

Peran Sentuhan Gastronomi pada Hidangan Kuliner Nasi Tiwul Khas Trenggalek

Fahmi Izzulhaq¹, Stella Alvianna^{2*}, Irany Whindyastiti³, Christina Sri Ratnaningsih⁴

^{1,2} Program Diploma Kepariwisata, Universitas Merdeka Malang
Jl. Bandung No 1 Kota Malang, 65113, Indonesia

^{3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Kota Malang, 65100, Indonesia

stellaalvianna03@gmail.com

<p>Article Info</p> <p>Keywords : Gastronomy; Culinary; Nasi Tiwul; Tour;</p>	<p>Abstract</p> <p><i>Gastronomy, Local Cuisine and Food Tourism are three separate things but touch each other and many of the parameters are the same for the three concepts. Nasi Tiwul or what the Javanese call Segu Tiwul, is synonymous with originating from Trenggalek Regency. This research is a qualitative research in which interviews were conducted with well-defined traditional food buyers and sellers in Trenggalek. The results of interviews with informants prove that sellers are starting to embrace technological developments. The seller's awareness of technology has a significant influence on business development and increased sales of nasi tiwul. This is because the market share is getting wider. In addition, some of the buyers interviewed said that the weakness of the nasi tiwul business in Trenggalek was the lack of promotion. This causes not many people from outside the area who know and are interested in nasi tiwul.</i></p>
<p>Info Artikel</p> <p>Kata Kunci : Gastronomi; Kuliner; Nasi Tiwul; Wisata</p>	<p>Abstrak</p> <p>Gastronomi, Masakan Lokal, dan Wisata Makanan adalah tiga hal yang terpisah tetapi satu sama lain saling menyentuh dan banyak parameter yang sama untuk ketiga konsep tersebut. Nasi Tiwul atau biasa orang Jawa menyebut Segu Tiwul, identik dengan berasal dari Kabupaten Trenggalek. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dimana wawancara dilakukan pada pembeli dan penjual makanan tradisional yang terdefinisi dengan baik di Trenggalek. Hasil wawancara dengan narasumber membuktikan bahwa penjual mulai merangkul perkembangan teknologi. Kesadaran penjual akan teknologi sangat berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha dan meningkatnya penjualan nasi tiwul. Hal ini dikarenakan pangsa pasar yang semakin luas. Selain itu, beberapa pembeli yang diwawancarai mengatakan jika, kelemahan dari usaha nasi tiwul di trenggalek adalah karena kurangnya promosi. Hal ini menyebabkan tidak banyak orang dari luar daerah yang mengenal dan tertarik pada nasi tiwul.</p>

Pendahuluan

Pariwisata adalah bidang yang kuat untuk teori rasa dan budaya (Alvianna et al., 2022) (Estikowati et al., 2022) dan salah satu komponen penting dari pariwisata adalah gastronomi. Selain itu, makanan meningkatkan pengalaman wisata dengan memberikan pengalaman perjalanan kepada wisatawan ke sistem kuliner mereka sendiri. Wisatawan mengalami budaya dan negara baru melalui wisata gastronomi (Hajiman et al., 2021)(Sufa et al., 2020). Pada saat yang sama, wisatawan tidak hanya berhubungan dengan warisan budaya dan sejarah kawasan ini, tetapi juga tradisi dan sejarah. Selanjutnya, hubungan antara budaya lokal, alam, dan makanan disediakan melalui pengalaman gastronomi. Oleh karena itu, tidak dapat dihindari untuk berurusan dengan budaya untuk menyelidiki wisata gastronomi (Nurussahar, 2020)(Marthaputra et al., 2021). Selain itu, dengan meningkatnya minat pada makanan dalam ilmu-ilmu sosial, minat pada wisata gastronomi juga mendapatkan momentum dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa topik yang dibahas dalam wisata gastronomi adalah pengembangan wisata gastronomi (Ferdiana & Ferianda, 2020).

