
STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER KHAS LOMBOK DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN PARIWISATA DI KOTA MATARAM

Sang Ayu Putu Mas Ambarwati¹, Ni Nyoman Harnika², Ni Putu Ade Resmayani³

^{1,2,3}Institut Agama Hindu Negri Gde Pudja Mataram, Indonesia

E-mail: ¹sangayuambar17@gmail.com, ²nyomanharnika@iahn-gdepudja.ac.id,

³aderesmayani@gmail.com

Article History:

Received: 12-04-2026

Revised: 30-04-2026

Accepted: 13-05-2026

Keywords:

*Strategi Pengembangan,
Wisata Kuliner,
Pariwisata, Stakeholder.*

Abstract: Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi wisata kuliner khas Lombok, peran stakeholder, serta strategi pengembangan wisata kuliner dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Mataram memiliki potensi wisata kuliner yang kuat melalui keberagaman kuliner khas Lombok yang autentik, bernilai budaya, dan menarik bagi wisatawan. Peran stakeholder diwujudkan melalui pemerintah sebagai regulator, fasilitator, promotor, dan pelestari budaya, serta pelaku usaha dan masyarakat dalam menjaga kualitas dan kelestarian kuliner lokal. Strategi pengembangan yang dihasilkan meliputi peningkatan promosi, pelestarian keaslian kuliner, peningkatan kualitas produk, pengembangan sarana dan prasarana pendukung, serta penguatan kerja sama antar stakeholder. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner sekaligus mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkenalkan identitas budaya suatu daerah kepada wisatawan. Dalam perkembangannya, pariwisata tidak hanya bertumpu pada wisata alam dan budaya, tetapi juga berkembang ke berbagai bentuk wisata minat khusus, salah satunya adalah wisata kuliner. Wisata kuliner menjadi bagian penting dalam industri pariwisata karena mampu memberikan pengalaman yang autentik melalui makanan dan minuman khas suatu daerah (Ayu Laksmi et al., 2023). Kuliner tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan konsumsi wisatawan, tetapi juga menjadi media untuk mengenalkan budaya, tradisi, sejarah, dan identitas lokal suatu destinasi.

Wisata kuliner saat ini berkembang menjadi salah satu daya tarik wisata yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Kolcha et al., 2025). Makanan khas daerah sering kali menjadi alasan utama wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Keunikan cita rasa, proses pengolahan, bahan baku lokal, serta nilai budaya yang terkandung dalam setiap hidangan menjadikan wisata kuliner sebagai pengalaman wisata yang berbeda

dibandingkan bentuk wisata lainnya. Oleh karena itu, pengembangan wisata kuliner perlu dilakukan secara terencana agar mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakat lokal.

Pulau Lombok merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki beragam potensi wisata, baik wisata alam, budaya, maupun kuliner. Berbagai makanan khas Lombok seperti ayam taliwang, plecing kangkung, sate rembiga, sate bulayak, dan berbagai olahan tradisional lainnya telah dikenal luas oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberadaan kuliner khas tersebut tidak hanya menjadi identitas budaya masyarakat Lombok, tetapi juga berpotensi menjadi daya tarik wisata yang mampu mendukung pertumbuhan sektor pariwisata (Saptaningtyas & Handayani, 2021). Kota Mataram sebagai ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki posisi strategis sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, jasa, dan pariwisata. Kota ini menjadi pintu gerbang utama bagi wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok. Selain memiliki berbagai destinasi wisata sejarah dan budaya, Kota Mataram juga dikenal sebagai pusat perkembangan kuliner khas Lombok. Kawasan Ampenan, Cakranegara, dan Loang baloq merupakan beberapa kawasan yang memiliki aktivitas kuliner yang cukup berkembang dan banyak dikunjungi wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Kota Mataram memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata kuliner sebagai salah satu daya tarik wisata unggulan.

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan wisata kuliner di Kota Mataram masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain masih terbatasnya promosi wisata kuliner, belum optimalnya pengembangan atraksi pendukung wisata kuliner, perlunya peningkatan kualitas fasilitas dan infrastruktur pendukung, serta masih perlunya penguatan kerja sama antar *stakeholder* dalam pengembangan wisata kuliner. Selain itu, pelestarian keaslian kuliner khas Lombok juga menjadi tantangan penting agar identitas budaya lokal tetap terjaga di tengah perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif (Utami, 2019). Keberhasilan pengembangan wisata kuliner tidak dapat dilepaskan dari peran berbagai *stakeholder* yang terlibat. Pemerintah memiliki peran dalam penyusunan kebijakan, fasilitasi, dan promosi pariwisata. Pelaku usaha kuliner berperan dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan. Masyarakat lokal berperan dalam menjaga keberlanjutan budaya kuliner, sedangkan media dan wisatawan turut berkontribusi dalam memperluas promosi wisata kuliner melalui berbagai platform digital. Sinergi antar *stakeholder* menjadi faktor penting dalam mewujudkan pengembangan wisata kuliner yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa wisata kuliner memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata. Yeboah dan Ashie (2024) menjelaskan bahwa kuliner lokal mampu menjadi produk wisata yang efektif dalam menarik wisatawan. Ningrum dkk. (2024) menemukan bahwa keberhasilan wisata kuliner dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat, promosi, dan tata kelola yang baik. (Putri dkk,2023) juga menyatakan bahwa makanan tradisional memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata dan identitas daerah. Meskipun demikian, penelitian mengenai strategi pengembangan wisata kuliner khas Lombok dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram masih relatif terbatas sehingga perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi wisata kuliner dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram, mengidentifikasi peran

stakeholder dalam pengembangan wisata kuliner, serta merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner khas Lombok yang dapat mendukung pertumbuhan pariwisata secara berkelanjutan di Kota Mataram.

