

Strategi pemasaran roti rel ganjel sebagai objek wisata gastronomi di kota Semarang Jawa Tengah

Assyifa Shafia Adiyanti*, Fatimatuz Zahra Disma, Dewi Turgarini, Pippin Kusumati

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

innovation, marketing strategy, roti ganjel rel, SWOT matrix, tourism culinary gastronomy

Katakunci:

inovasi, matriks SWOT, pariwisata kuliner gastronomi, roti ganjel rel, strategi pemasaran

Corresponding Author:

Assyifa Shafia Adiyanti
assyifa.shafia28@gmail.com

Received: December 10, 2024

Revised: March 5, 2025

Accepted: March 5, 2025

HOW TO CITE ITEM

Adiyanti, A. S., Disma, F. Z., Turgarini, D., & Kusumati, P. (2025). Strategi Pemasaran Roti Rel Ganjel Sebagai Objek Wisata Gastronomi Di Kota Semarang Jawa Tengah: Strategi pemasaran roti rel ganjel sebagai objek wisata gastronomi di kota Semarang Jawa Tengah. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 4(2). Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt/article/view/15014>

ABSTRACT

The trend of culinary tourism is growing with cities seeking to explore the richness of their culinary culture. However, challenges arise in maintaining the sustainability of traditional foods amidst diverse consumer preferences. It is crucial for traditional food vendors to innovate, maintain quality, and keep prices stable to stay appealing, as seen in efforts to preserve Roti Ganjel Rel as a unique culinary attraction in Semarang. This study uses a qualitative approach to examine the preservation of traditional food culture of Roti Ganjel Rel and its marketing strategies in Semarang, utilizing interviews, literature reviews, documentation studies, and questionnaires. The study aims to develop marketing strategies to enhance the gastronomic appeal of Roti Ganjel Rel. Through SWOT Matrix analysis, important insights are gained to address product portion and texture variability by developing more consistent production standards, product diversification, improving production capacity, and supply chain efficiency. Growth opportunities exist through education, promotion, and product innovation, despite threats from product competition and market uncertainty. It is also recommended to leverage social media advertising services and enhance brand image through customer reviews on platforms.

ABSTRAK

Tren wisata kuliner semakin berkembang seiring dengan semakin banyaknya kota yang ingin mengeksplorasi kekayaan budaya kuliner. Namun, muncul tantangan dalam menjaga keberlanjutan makanan tradisional di tengah beragamnya preferensi konsumen. Sangat penting bagi pedagang makanan tradisional untuk berinovasi, menjaga kualitas, dan menjaga harga agar tetap stabil agar tetap diminati, seperti yang terlihat dalam upaya melestarikan Roti Ganjel Rel sebagai daya tarik kuliner khas di Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pelestarian budaya makanan tradisional Roti Ganjel Rel dan strategi pemasarannya di Semarang, dengan memanfaatkan wawancara, telaah pustaka, studi dokumentasi, dan kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan daya tarik gastronomi Roti Ganjel Rel. Melalui analisis Matriks SWOT, diperoleh wawasan penting untuk mengatasi variabilitas porsi dan tekstur produk dengan mengembangkan standar produksi yang lebih konsisten, diversifikasi produk, peningkatan kapasitas produksi, dan efisiensi rantai pasokan. Peluang pertumbuhan ada melalui pendidikan, promosi, dan inovasi produk, meskipun ada ancaman dari persaingan produk dan ketidakpastian pasar. Disarankan juga untuk memanfaatkan layanan iklan media sosial dan meningkatkan citra merek melalui ulasan pelanggan di berbagai platform.

PENDAHULUAN

Kota Semarang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata kuliner, memainkan peran penting dalam mempertahankan dan mengembangkan warisan budaya melalui makanan. Kehadiran berbagai bangsa di

masa lalu telah memperkaya ragam kuliner Semarang karena mereka membawa pengalaman unik mengenai makanan dan minuman dari tempat asal mereka (Wolf, 2002 dalam Kivela & Crofts, 2005). Wisata kuliner tidak hanya tentang mengenal budaya lain, tetapi juga tentang petualangan, adaptasi, dan keterbukaan terhadap pengalaman baru. Oleh karena itu, potensi wisata kuliner dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisatawan. Beberapa kuliner khas Semarang seperti Lumpia, Bandeng Presto, Wingko Babat, dan Tahu Bakso telah dikenal luas, bahkan hingga ke tingkat internasional. Namun, masih ada beberapa makanan tradisional seperti Roti Ganjel Rel yang belum begitu dikenal wisatawan.