Wisata gastronomi berupaya memadukan unsur makanan dan budaya lokal. Berbagai daerah/negara sedang mengembangkan wisata gastronomi untuk menarik minat wisatawan dunia agar datang ke daerah/negaranya. Wisata gastronomi menyoroti kearifan lokal masakan masyarakat setempat yang aktivitasnya sering dikaitkan dengan unsur budaya lainnya seperti busana, musik,

tarian dan lain aktivitas lainnya. Budaya merupakan salah satu unsur penting wisata gastronomi. Pada umumnya seseorang memiliki keinginan untuk mengenal budaya yang berbeda, oleh sebab wisatawan gastronomi juga sekaligus merupakan wisatawan budaya. Wisata gastronomi dinilai sangat penting karena dapat membuat perjalanan wisatawan menjadi sangat unik, membantu destinasi untuk berkembang dan mendapatkan reputasi yang baik.

Konsumsi makanan dan minuman selain untuk kebutuhan fisiologis juga dapat memiliki makna simbolis. Dari sudut pandang tersebut, wisata gastronomi merupakan indikator penting bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan yang berkaitan dengan apa, di mana, kapan, dan dengan siapa mereka makan. Kegiatan transfer nilai sejarah dan kearifan lokal melalui makanan merupakan langkah strategis untuk mempromosikan nilai-nilai budaya Indonesia kepada negara lain. Mengingat bahwa Indonesia memiliki keanekaragaman pangan terbesar di dunia yang tercipta dari hasil interaksi lintas budaya. Indonesia juga memiliki sumber daya alam yang sangat banyak, memiliki suku bangsa dan budaya yang sangat beragam, termasuk aneka ragam budaya dan kuliner yang dapat dioptimalkan sehingga menjadi aset negara (Maria, 2021)(Sulistiyawati, 2022). Namun, belum semua elemen masyarakat mengetahui kekayaan Indonesia tersebut. Pengembangan gastronomi sebagai salah satu segmen wisata merupakan langkah penting dan strategis untuk menunjang peningkatan perekonomian Indonesia. Pengembangan wisata gastronomi yang terintegrasi dengan pengembangan pariwisata yang berorientasi pada nilai-nilai sejarah, budaya, ekonomi, dan masyarakat akan mendorong dalam pembangunan karakter bangsa dan agar identitas kearifan lokal tidak hilang. Poin penting dalam pengembangan wisata gastronomi adalah masyarakat suatu daerah melindungi produk lokal yang dimiliki daerah tersebut. Hingga saat ini pengembangan wisata gastronomi masih mengalami kendala karena tereduksinya nilai kearifan lokal yang dimiliki tiap-tiap daerah dan etnis. Sementara itu, masyarakat urban yang berada di kota-kota besar di Indonesia juga semakin jarang bersentuhan dengan identitas kelokalan mereka. Inilah alasan mengapa wisata gastronomi perlu dikembangkan seiring perkembangan sosial budaya di tengah-tengah masyarakat. Pengembangan wisata gastronomi akan membantu memperkuat identitas lokal dan regional menjadi poin penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan termasuk didalamnya keberadaan makanan nasi Tiwul.

Nasi Tiwul atau biasa orang Jawa menyebut Sego Tiwul, identik dengan berasal dari Kabupaten Trenggalek. Bahkan, sejak dahulu sampai sekarang, Nasi Tiwul masih eksis dan bisa dijumpai di pasar-pasar maupun warung makan pinggir jalan (Kristanto et al., 2021)(Rembulan, 2019). Proses pembuatan tiwul, ini membutuhkan waktu yang cukup lama, jika menggunakan bahan dari gapek. Gapek yang telah kering, akan dihaluskan dengan ditumbuk di lumbung atau menggunakan alat penggiling khusus. Sebelumnya, gapek dipotong-potong menjadi beberapa bagian agar lebih mudah saat ditumbuk. Gapek yang sudah berbentuk butiran, ini disebut tepung gapek, yang nantinya siap diolah menjadi tiwul. Tepung gapek ditempatkan dalam suatu wadah, lalu diberikan percikan air sedikit demi sedikit sampai berbentuk buliran-buliran kasar. Setelah tepung gapek berbentuk buliran kasar, selanjutnya ditambahkan irisan gula merah dan sejumlah garam ke dalamnya dan diaduk rata. Penambahan gula merah, ini dilakukan untuk penambahan warna coklat. Selanjutnya, buliran-buliran tiwul dijemur dibawah sinar matahari sampai benar-benar kering