LANDASAN TEORI

1. *Tourism Attraction Theory*

Tourism Attraction Theory dikemukakan oleh Gunn (1988). Teori ini menjelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan kombinasi antara keunikan destinasi, pengalaman yang diperoleh wisatawan, serta dukungan fasilitas dan aksesibilitas. Dalam konteks wisata kuliner, daya tarik tersebut tercermin pada keaslian makanan khas, nilai budaya, cita rasa, dan pengalaman gastronomi yang membedakannya dari destinasi lain. Oleh karena itu, teori ini digunakan untuk menganalisis potensi kuliner khas Lombok sebagai daya tarik wisata di Kota Mataram.

2. *Stakeholder Theory*

Stakeholder Theory dari Freeman (1984), yang menekankan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata bergantung pada kolaborasi berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, akademisi, media, dan wisatawan. Sinergi antar stakeholder diperlukan dalam penyusunan kebijakan, pengembangan produk, promosi, serta pelestarian budaya sehingga pengembangan wisata kuliner dapat berlangsung secara berkelanjutan.

3. *Tourism Strategy Theory*

Tourism Strategy Theory yang dikemukakan oleh Hall (2000) digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner. Teori ini menekankan pentingnya perencanaan yang sistematis melalui identifikasi potensi destinasi, pengembangan produk, promosi, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan kelembagaan untuk meningkatkan daya saing destinasi. Berdasarkan ketiga teori tersebut, penelitian ini menganalisis potensi wisata kuliner khas Lombok, peran stakeholder, serta strategi pengembangannya dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam potensi wisata kuliner, peran *stakeholder*, serta strategi pengembangan wisata kuliner khas Lombok dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan perspektif para informan, sedangkan metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi aktual wisata kuliner serta berbagai permasalahan dan upaya pengembangannya secara sistematis dan faktual.

Penelitian dilaksanakan di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Mataram merupakan pusat aktivitas ekonomi, perdagangan, dan pariwisata yang memiliki beragam kuliner khas Lombok serta kawasan strategis pengembangan wisata kuliner seperti Ampenan, Cakranegara, dan Loang Baloq. Selain itu, Kota Mataram menjadi salah satu destinasi wisata kuliner yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data

primer diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan dan wawancara dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan wisata kuliner. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan mereka dalam aktivitas wisata kuliner. Informan terdiri atas pemerintah, pelaku usaha kuliner, masyarakat lokal, akademisi, media, dan wisatawan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dokumen, laporan, serta literatur yang relevan dengan pengembangan wisata kuliner dan pariwisata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi data. Observasi dilakukan secara nonpartisipatif untuk mengamati kondisi aktual wisata kuliner, fasilitas pendukung, aksesibilitas, aktivitas wisatawan, dan keterlibatan masyarakat lokal. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang memungkinkan peneliti menggali informasi secara mendalam sesuai dengan kondisi di lapangan. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan foto, rekaman, arsip, dan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Selanjutnya, triangulasi data digunakan untuk menguji keabsahan data dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif agar memudahkan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan hasil interpretasi data untuk memperoleh gambaran mengenai potensi wisata kuliner, peran *stakeholder*, serta strategi pengembangan wisata kuliner khas Lombok dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Mataram merupakan ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat yang terletak di bagian barat Pulau Lombok. Sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, jasa, pendidikan, dan perekonomian, Kota Mataram memiliki aksesibilitas yang baik sehingga menjadi salah satu tujuan wisata di Pulau Lombok. Selain wisata alam dan budaya, Kota Mataram juga dikenal memiliki potensi wisata kuliner yang berkembang sebagai bagian dari daya tarik pariwisata daerah. Keberagaman masyarakat di Kota Mataram menghasilkan kekayaan kuliner khas Lombok yang menjadi identitas daerah, seperti Ayam Taliwang, Plecing Kangkung, Sate Rembiga, dan berbagai olahan hasil laut.



Gambar 1. Makanan khas Lombok

Dokumentasi: Sang Ayu 2026

Aktivitas wisata kuliner terpusat di beberapa kawasan, seperti Cakranegara, Ampenan, Loang Baloq, Sangkareang, Tanjung Karang, dan Rembige, yang didukung oleh keberadaan sentra kuliner, promosi, serta penyelenggaraan festival kuliner oleh pemerintah daerah. Kondisi tersebut menjadikan Kota Mataram sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengembangan wisata kuliner dalam mendorong pertumbuhan pariwisata.