Meski begitu, beberapa produsen masih mempertahankan bisnis makanan tradisional untuk menjaga eksistensinya. Contohnya adalah toko roti Oen yang telah beroperasi sejak tahun 1936 dan masih bertahan hingga saat ini (Setyawati & Indrariansi, 2021). Roti Ganjel Rel dihasilkan dari bahan baku lokal dengan proses yang mencerminkan tradisi lokal. Xiaomin (2017) menyatakan bahwa penggunaan bahan baku khas ini menciptakan aroma unik untuk Roti Ganjel Rel. Menurut Laksitarini (2019), roti ini memiliki tekstur padat dan rasa manis khas dari gula Jawa, yang juga berfungsi sebagai pewarna alami.

Penggunaan bahan lokal mendukung identitas produk dan keberlanjutan lingkungan. Suroto (2023) menyatakan bahwa pembelian dan penggunaan bahan lokal menciptakan pasar stabil bagi produk petani lokal, meningkatkan pendapatan mereka, dan menciptakan peluang kerja di sektor pertanian. Di Desa Lerep, proses pembuatan gula Jawa masih menggunakan peralatan tradisional, yang menjadi daya tarik wisata edukatif (Hidayah, 2020). Roti Ganjel Rel memiliki sejarah panjang dan merupakan bagian dari warisan kuliner Semarang. Sejak masa kolonial Belanda, roti ini telah dikenal sebagai roti legendaris di Semarang (Hidayah & Triyono, 2015). Inspirasi Roti Ganjel Rel berasal dari roti Belanda *Ontbijtkoek*, tetapi menggunakan bahan lokal seperti tepung singkong dan gula aren (Julie, 2022; Bukhari, 2023). Festival Dugderan memperkenalkan kuliner ini kepada masyarakat dan wisatawan dengan membagikannya secara gratis.

Pelestarian kuliner tradisional seperti Roti Ganjel Rel sangat penting untuk melindungi warisan budaya dari kemusnahan atau kerusakan. Menurut Rizkiyanti, D. F., dkk. (2024), budaya mencerminkan nilai, keyakinan, dan pandangan komunitas, sehingga menjadi identitas masyarakat. Upaya konservasi warisan tak benda seperti kuliner Nusantara perlu ditingkatkan melalui kolaborasi dengan komunitas lokal dan investasi dalam infrastruktur pariwisata (Mistriani, N., dkk., 2024). Promosi yang efektif melibatkan pengembangan kualitas produk dan membangun citra produk Roti Ganjel Rel sebagai oleh-oleh khas Semarang. Ini dapat dilakukan dengan memperbarui desain kemasan untuk menarik perhatian pada hari-hari besar seperti Idul Fitri, Imlek, Natal, dan Tahun Baru (Purnomo, N. C., dkk., 2013). Selain itu, promosi melalui media sosial dan platform digital dengan fitur kreatif dapat menarik wisatawan untuk mencoba dan membeli Roti Ganjel Rel. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan mempengaruhi konsumen dalam pembelian (Lopiyoadi, 2013). Simbolon, S. I., Tumbel, dkk. (2022) menyatakan bahwa promosi dapat dilakukan melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal, dan pemasaran langsung.

Fenomena tren wisata kuliner saat ini mendorong kota untuk lebih eksploratif dalam menggali dan mendokumentasikan kekayaan budaya mereka, termasuk makanan khas (Rochmawati dkk., 2013). Beragam preferensi konsumen menjadi tantangan dalam melestarikan budaya lokal. Kreativitas dan adaptasi terhadap preferensi serta gaya hidup modern diperlukan agar makanan lokal bisa bertahan dan bersaing dengan produk impor, menarik minat berbagai kalangan termasuk generasi baru dan pasar internasional (Hanifa, A., & Khoiriyah, N., 2024). Penjualan makanan tradisional perlu menjaga kualitas dan harga produk agar tetap kompetitif. Dengan demikian, produsen atau pelaku usaha kuliner tradisional, khususnya Roti Ganjel Rel, harus menjaga eksistensi dan kelestarian budaya kuliner Semarang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang bersifat kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan mendalam dan menghasilkan suatu kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Menurut Siyoto dan Sodik (2015) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian naturalistik karena jenis penelitian yang dilakukan berada pada kondisi alamiah dan menekankan pada aspek pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah. Objek penelitian ini dilakukan pada pelestarian budaya makanan tradisional yaitu Roti Ganjel Rel, dan strategi pemasaran dalam melakukan promosi sehingga dapat menjadi sebagai Produk Daya Tarik Wisata di Semarang. Penelitian ini berfokus untuk membedah bagaimana strategi yang harus dilakukan oleh produsen melalui analisis Matriks SWOT. subjek dalam penelitian ini adalah produsen dan pengelola usaha Roti Ganjel Rel, serta budayawan Dugderan. Menurut Moleong dalam Utama (2019) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan bukan berupa angka, serta perilaku yang dapat diamati.

Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi selama penelitian dilaksanakan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan strategi pemasaran produk olahan Roti ganjel rel sebagai makanan tradisional sehingga dapat berkembang dan menjadi daya tarik wisata dari pandangan gastronomi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam

dengan Nona Helix, melalui studi literatur dan studi dokumentasi serta angket melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan dan masyarakat lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Swot

Berdasarkan hasil analisis seperti pada tabel 1, Roti Ganjel Rel menunjukkan sejumlah kekuatan yang memperkuat posisinya dalam konteks Gastronomi. Keunikan dan keaslian produk ini dalam resep dan proses pembuatannya menawarkan pengalaman yang unik dan autentik bagi konsumen. Rasa yang khas, aroma yang menarik, dan warna yang mencolok menjadi faktor penting yang menarik minat konsumen. Selain itu, citra merek yang kokoh telah berhasil dibangun, memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas merek. Lokasi strategis gerai Roti Ganjel Rel yang berada tidak jauh dari pusat kota dan destinasi wisata juga memberikan keunggulan kompetitif dengan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas bagi konsumen.

Tabel 1. Analisis SWOT Roti Ganjel Rel sebagai Daya Tarik Gastronomi Kota Semarang

Kekuatan	Kelemahan
Keunikan dan Keaslian Roti Ganjel Rel	Variabilitas Porsi dan Tekstur
Kualitas Rasa, Aroma, dan Warna	Ketergantungan pada Pasokan Lokal
Kepuasan Konsumen	Keterbatasan Kapasitas Produksi
Citra Merek yang Kuat	
Lokasi Strategis	
Kualitas Bahan Baku	
Pengalaman Konsumen yang Memuaskan	
Peluang	Ancaman
Minat dalam Cooking Class	Persaingan dengan Produk Serupa
Pengembangan Pariwisata Kuliner	Ketidakpastian Pasar
Inovasi Produk	Gangguan Pasokan
Kemitraan dengan Bisnis Lokal	Perubahan Kebijakan Pemerintah
Perubahan Gaya Hidup	
Teknologi dan Media Sosial	

Namun demikian, beberapa kelemahan juga ditemukan dalam operasional Roti Ganjel Rel. Variabilitas dalam porsi dan tekstur produk dapat mengganggu konsistensi pengalaman konsumen, sementara ketergantungan pada pasokan bahan baku lokal menimbulkan risiko terhadap stabilitas produksi jika tidak diatasi dengan benar. Meskipun bahan baku mudah ditemukan, namun tidak semua gula jawa memiliki warna dan rasa yang sama. Sehingga hal tersebut yang menjadi salah satu kelemahan yang perlu diatasi. Keterbatasan kapasitas produksi juga dapat menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan pasar yang berkembang.

Dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis, Roti Ganjel Rel juga dihadapkan pada sejumlah peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan. Minat yang ditunjukkan pada beberapa informan dalam kelas memasak Roti Ganjel Rel memberikan peluang untuk mengembangkan program-program pendidikan dan promosi yang lebih luas. Selain itu, pengembangan pariwisata kuliner dan inovasi produk dapat meningkatkan daya tarik merek dan menciptakan pangsa pasar yang lebih luas.

Roti Ganjel Rel juga menghadapi sejumlah ancaman dalam operasionalnya. Persaingan dari produk, ketidakpastian pasar, dan gangguan dalam rantai pasokan merupakan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, diperlukan mengambil tindakan yang tepat untuk memanfaatkan peluang, mengatasi kelemahan, dan menghadapi ancaman guna menjaga posisi kompetitif dan keberlanjutan bisnis Roti Ganjel Rel di pasar kuliner yang kompetitif.