Sebelum dikonsumsi, tiwul harus dikukus kurang lebih satu jam atau sampai bertekstur seperti nasi. Biasanya, orang makan tiwul ini bisa dicampur dengan nasi putih atau sekedar tiwul saja, tergantung selera. Saat ini, Nasi Tiwul bisa dikonsumsi dengan Ikan Laut pedas juga lalapan. Perpaduan kuah santan pada ikan menambahkan citarasa gurih ke nasi tiwul. Ditambah lalapan sayur atau serat dalam makanan ini, menjadi pelengkap yang pas. Perlu diketahui, Nasi Tiwul memang sangat unik dan memiliki cita rasa yang khas. Hal ini, dikarenakan bahan dasar yang digunakan berbeda dengan nasi pada umumnya yakni menggunakan singkong kering. Meski terbuat dari Singkong, sajian ini tetap mengenyangkan. Bahkan, rasa kenyang setelah makan Nasi Tiwul, ini cukup awet ketimbang makan nasi putih biasa. Makanya, olahan Nasi Tiwul juga sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya di daerah Jawa Timur. Penulisan artikel ini bertujuan untuk menganalisis kemungkinan modifikasi Nasi Tiwul Trenggalek dengan sentuhan gastronomi, untuk meningkatkan nilai jual dan permintaan akan makanan tradisional tersebut(Pamujiati & Lisanty, 2020)(Hanafie et al., 2018).

Metode

Penelitian merupakan penelitian kualitatif dimana wawancara dilakukan pada pembeli dan penjual makanan tradisional yang terdefinisi dengan baik di Trenggalek. Jenis Data Dalam penelitian ini data digali dan disempurnakan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung. Data yang akan digali dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder mengenai potensi wisata kuliner yang telah ada selama ini (Hidayatullah et al., 2023)(Rahmat, 2009). Teknik Pengumpulan Data Dalam upaya agar tujuan penelitian tercapai, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut.

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat gambaran umum tentang wisata kuliner di daerah Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek, terutama yang menyangkut data tentang potensi yang ada, sarana-prasarana, lingkungan fisik, pola perilaku pengunjung, dan kehidupan masyarakat. Instrumen yang digunakan untuk merekam data, antara lain, ialah panduan observasi, buku catatan, kamera, alat tulis, dan sebagainya. Dalam melakukan observasi, peneliti datang ke lokasi penelitian untuk melihat dan mengidentifikasi secara langsung data yang dibutuhkan. Hal itu sesuai dengan pendapat bahwa observasi merupakan upaya mengamati atau memperhatikan suatu objek. Hasil pengamatan tiap orang berbeda sehingga dalam tiap pengamatan harus selalu dikaitkan dua hal, yakni informasi, yaitu apa yang terjadi dan konteks, yaitu hal-hal yang berkaitan di sekitarnya.

b. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Dalam melakukan wawancara, pewawancara tidak menggunakan rencana urutan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan, serta tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data, tetapi hanya menggunakan pedoman berupa garis-garis besar permasalahan yang akan diteliti. Tujuan wawancara adalah untuk membawa beberapa isu pendahuluan ke permukaan sehingga peneliti dapat menentukan variabel yang akan digunakan dalam penelitian secara lebih mendalam. Wawancara mendalam dilakukan terhadap pihak-pihak sebagai berikut.

Hasil dan Pembahasan

Hasil wawancara pelaku usaha nasi tiwul kepada pemilik warung yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1 : Hasil Wawancara