Tabel. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan

No	Destinasi	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Lokal
1	Ampenan	2023	6.142	57.308	132.076
	Loang Balok		6.718	47.256	130.139
	Cakra		7.098	59.054	157.245
	Tanjung Karang		6.467	20.369	149.037
	Sangkareang		3.076	43.275	209.674
	Rembige		1.630	45.084	113.033
2	Ampenan	2024	5.327	80.643	141.874
	Loang Balok		2.205	76.580	131.997
	Cakra		3.438	52.971	156.431
	Tanjung Karang		889	38.718	120.100
	Sangkareang		603	87.592	195.000
	Rembige		545	51.888	119.666
3	Ampenan	2025	7.400	87.671	167.944
	Loang Balok		6.388	79.045	143.942
	Cakra		4.513	57.142	254.841
	Tanjung Karang		1.257	40.622	142.056
	Sangkareang		1.050	98.632	361.776
	Rembige		1.745	41.769	136.071

Berdasarkan Tabel.1 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada beberapa destinasi wisata di Kota Mataram selama periode tahun 2023–2025 menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Kunjungan wisatawan terdiri atas wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara, dan wisatawan lokal yang tersebar di kawasan Ampenan, Loang Baloq, Cakranegara, Tanjung Karang, Sangkareang, dan Rembige. Secara umum, wisatawan lokal merupakan kelompok pengunjung dengan jumlah kunjungan tertinggi pada seluruh destinasi wisata dibandingkan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Selain itu, kawasan Sangkareang dan Cakranegara menjadi destinasi yang mencatat jumlah kunjungan wisatawan lokal paling tinggi, terutama pada tahun 2025, yang menunjukkan bahwa kedua kawasan tersebut memiliki daya tarik wisata yang cukup besar bagi masyarakat maupun wisatawan.

Potensi Wisata Kuliner dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata di Kota Mataram

Potensi wisata kuliner dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram dianalisis menggunakan Tourism Attraction Theory yang dikemukakan oleh Gunn (1988). Teori ini menjelaskan bahwa daya tarik suatu destinasi dipengaruhi oleh beberapa komponen utama, yaitu atraksi (*attractions*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenities*), dan pelayanan pendukung (*ancillary services*). Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, keempat aspek tersebut digunakan untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner khas Lombok sebagai daya tarik wisata sekaligus mengkaji kontribusinya dalam mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

a. Aspek Atraksi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata kuliner di Kota Mataram masih didominasi oleh aktivitas menikmati kuliner khas Lombok dengan dukungan suasana wisata kuliner malam serta pertunjukan seni budaya yang hanya diselenggarakan pada waktu tertentu. Keberagaman kuliner khas seperti Ayam Taliwang, Plecing Kangkung, dan Sate Rembige menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, namun belum didukung oleh atraksi yang mampu memberikan pengalaman wisata yang lebih beragam. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pengembangan festival kuliner, demonstrasi memasak, wisata gastronomi, dan pertunjukan budaya secara rutin dinilai perlu dilakukan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan lama tinggal (*length of stay*). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun wisata kuliner memiliki potensi sebagai daya tarik pariwisata, pengembangan atraksi yang lebih kreatif dan berbasis budaya masih diperlukan agar wisata kuliner tidak hanya menjadi aktivitas konsumsi, tetapi juga memberikan pengalaman wisata yang autentik dan berkesan (Putri et al. 2023).

b. Aspek Aksesibilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akses menuju kawasan wisata kuliner di Kota Mataram pada umumnya sudah baik karena didukung oleh kondisi jalan yang memadai, lokasi yang strategis, serta kemudahan dijangkau menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Namun, hasil observasi dan wawancara menunjukkan masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan area parkir, kurangnya papan petunjuk arah, trotoar pejalan kaki yang belum memadai, serta penataan lalu lintas di beberapa kawasan kuliner. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun akses utama telah mendukung pengembangan wisata kuliner, peningkatan fasilitas pendukung aksesibilitas masih diperlukan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan dan memperkuat daya saing destinasi (Saptaningtyas et al. 2021).

c. Aspek *Amenitas*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan wisata kuliner di Kota Mataram telah memiliki fasilitas dasar, seperti area parkir, toilet, mushola, tempat duduk, dan tempat makan. Namun, kualitas beberapa fasilitas masih belum optimal, terutama terkait kebersihan kawasan, keterbatasan tempat sampah, kondisi toilet, serta kerusakan pada beberapa akses jalan. Informan menilai bahwa peningkatan kualitas amenities menjadi kebutuhan penting untuk menciptakan kenyamanan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dan pemeliharaan fasilitas secara berkelanjutan melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat agar kualitas pelayanan dan pengalaman wisata kuliner semakin meningkat (Manzano et al. 2025).

d. Aspek *Ancillary*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pendukung dalam pengembangan wisata kuliner di Kota Mataram telah dilakukan melalui penyelenggaraan festival kuliner, promosi destinasi, serta dukungan pemerintah kepada pelaku usaha. Meskipun demikian, koordinasi antarstakeholder masih belum optimal sehingga sebagian besar pelaku usaha masih mengembangkan usahanya secara mandiri. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sinergi melalui pembinaan, pelatihan, promosi terpadu, serta penataan kawasan wisata kuliner secara berkelanjutan (Ningrum et al. 2024). Kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, media, dan stakeholder lainnya diharapkan dapat meningkatkan kualitas pengelolaan wisata kuliner sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

