama. (2024). Perumusan Strategi Pemasaran Berkelanjutan the Blooms Garden Untuk Mendukung Kolaborasi Destinasi Pariwisata. *Jurnal Belantara*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/10.29303/jbl.v7i1.967>
- Pertiwi, M. P., Isnaini, M., & Girsang, L. R. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Brand Addiction. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 253–266. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3609>
- Prianta, P. A., & Sulistyawati, A. (2023). Cita Rasa Kuliner Generasi Z Bali Untuk Menyukseskan Program Pariwisata Budaya Berkelanjutan. *INSPIRE: Journal of Culinary, Hospitality, Digital & Creative Arts and Event*, 1(2), 113–131.
- Sarudin, R. (2023). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kampung Saungkuriang Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 220–228. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57709>
- Soeprapto, V. S., & Yohana, E. (2021). Eksplorasi Wisata Kuliner - Studi Kasus Di Bali. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(1), 46. <https://doi.org/10.30813/fame.v4i1.2750>
- Veronica, Andari Tirtadidjaja, & J. A. M. (2025). Innovation in Waste Management Methods for Sustainable Tourism (A Case Study at Pullman Hotel Lombok). *RIWAYAT: EDUCATIONAL JOURNAL OF HISTORY AND HUMANITIES*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i1.44136>
- Veronica, V. (2024). Strategi Promosi Tari Tortor sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Berkelanjutan (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 834–846. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2511>
- Viona, V., Yohanes, K., Mega, L. S., Kurniawati, W., Farady Marta, R., & Isnaini, D. M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46–65. <http://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA>
- Widodo, H. P., Ap, S., & Si, M. (2023). *SKRIPSI OLEH : Efantri Peku Dapa PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KIDUL KABUPATEN MALANG Dosen Pembimbing Utama Dosen Pembimbing Pendamping 1 . 1 Latar Belakang Salah satu industri yang berpotensi kuat untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi saat ini adalah p.*