No.	Pertanyaan	Nara Sumber 1	Nara sumber 2	Nara Sumber 3
1.	Nama Pemilik	Susi	Lilik	Asri
2.	Nama Usaha	Warung Bu katmi	Warung Jagad Esis	Warung Srawung
3.	Latar belakang usaha	Saya menekuni usaha ini turun temurun dulu yang merintis usaha ini adalah ibu saya, Latar belakangnya adalah usaha keluarga, dulu dimulai karena keluarga mempunyai kebun singkong dan mengolah singkong sendiri menjadi bahan baku tiwul dikarenakan dulu harga jual singkong sangatlah murah.	Saya menekuni usaha ini sejak tahun 2020 bulan Desember, Saya melihat ada potensi besar dalam peluang usaha ini, Dalam usaha ini saya bekerja sama dengan beberapa partner usaha saya jadi untuk modal ada beberapa investor yang masuk tapi ya investor lokal seperti teman teman saya, Untuk pemasarannya saya mempunyai warung sendiri yang berada di perbukitan yang tempatnya sangat strategis untuk menjual produk saya.	Saya menekuni usaha ini sejak tahun 2012, Dulu saya melakukan usaha ini untuk mengisi waktu luang menjadi ibu rumah tangga, Dalam usaha ini Saya lakukan bersama suami, Untuk pemasarannya saya Memiliki kios dipasar dan mencoba peruntungan dengan memasarkan di media sosial.
4.	Pendapat tentang Gastronomi,	Baik dengan adanya Gastronomi mungkin kedepannya bisa membantu penjualan produk produk saya dan	Gastronomi itu tadi bisa meningkatkan penjualan dan juga bisa mengenalkan tiwul menjadi lebih luas, selain itu bisa menjadi salah satu daya	Gastronomi menurut saya adalah sebuah gagasan yang sangat baik dalam dunia kuliner maupun dunia pariwisata karena bisa

No.	Pertanyaan	Nara Sumber 1	Nara sumber 2	Nara Sumber 3
		tiwul lebih dikenal lagi dikhalayak ramai, Gastronomi itu tadi bisa meningkatkan penjualan dan juga bisa mengenalkan tiwul menjadi lebih luas, selain itu bisa menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah watulimo Trenggalek. Positif dan negative gastronomi menurut saya lebih banyak sisi positifnya dibanding dengan sisi negative nya.	tarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah watulimo Trenggalek.	meningkatkan pemasaran dari produk produk saya maupun daya minat wisatawan yang ada di daerah watulimo Trenggalek.

Sumber : Data Primer, diolah (2023)

Pangan sebagai produk budaya merupakan produk dasar sebagai sarana konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia untuk bertahan hidup. Namun, fungsi pangan kemudian ditransformasikan sebagai eksistensi produk secara komersial dan transaksional, meskipun pangan tersebut masih sama dengan produk sebelumnya. Pada langkah ketiga, kemanfaatan produk pangan kini dipoles dan diperkaya dengan seni, keterampilan dan teknik khusus melalui pengolahan, pemasakan dan kemudian penyajian sehingga menghasilkan “selera atau cita rasa produk dimana rasa, aroma, dan tampilan mulai penting untuk membangkitkan nafsu makan konsumen dan juga sehat (Syntiadewi et al., 2022)(Kovalenko et al., 2023)(Lim et al., 2020) . Tahap selanjutnya, pangan seperti pemenuhan standar gizi, kualitas hidup, sosial, pengalaman, status, konservasi hingga pertahanan negara. Di atas, pangan diperkaya dan diposisikan sebagai produk gastronomi yang dapat menjadi daya tarik karena mengandung unsur-unsur dasar. fungsi, manfaat, kegembiraan, kebahagiaan, pemenuhan rasa ingin tahu, serta aspek sosial(Soeroso & Turgarini, 2020)(Turgarini, 2020).

Tiwul adalah salah satu jenis makanan tradisional di Pulau Jawa yang berasal dari daerah Trenggalek. Bahan dasar pembuatan tiwul adalah ubi kayu yang merupakan komoditas yang banyak ditanam oleh masyarakat Indonesia. Karena proses pengolahannya yang mudah, sehingga produk tiwul dapat melahirkan usaha produk lokal yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Tiwul memiliki ciri khas agak kenyal yang terbuat dari gaplek (singkong kering) kemudian dibuat menjadi tepung. Gaplek adalah gaplek atau singkong yang sudah dikupas dan dijemur. Tiwul memiliki ciri butiran berwarna kuning kecoklatan dengan tekstur pulen semi basah dan agak menggumpal. Selain itu, tiwul juga memiliki rasa yang unik dan aroma singkong yang kuat.