Berdasarkan hasil penelitian, potensi wisata kuliner di Kota Mataram dapat dijelaskan melalui **Tourism Attraction Theory** yang dikemukakan oleh Gunn (1988), yang menyatakan bahwa daya tarik suatu destinasi dipengaruhi oleh empat komponen utama, yaitu atraksi (*attractions*), aksesibilitas (*accessibility*), amenities (*amenities*), dan pelayanan pendukung (*ancillary services*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Mataram memiliki atraksi berupa keberagaman kuliner khas Lombok yang bernilai budaya dan memiliki cita rasa autentik. Atraksi tersebut didukung oleh aksesibilitas yang relatif baik karena kawasan wisata kuliner berada di lokasi strategis dan mudah dijangkau, meskipun masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan area parkir dan papan petunjuk arah. Selain itu, amenities berupa fasilitas dasar telah tersedia untuk mendukung aktivitas wisatawan, namun kualitas kebersihan dan beberapa fasilitas umum masih perlu ditingkatkan.

Pada aspek *ancillary*, pengembangan wisata kuliner telah didukung oleh peran pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan media melalui promosi, festival kuliner, serta pembinaan pelaku usaha. Meskipun demikian, koordinasi dan kolaborasi antarstakeholder masih perlu diperkuat agar pengembangan wisata kuliner dapat berlangsung secara berkelanjutan. Dengan demikian, keempat komponen dalam **Tourism Attraction Theory** saling melengkapi dalam membentuk daya tarik wisata kuliner di Kota Mataram. Penguatan pada setiap aspek tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, memperkuat daya saing destinasi, serta mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

Peran Stakeholder Dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata Di Kota Mataram

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian, diketahui bahwa setiap *stakeholder* memiliki peran yang berbeda namun saling berkaitan dalam mendukung pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram.

Peran tersebut meliputi peran pemerintah sebagai regulator dan fasilitator, peran pelaku usaha sebagai penyedia produk dan layanan kuliner, peran media sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi, peran wisatawan sebagai konsumen sekaligus penyebar pengalaman wisata, serta peran masyarakat lokal sebagai pendukung keberlanjutan budaya kuliner daerah. Adapun peran masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan wisata kuliner di Kota Mataram dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Peran Sebagai Regulator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Mataram berperan sebagai regulator dalam pengembangan wisata kuliner melalui penyusunan kebijakan, pemberian perizinan usaha, pembinaan, serta pengawasan terhadap pelaku usaha kuliner. Peran tersebut diwujudkan melalui pengawasan kebersihan, keamanan pangan, standar mutu makanan, serta mendorong pelaku usaha untuk melengkapi legalitas usaha, seperti izin usaha, sertifikat halal, dan PIRT. Selain itu, pemerintah bersama pengelola kawasan kuliner melakukan pembinaan secara berkala untuk meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan lingkungan, serta menciptakan kawasan wisata kuliner yang tertib, aman, dan nyaman bagi wisatawan. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menerapkan ketentuan yang ditetapkan pemerintah, seperti menjaga kebersihan area usaha dan memenuhi persyaratan administrasi usaha.

b. Peran Sebagai Fasilitator

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Mataram berperan sebagai fasilitator dalam pengembangan wisata kuliner melalui penyediaan sentra kuliner, lokasi pameran, stan kuliner pada berbagai festival dan *event*, serta pembangunan infrastruktur pendukung. Selain menyediakan ruang usaha bagi pelaku usaha kuliner, pemerintah juga melakukan penataan dan pengelolaan kawasan wisata kuliner di bawah Dinas Pariwisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan wisatawan. Berbagai fasilitas pendukung, seperti akses jalan, area parkir, toilet, tempat duduk, tempat sampah, dan penerangan, telah tersedia untuk menunjang aktivitas wisata kuliner. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa fasilitas masih memerlukan penataan dan pemeliharaan, terutama terkait kebersihan kawasan, kapasitas area parkir, jumlah tempat duduk, dan ketersediaan tempat sampah agar pelayanan kepada wisatawan semakin optimal.

c. Peran Sebagai Promotor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Kota Mataram berperan sebagai promotor dalam pengembangan wisata kuliner melalui penyelenggaraan festival kuliner, pameran, *event* pariwisata, serta promosi digital untuk memperkenalkan kuliner khas Lombok kepada masyarakat dan wisatawan. Upaya tersebut didukung oleh penyediaan stan kuliner bagi pelaku usaha dan kerja sama dengan berbagai pihak dalam mempromosikan potensi wisata kuliner. Selain pemerintah, promosi juga dilakukan secara kolaboratif oleh pengelola kawasan, media, pelaku usaha, masyarakat lokal, dan wisatawan melalui penyelenggaraan atraksi budaya, pembuatan konten di media sosial, serta penyebaran informasi dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi wisata kuliner masih menghadapi beberapa kendala, seperti pelaksanaan festival yang belum rutin, pemanfaatan media digital yang belum optimal, serta belum terintegrasinya strategi promosi antarstakeholder.