Asal muasal tiwul sudah ada sejak zaman penjajahan jepang, tiwul menjadi makanan pokok terutama bagi masyarakat jawa yang tinggal di pelosok desa dan pegunungan. Hal ini dikarenakan beras merupakan makanan yang sulit ditemukan dan harganya terlalu mahal sehingga tidak banyak orang yang mampu membeli beras. Orang Jawa biasanya makan tiwul yang dimakan bersama sayur, lauk pauk (ayam goreng, tempe goreng, dan sambal), dan parutan kelapa. Selain itu, bahan dasar tiwul yaitu singkong mudah ditanam dan dipanen tanpa memerlukan perawatan khusus. Inilah alasan mengapa orang Jawa pada zaman dahulu lebih banyak mengkonsumsi tiwul daripada nasi. Selain itu, tiwul juga memiliki potensi besar untuk menjadi bahan pangan alternatif pengganti nasi. Tiwul terbuat dari singkong/singkong yang mengandung karbohidrat tinggi. Selain itu, singkong juga mengandung vitamin A, vitamin C, vitamin B1, kalsium, fosfor, protein, lemak, karbohidrat, dan zat besi.

Tiwul merupakan makanan tradisional yang dapat digunakan sebagai pengganti nasi. Beras merupakan makanan pokok terpenting yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Jumlah per 100g, kandungan gizi protein tiwul dibandingkan beras berturut-turut tiwul (2,30g), beras (2,10g), kemudian kandungan gizi karbohidrat tiwul dibandingkan beras berturut-turut tiwul (38,10g), beras

(40,60g), maka kandungan gizinya lemak tiwul dibandingkan beras berturut-turut tiwul (0,10g), beras (0,10g). Hal ini menunjukkan bahwa nilai kalori tiwul (342 Cal) lebih tinggi dibandingkan beras (178 Cal). Jumlah nilai gizi yang terkandung dalam tiwul dan nasi tidak jauh berbeda. Kandungan karbohidrat tiwul lebih rendah dari nasi putih karena nasi tiwul yang berasal dari singkong merupakan jenis umbi-umbian dengan karbohidrat kompleks karena kandungan serat singkong lebih tinggi dibandingkan serat pada nasi. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan era globalisasi, makanan tradisional ini mulai kurang diminati dan ditinggalkan karena dianggap tidak praktis.

Hasil wawancara dengan narasumber membuktikan bahwa penjual mulai merangkul perkembangan teknologi. Kesadaran penjual akan teknologi sangat berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha dan meningkatnya penjualan nasi tiwul. Hal ini dikarenakan pangsa pasar yang semakin luas. Selain itu, beberapa pembeli yang diwawancarai mengatakan jika, kelemahan dari usaha nasi tiwul di Trenggalek adalah karena kurangnya promosi. Hal ini menyebabkan tidak banyak orang dari luar daerah yang mengenal dan tertarik pada nasi tiwul.

Narasumber sepakat bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan daya jual nasi tiwul adalah dengan menambahkan sentuhan gastronomi. Hal ini dikarenakan, pada saat ini, kuliner gastronomi sedang sangat diminati. Adanya unsur gastronomi dalam nasi tiwul akan meningkatkan popularitas dan nilai jual nasi tiwul di antara penggemar kuliner lokal maupun kuliner kekinian. Konsep dapur terbuka makanan dan minuman beserta personel, suasana, dan penyajiannya. Bahan harus alami dan harus digunakan dengan benar. Produk dengan aditif tidak boleh disukai dan bahan musiman dan resep yang benar harus digunakan. Bahan harus disimpan dalam kondisi yang sesuai di gudang. Produk adalah faktor penting lainnya dalam pengembangan wisata gastronomi bersama dengan personel, suasana, presentasi, dan bahan.

Wisata gastronomi hanya dapat dikembangkan dengan mempertahankan gaya pelayanan apa adanya. Hubungan dimana makanan dan minuman disiapkan secara terbuka untuk disaksikan para tamu, memperhatikan kondisi higienis, cara memasak dan aspek visual semua berdampak pada perkembangan wisata gastronomi. Faktor penting lainnya adalah bahan yang digunakan dalam penyajian antara uang yang dibayarkan dan pelayanan yang diterima harus seimbang. Khususnya, makanan dan minuman lokal yang ditemukan di daerah restoran harus disajikan dan bahan-bahan lokal harus digunakan. Pengadaan bahan dari produsen lokal dan menciptakan masakan masa depan tanpa meninggalkan tradisi juga merupakan faktor yang cukup penting. Wisata gastronomi akan berkembang bila semua syarat tersebut terpenuhi. Dengan memadukan konsep gastronomi pada makanan lokal seperti nasi tiwul di Trenggalek, maka akan kembali meningkatkan nilai jual makanan lokal tersebut (Herawati et al., 2020)(Setiawati et al., 2021) .