d. Peran sebagai Pelestari Budaya Kuliner Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *stakeholder* berperan dalam melestarikan budaya kuliner lokal melalui berbagai upaya untuk mempertahankan keaslian kuliner khas Lombok sebagai identitas budaya sekaligus daya tarik wisata. Pemerintah mendukung pelestarian melalui dokumentasi resep tradisional, pembinaan kepada pelaku usaha, dan pengenalan kuliner kepada generasi muda. Pengelola kawasan mendorong pelaku usaha untuk tetap menyajikan makanan khas Lombok, sedangkan pelaku usaha mempertahankan resep turun-temurun, menggunakan bahan baku lokal, serta menerapkan teknik memasak tradisional guna menjaga cita rasa autentik. Selain itu, media turut memperkenalkan nilai budaya kuliner melalui platform digital, sementara masyarakat dan wisatawan memberikan apresiasi terhadap keaslian cita rasa kuliner khas Lombok. Meskipun demikian, upaya pelestarian masih perlu diperkuat melalui penyelenggaraan festival kuliner, edukasi kepada generasi muda, serta promosi yang lebih berkelanjutan agar warisan kuliner lokal tetap lestari dan semakin dikenal luas.

e. Peran sebagai Penyedia Produk dan Layanan Wisata Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha berperan sebagai penyedia produk dan layanan wisata kuliner melalui penyediaan berbagai kuliner khas Lombok dengan menjaga kualitas bahan baku, cita rasa autentik, kebersihan, dan keamanan pangan. Selain mempertahankan kualitas produk, pelaku usaha juga memberikan pelayanan yang ramah, menyesuaikan penyajian makanan dengan kebutuhan konsumen, serta memberikan informasi mengenai kuliner khas Lombok kepada wisatawan. Upaya tersebut memberikan pengalaman wisata kuliner yang positif, yang tercermin dari apresiasi masyarakat lokal maupun wisatawan terhadap kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti penataan tempat usaha, penyediaan fasilitas pendukung, peningkatan kemampuan pelayanan kepada wisatawan mancanegara, serta inovasi produk tanpa menghilangkan keaslian cita rasa kuliner khas Lombok.

Berdasarkan keterkaitan antara hasil penelitian dengan Teori Stakeholder yang dikemukakan oleh Freeman (1984), dapat disimpulkan bahwa pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram memerlukan keterlibatan seluruh stakeholder, yaitu pemerintah, pelaku usaha, pengelola kawasan, media, masyarakat, dan wisatawan. Masing-masing stakeholder menjalankan perannya sesuai fungsi dan tanggung jawab melalui regulasi, promosi, penyediaan fasilitas, pelestarian budaya kuliner, serta dukungan terhadap pengembangan destinasi. Sinergi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan wisata kuliner tidak hanya bergantung pada satu pihak, tetapi merupakan hasil kolaborasi seluruh stakeholder dalam meningkatkan daya tarik wisata dan pertumbuhan pariwisata daerah.

Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata Di Kota Mataram

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan beberapa strategi yang dilakukan oleh *stakeholder* dalam mengembangkan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram. Strategi tersebut meliputi strategi promosi, pelestarian keaslian kuliner, peningkatan kualitas produk, pengembangan fasilitas, dan penguatan atraksi wisata kuliner. Berbagai strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner sehingga mampu mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram.

a. Meningkatkan Promosi Wisata Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa stakeholder berperan dalam melestarikan budaya kuliner lokal melalui berbagai upaya untuk mempertahankan keaslian kuliner khas Lombok sebagai identitas budaya sekaligus daya tarik wisata. Pemerintah mendukung pelestarian melalui dokumentasi resep tradisional, pembinaan kepada pelaku usaha, dan pengenalan kuliner kepada generasi muda. Pengelola kawasan mendorong pelaku usaha untuk tetap menyajikan makanan khas Lombok, sedangkan pelaku usaha mempertahankan resep turun-temurun, menggunakan bahan baku lokal, serta menerapkan teknik memasak tradisional guna menjaga cita rasa autentik. Selain itu, media turut memperkenalkan nilai budaya kuliner melalui platform digital, sementara masyarakat dan wisatawan memberikan apresiasi terhadap keaslian cita rasa kuliner khas Lombok. Meskipun demikian, upaya pelestarian masih perlu diperkuat melalui penyelenggaraan festival kuliner, edukasi kepada generasi muda, serta promosi yang lebih berkelanjutan agar warisan kuliner lokal tetap lestari dan semakin dikenal luas.

b. Meningkatkan Pelestarian Keaslian Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelestarian keaslian kuliner merupakan salah satu strategi penting dalam pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram. Strategi ini diwujudkan melalui upaya mempertahankan resep tradisional, penggunaan bahan baku lokal, serta teknik pengolahan yang diwariskan secara turun-temurun untuk menjaga cita rasa autentik kuliner khas Lombok. Upaya tersebut didukung oleh pemerintah melalui pembinaan kepada pelaku usaha, media melalui promosi kuliner tradisional, serta masyarakat dan wisatawan yang memberikan apresiasi terhadap keaslian cita rasa makanan khas Lombok. Keaslian kuliner tidak hanya menjadi identitas budaya daerah, tetapi juga menjadi daya tarik utama yang memberikan pengalaman autentik bagi wisatawan. Meskipun demikian, pelestarian kuliner masih perlu diperkuat melalui pembinaan yang berkelanjutan, promosi yang lebih luas, dan pengenalan kuliner tradisional kepada generasi muda.