Simpulan dan Saran

Nasi Timul sebagai makanan local di Trenggalek, merupakan masakan lokal, dan wisata makanan yang terpisah tetapi satu sama lain saling menyentuh dan banyak parameter yang harus dipertimbangkan dan diperhatikan dalam pengembangannya. Dari spektrum yang luas, mulai dari *foodshed* (tempat budidaya dan distribusi makanan) hingga *foodscape* (tempat penyajian makanan serta meja makan sebagai tempat penyajian makanan perlu diperhatikan bahkan melampaui batas, yaitu mencari pengalaman makan, meneliti dan menulis tentang makanan masih menjadi bagian dari ekosistemnya. Sedangkan kuliner Nasi Tiwul hanyalah sebagian dari proses gastronomi. Habitat kuliner gastronomi tidak berhubungan dengan *foodshed*, sedangkan *foodscape*-nya hanya sebatas media memasak sebagai bentuk kegiatan memasak atau hanya di sekitar dapur. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber menurut mereka dengan adanya sentuhan gastronomi bisa menambah daya minat penjualan nasi tiwul dan menjadikan daya tarik wisata bagi wisatawan untuk berkunjung ke Trenggalek, dan studi literature dapat dilihat bahwa dengan memadukan konsep gastronomi pada makanan lokal seperti nasi tiwul di Trenggalek, maka akan kembali meningkatkan nilai jual makanan lokal tersebut.

Penurunan kondisi ekonomi pada industri kuliner diakibatkan oleh perubahan perilaku makan konsumen pada saat ini. Penyesuaian konsep bisnis kuliner harus terhadap perubahan perilaku konsumen tidak dapat digeneralisasi pada semua bisnis makanan. Penyesuaian bisnis tersebut sangat cocok diterapkan pada warung atau usaha rumahan yang telah memiliki infrastruktur bisnis digital

yang mapan. Restoran yang memberi layanan lengkap mengalami kesulitan beradaptasi terhadap perubahan sehingga banyak yang tutup (Prameswara & Umum, 2021)(Sanjaya et al., 2020). Selanjutnya di era digital saat ini pemasaran produk kuliner dapat dilakukan secara online atau dengan menggunakan media sosial, sehingga pemasarannya bukan hanya bersifat lokal(Rachmawati et al., 2021)(Patalo et al., 2021)(Nguru et al., 2022). Selain itu, pengelola nasi tiwul juga dapat bekerjasama dengan berbagai elemen seperti travel, tempat hiburan, tempat wisata atau dengan pemerintah hal ini dapat mempercepat pengenalan dan sosialisasi keberadaan nasi tiwul Trenggalek(Salam & Nurazizah, 2020)(Hariani & Dinitri, 2020).