c. Meningkatkan Kualitas Produk Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk kuliner menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram. Strategi ini dilakukan melalui penggunaan bahan baku yang berkualitas, menjaga kebersihan dan keamanan pangan, mempertahankan cita rasa khas Lombok, serta melakukan inovasi dalam penyajian makanan tanpa menghilangkan keaslian produk. Upaya tersebut didukung oleh pemerintah melalui pembinaan kepada pelaku usaha, sementara media turut memperhatikan aspek kualitas produk dan pelayanan dalam mempromosikan destinasi kuliner. Masyarakat dan wisatawan juga memberikan penilaian positif terhadap kualitas makanan, kebersihan, dan pelayanan yang diterima. Meskipun demikian, peningkatan kualitas produk masih memerlukan pembinaan yang berkelanjutan, penerapan standar kualitas dan keamanan pangan yang lebih baik, serta inovasi produk agar mampu memenuhi kebutuhan wisatawan yang terus berkembang.

d. Mengembangkan Sarana dan Prasarana Pendukung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan sarana dan prasarana pendukung menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram. Strategi ini dilakukan melalui penyediaan dan penataan fasilitas pendukung, seperti sentra kuliner, area parkir, tempat duduk, akses jalan, serta fasilitas umum lainnya untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Upaya tersebut melibatkan

pemerintah, pengelola kawasan, pelaku usaha, masyarakat, media, dan wisatawan dalam menciptakan lingkungan wisata kuliner yang nyaman dan mudah diakses. Meskipun berbagai fasilitas telah tersedia, pengembangan sarana dan prasarana masih memerlukan peningkatan, terutama pada aspek kualitas fasilitas, kebersihan kawasan, penataan lingkungan, serta pemeliharaan fasilitas pendukung agar mampu memberikan pengalaman wisata yang lebih baik dan mendukung pertumbuhan pariwisata secara berkelanjutan.

e. Meningkatkan Penguatan Kerja Sama Antar Stakeholder

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan kerja sama antar stakeholder menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram. Strategi ini diwujudkan melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, pengelola kawasan, media, masyarakat, dan wisatawan dalam mendukung promosi, pelestarian kuliner, peningkatan kualitas produk, serta pengembangan sarana dan prasarana wisata kuliner. Pemerintah berperan dalam pembinaan dan penyelenggaraan berbagai program, sementara pelaku usaha, pengelola kawasan, masyarakat, dan media berkontribusi melalui partisipasi dalam promosi, penataan kawasan, serta penyediaan layanan yang mendukung kenyamanan wisatawan. Meskipun kerja sama telah berjalan dengan baik, sinergi antar stakeholder masih perlu diperkuat melalui koordinasi yang lebih berkelanjutan, peningkatan partisipasi seluruh pihak, serta pengembangan program kolaboratif agar pengembangan wisata kuliner di Kota Mataram dapat berlangsung secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan keterkaitan antara hasil penelitian dengan Teori Strategi Pariwisata yang dikemukakan oleh Hall (2000), dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan wisata kuliner khas Lombok di Kota Mataram telah dilakukan melalui pendekatan yang terencana, meliputi peningkatan promosi, pelestarian keaslian kuliner, peningkatan kualitas produk, pengembangan sarana dan prasarana, serta penguatan kerja sama antar stakeholder. Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya pengembangan produk wisata, peningkatan kualitas layanan, penguatan identitas destinasi, dan kolaborasi antar stakeholder sebagaimana dijelaskan dalam teori Hall. Dengan demikian, strategi yang diterapkan mampu mendukung peningkatan daya tarik, daya saing, dan keberlanjutan wisata kuliner di Kota Mataram.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Khas Lombok dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata di Kota Mataram, dapat disimpulkan bahwa potensi wisata kuliner khas Lombok terletak pada keberagaman makanan, cita rasa autentik, penggunaan resep tradisional, serta nilai budaya yang menjadi identitas daerah. Potensi tersebut didukung oleh aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan berbagai aktivitas wisata kuliner yang memberikan pengalaman budaya bagi wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa wisata kuliner telah memenuhi unsur-unsur daya tarik wisata sebagaimana dijelaskan dalam Tourism Attraction Theory.

Peran stakeholder dalam pengembangan wisata kuliner diwujudkan melalui sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, media, dan wisatawan. Pemerintah berperan sebagai regulator, fasilitator, dan promotor, sedangkan stakeholder lainnya berkontribusi dalam menjaga kualitas, melestarikan kuliner lokal, mendukung promosi, serta meningkatkan pengalaman wisatawan. Temuan ini memperkuat Stakeholder Theory yang

menekankan pentingnya kolaborasi seluruh pihak dalam pengembangan pariwisata.

Strategi pengembangan wisata kuliner dilakukan melalui peningkatan promosi, pelestarian keaslian kuliner, peningkatan kualitas produk, pengembangan sarana dan prasarana, serta penguatan kerja sama antarstakeholder. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik, daya saing, dan kualitas pengalaman wisatawan sehingga mendorong pertumbuhan pariwisata di Kota Mataram. Temuan ini sejalan dengan Tourism Strategy Theory yang menekankan pentingnya pengembangan destinasi secara terencana, terpadu, dan berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Khas Lombok dalam Mendorong Pertumbuhan Pariwisata di Kota Mataram*" dengan baik. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat kepada penulis.
2. Dr. Ni Nyoman Harnika, M.Ikom dan Ni Putu Ade Resmayani, S.Pd.,M.Pd selaku ibu Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Pemerintah Kota Mataram, instansi terkait, para pelaku usaha kuliner, pengelola kawasan wisata kuliner, serta seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi pelaksanaan penelitian ini.
4. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi*. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 5(1), 1-17.
- [2] Aulet, S., & Maj, J. (2024). *International Journal of Gastronomy and Food Science* Gastronomy tourism : A look at Benedictine monastic products in Europe. 36(December 2023). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100916>
- [3] Ayu Sita Laksmi, P., Gde Wedana Arjawa, I., & Made Pulawan, I. (2023). *Community Participation to Improve Tourism Industry Performance: A Case Study in Mandalika Lombok Tourist Area*. *International Journal of Social Health*, 2(6), 377–384. <https://doi.org/10.58860/ijsh.v2i6.63>
- [4] Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R. F., & Kusmiati, Y. (2018). *Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah*. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170. <https://doi.org/10.22146/mgi.32330>
- [5] Aulet, S., & Maj, J. (2024). *International Journal of Gastronomy and Food Science* Gastronomy tourism : A look at Benedictine monastic products in Europe. 36(December 2023). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100916>
- [6] Ayu Sita Laksmi, P., Gde Wedana Arjawa, I., & Made Pulawan, I. (2023). *Community Participation to Improve Tourism Industry Performance: A Case Study in Mandalika Lombok Tourist Area*. *International Journal of Social Health*, 2(6), 377–384. <https://doi.org/10.58860/ijsh.v2i6.63>
- [7] Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alphabettika, M., Maharani, N., Febriani, R. F., & Kusmiati, Y. (2018). *Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah*. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170. <https://doi.org/10.22146/mgi.32330>
- [8] Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-inquiry-and-research-design/book246896>
- [9] Gutawati, T. A., & Wulansari, B. Y. (2022). *Pengembangan tema budaya lokal Ponoragan untuk membentuk karakter cinta tanah air dalam kurikulum PAUD*. *Jurnal Dimensi Pendidikan Dan [lengkapi data jurnal]*. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/view/4050>
- [10] Hamdi, S., Kartika, M., Putra, D. P., & Hifzia, S. (2024). *Strategi Pengembangan SDM pada UMKM Kuliner di Kota Mataram Nusa Tenggara Barat*. *Journal of Economics and Management*, 2(3), 171-178.
- [11] Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. (2021, July). *Gastronomi makanan yogyakarta sebagai atraksi wisata kuliner*. In UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture) (Vol. 1, No. 1).-
- [12] Kolcha, T., Biazen, M., & Girma, Z. (2025). *Geoheritage and Parks Site suitability evaluation for ecotourism using geographic information system (GIS) and analytical hierarchy process (AHP) in Aroresa and Chire districts , Southern Ethiopia*. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 13(4), 601–615. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2025.12.001>

-
- [13] Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). *Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang*. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
 - [14] Manzano, Castillo- J. I., Castro-Nuno, M., & Pozo-Barajas, R. (2025). *Foodies on board! Exploring cruiser satisfaction with the culinary experience*. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101238. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101238>
 - [15] Mteti, S. H., Mpambije, C. J., & Manyerere, D. J. (2025). *Unlocking cultural tourism: Local community awareness and perceptions of cultural heritage resources in Katavi Region in southern circuit of Tanzania*. *Social Sciences and Humanities Open*, 11(January), 101295. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101295>
 - [16] Ningrum, N. L., Pratiwi, Y. M., & Istiari, N. R. (2024). *Analisis strategi bertahan wisata kuliner dan budaya lokal sebagai daya tarik wisata di Pasar Wit-witan Desa Alasmalang Kecamatan Singojuruh Banyuwangi*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 9306-9316.
 - [17] Nugroho, A., Pratama, R., & Sari, M. (2020). *Pengembangan destinasi wisata berbasis potensi lokal dalam meningkatkan kunjungan wisatawan*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(1), 45–60. <https://doi.org/10.5678/jki.v14i1.2020>
 - [18] Nugroho, A. P., & Rahman, A. (2022). *Digitalisasi dan keberlangsungan UMKM kuliner halal selama pandemi Covid-19*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1654-1660.
 - [19] Nurwitasari, A., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Sultan, M.A. (2024). *Gastronomy tourism promotion: The uniqueness of culinary attraction and storytelling*. *Society*, 12(2), 943-960.
 - [20] Pali, K. A. K. (2014). *Metodelogi penelitian*. Repository. Radenfatah. Ac. IdVW SujarweniYogyakarta: Pustaka Baru Perss.
 - [21] Pandit, I. G. S. (2020). *Pemberdayaan Potensi Lokal Untuk Pengembangan Desa Wisata Yeh Embang Kangin*. *Postgraduated Community Service Journal*, 1(1), 19-23.
 - [22] Pham, T. T. T. (2020). *Tourism in marine protected areas: Can it be considered as an alternative livelihood for local communities?* *Marine Policy*, 115, 103891. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2020.103891>
 - [23] Pramana, P., & Priastuty, C. W. (2023). *Media Sebagai Wadah Pelestarian Budaya Jawa. Samvada: Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 2(2), 116–123. <https://doi.org/10.53977/jsv.v2i2.1310>
 - [24] Pribadi, T. I., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). *“Inkorporasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kampung Sasak Ende, Lombok Tengah.”* *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 89–96. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.9817>
 - [25] Putra, F. W. D., Pramadeka, K., & S El, M. E. I. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Syariah*. Penerbit Berseri.
 - [26] Putri, J. A., Rahayu, E., Risyanti, Y. D., Maryani, T., & Yuliamir, H. (2023). *Potensi makanan tradisional, sebagai daya tarik wisata kuliner di Kota Salatiga*. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 6(1), 207-213.
 - [27] Lestari, F. A., Sasanti, E. E., & Suryantara, A. B. (2022). *Implementasi Akuntansi Pada Unit Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Sak Emkm (Studi Pada Umkm Kota Mataram)*. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(1), 155-165.
 - [28] Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). *Analisis potensi wisata kuliner dalam mendukung perekonomian umkm pesisir saliper ate di kabupaten sumbawa*. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 5(1), 0
 - [29] Rahayu, S., & Diatmika, I. P. G. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan*
-