Daftar Pustaka

- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). Pengantar Ilmu Pariwisata Pariwisata. *UWAIS Publisher, September*, 1–344.
- Estikowati, Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *Buku Pengantar Ilmu Pariwisata* (p. 172). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ferdiana, F., & Ferianda, A. (2020). Symbolisme Lempah Kuning Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Kabupaten Bangka. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.47995/jik.v3i1.35>
- Hajiman, H., Ningsih, C., & Turgarini, D. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Tradisi Makan Bedulang Sebagai Wisata Gastronomi Di Belitung Timur. *Jurnal Industri Pariwisata*. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v4i1.414>
- Hanafie, Srd. R., Soetriono, & Myh, S. R. (2018). Sentra Produksi Dan Diversifikasi Pangan Olahan Berbasis Pangan Lokal Di Jawa Timur. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*.
- Hariani, D., & Dinitri, S. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Halal Kota Bogor Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.30997/jsei.v6i2.2234>
- Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2020). Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi. *Desa-Kota*. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v2i2.12940.143-157>
- Hidayatullah, S., Alvianna, S., Estikowati, Rachmawati, I. K., Waris, A., Aristanto, E., & Patalo, R. G. (2023). *Metodologi Penelitian Pariwisata*.
- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L., & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods*. <https://doi.org/10.3390/foods12020315>
- Kristanto, T., Rahmawati, D., Wahyuni, A. E., Nasrullah, M., Fadillah, R. A., & Amalia, A. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Online Produk Nasi Tiwul di Masa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masy Mandiri)*.
- Lim, X. J., Ng, S. I., Chuah, F., Cham, T. H., & Rozali, A. (2020). I see, and I hunt: The link between gastronomy online reviews, involvement and behavioural intention towards ethnic food. *British Food Journal*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2018-0459>
- Maria, M. (2021). Strategi Pengembangan Budaya Kuliner Tradisional Pada Bakpia Dan Wingko Babat XYZ. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*. <https://doi.org/10.24114/gr.v10i1.25018>
- Marthaputra, R. A., Tugarini, D., & Priatini, W. (2021). Potensi Pola Perjalanan Wisata Gastronomi di Kota Cirebon. *JURNAL GASTRONOMI INDONESIA*. <https://doi.org/10.52352/jgi.v9i1.526>
- Nguru, K., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Gerry, R. (2022). The Impact of Social Media and Lifestyle on the Interest of Visiting Followers in Malang Tourism Destination (Study on Instagram Account @ amazingmalang). *3rd International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS) 2021*, 1(3).

<http://conference.um.ac.id/index.php/icadecs/article/view/3515>

- Nurussahar, H. (2020). Daya Tarik Wisata Saung Ciburial Sebagai Potensi Wisata Gastronomi Kabupaten Garut. *Repository.Upi.Edu*.
- Pamujiati, A. D., & Lisanty, N. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Tiwul Instan Di Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i1.798>
- Patalo, R. G., Rachmawati, I. K., Alvianna, S., & Hidayatullah, S. (2021). Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @ bbtbnbromotenggersemeru. 2(1), 65–77.
- Prameswara, A., & Umum, A. G. (2021). Industri kreatif dalam industri kuliner. *Academia*.
- Rachmawati, I. K., Bahri, S., Bukhori, M., & Hidayatullah, S. (2021). Peran Media Sosial Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk UKM Kreatif Gunung Kawi Kabupaten Malang Di Era Pandemic. *Seminar Nasional Kepariwisata #2*, 2(1), 181–188.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium*.
- Rembulan, G. D. (2019). Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Tiwul Instan sebagai Alternatif Pendukung Ketahanan Pangan dalam Perspektif Konsumen. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2019.008.02.2>
- Salam, & Nurazizah. (2020). Peran Pemerintah Dalam Inovasi Bisnis Kuliner Berbasis Kreativitas Lokal Di Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i1.304>
- Sanjaya, V. F., Shelawati, D., Ghati, L., & Berama, B. (2020). IFE EFE Dan Grand Strategy Industri Kuliner. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i2.6588>
- Setiawati, E., Ningsih, W., & Khalim, A. (2021). Pengembangan Kawasan Pertanian sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi pada Era New Normal di Desa Randobawailir Kabupaten Kuningan. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Soeroso, A., & Turgarini, D. (2020). Culinary Versus Gastronomy. *E-Journal of Tourism*. <https://doi.org/10.24922/eot.v7i2.60537>
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2497>
- Sulistiyawati, A. (2022). Perubahan Budaya Kuliner Dan Adaptasi Bisnis Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*. <https://doi.org/10.46837/journey.v5i2.124>
- Syntiadewi, F., Natsir, M., Hidayatullah, S., & ... (2022). The Effect of Gastronomy Involvement, Local Food Consumption Value, Food Knowledge Toward Intention to Recommend Local Traditional Food Semanggi *International Journal ...*, 5(2), 63–69. <http://www.journals.resaim.com/ijresm/article/view/1746%0Ahttp://www.journals.resaim.com/ijresm/article/download/1746/1685>
- Turgarini, D. (2020). Bandung City as A Sundanese Gastronomy Foodscape. *Digital Press Social Sciences and Humanities*. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.44351>