-
- wisatawan pada destinasi wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 10(2), 123–134.
- [30] Rahmawati, I., & Kusnadi, K. (2022). Food photography training with natural light concept using smartphone at SMKN 2 Cirebon City. *Community Empowerment*, 7(3), 421–428. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/ce/article/download/6534/3450>
- [31] Ratnasari, K., Levyda, L., & Giyatmi, G. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Di Pulau Belitung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2). Recuero-virto, N., & Valilla, C. (2024). Gastronomy and Food Science Culinary destination enchantment : The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. 36(April). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>
- [32] Recuero-virto, N., & Valilla, C. (2024). Gastronomy and Food Science Culinary destination enchantment : The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. 36(April). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>
- [33] Ridwan, M., & Aini, H. (2020). Pengaruh daya tarik wisata dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*.
- [34] Rothaermel, F. T. (2021). *Strategic Management (5th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education. <https://scholar.google.com/scholar?q=Rothaermel+Strategic+Management+2021>
- [35] Safira, S. N., & Fauziah, S. (2023). Optimalisasi Desa Wisata Melalui Festival Wisata Kuliner Di Desa Kedungpari Jombang. *NEAR: Jurnal PRAengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 7-15.
- [36] Saptaningtyas, R. S., Handayani, T., & Mentari Indriani, N. K. A. I. P. (2021). Kajian Potensi Wisata Kuliner Pantai Ampenan. *SADE : Jurnal Arsitektur, Planologi Dan Teknik Sipil*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.29303/sade.v1i1.6>
- [37] Saragih, R., Simarmata, H. M. P., & Siahaan, R. (2022). The Influence of Tourism Development on Local Economic Growth. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jeb/article/view/>
- [38] Selem, K. M., Shoukat, M. H., Ramkissoon, H., & Amponsah, M. (2023). Consequences of local culinary memorable experience: Evidence from TikTok influencers. *Acta Psychologica*, 236, 103962. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103962>
- [39] Shoukat, M. H., Selem, K. M., Elgammal, I., Ramkissoon, H., & Amponsah, M. (2023). Consequences of local culinary memorable experience: Evidence from TikTok influencers. *Acta Psychologica*, 237, 103962. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103962>
- [40] Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi revisi)*. Alfabeta.
- [41] Sutrisno, A., & Lestari, D. (2022). Strategi pengembangan wisata kuliner dalam meningkatkan daya tarik pariwisata daerah. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 10(2), 115–128. <https://doi.org/10.1234/jpn.v10i2.2022>
- [42] Sunaryo, N. A., Putra, I. N. D., & Dewi, M. H. U. (2019). Perkembangan Wisata Belanja Oleh-Oleh Makanan. *Jumpa*, 6(1), 25–47.
- [43] Syahwaldi, M., Sadida, A., Aliyah, A., & ... (2024). Peran Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Arung Jeram Papulangi Kabupaten Gorontalo Uatar. ... : *Journal of Islamic ...*
- [44] Wibisono, W. H., Ariwangsa, I. M. B., & Suryawan, I. B. (2026). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TRADISIONAL DALAM MENDUKUNG PARIWISATA DI ALUN-ALUN KOTA BLITAR. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 14(1)
- [45] Wibowo, S., Natalia, N., Studi, P., Universitas, P., Pengembangan, M., & Wisata, D. (2021). MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS FESTIVAL BUDAYA DI DUSUN

GIYANTI KABUPATEN WONOSOBO. 23(2), 365–375.

- [46] Utami, A. N., & Roychansyah, M. S. (2019). *Implementasi Pengembangan Pariwisata Halal di Lombok. Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(1).
- [47] Yeboah, R., & Ashie, D. (2024). *Promotion of local food as tourism product in the Cape Coast Metropolis: An explorative research. Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40950>
- [48] Yoeti, O. A. (2021). *Pariwisata Budaya Masalah Dan Solusi. PT Balai Pustaka (Persero)*.