Matriks Swot

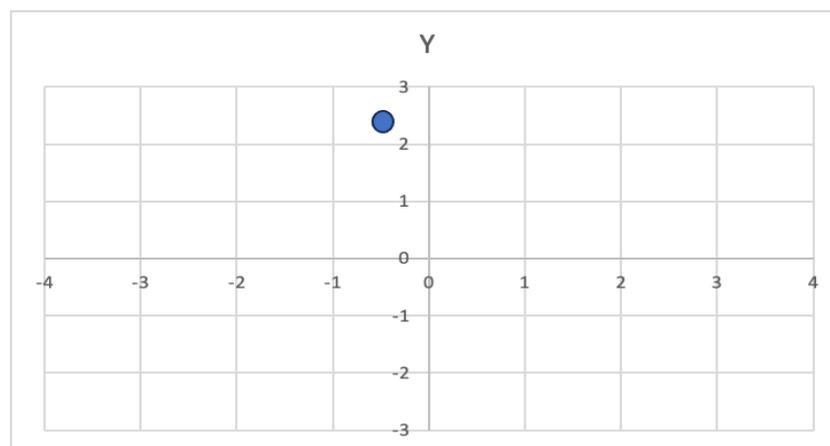
Berdasarkan hasil analisis dalam tabel SWOT Roti Ganjel Rel pada tabel 2, dapat dilihat bahwa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) memiliki total skor sebesar 3.15. Total skor ini menunjukkan bahwa Roti Ganjel Rel memiliki posisi internal yang cukup kuat dalam pasar kuliner. Meskipun terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, kekuatan-kekuatan yang dimiliki produk ini masih lebih dominan. Oleh karena itu, terdapat potensi besar untuk mengembangkan Gastronomi Roti Ganjel Rel lebih lanjut. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memperbarui alat untuk operasional sehingga dapat memberikan porsi dan tekstur yang hampir sama dan menjaga proses tradisional yang telah dimiliki, sehingga dapat terus mempertahankan keaslian dan kualitas produk yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen.

Tabel 2. Faktor Internal (IFAS) dan External (EFAS)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Score
Kekuatan				
1	Keunikan dan Keaslian Roti Ganjel Rel	0.13	4	0.50
2	Kualitas Rasa, Aroma, dan Warna	0.13	4	0.50
3	Kepuasan Konsumen	0.13	4	0.50
4	Citra Merek yang Kuat:	0.10	3	0.31
5	Lokasi Strategis	0.04	3	0.13
6	Kualitas Bahan Baku	0.08	3	0.25
7	Pengalaman Konsumen yang Memuaskan	0.13	4	0.50
	Sub total			2.69
Kelemahan				
1	Variabilitas Porsi dan Tekstur	0.13	2	0.25
2	Ketergantungan pada Pasokan Lokal	0.08	1	0.08
3	Keterbatasan Kapasitas Produksi	0.06	2	0.13
	sub total			0.46
	Total	1.00		3.15

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score
Peluang				
1	Minat dalam Cooking Class	0.09	3	0.26
2	Pengembangan Pariwisata Kuliner	0.13	4	0.52
3	Inovasi Produk	0.13	3	0.39
4	Kemitraan dengan Bisnis Lokal	0.13	4	0.52
5	Perubahan Gaya Hidup	0.11	3	0.33
6	Teknologi dan Media Sosial	0.13	4	0.52
	sub total			2.54
Ancaman				
1	Persaingan dengan Produk Serupa	0.04	2	0.09
2	Ketidakpastian Pasar	0.09	2	0.17
3	Gangguan Pasokan	0.09	1	0.09
4	Perubahan Kebijakan Pemerintah	0.07	1	0.07
	sub total			0.41
	total	1.00		2.96

Berdasarkan hasil analisis pada tabel SWOT Roti Ganjel Rel terkait faktor eksternal pada tabel 2, dapat diketahui bahwa skor total untuk faktor peluang dan ancaman adalah 2.96. Maka dapat disimpulkan bahwa skor total tersebut tidak mendekati angka 4.0, hal ini mengindikasikan bahwa pasar tidak merespons peluang yang ada dan mengabaikan ancaman yang ada di pasar industri. Kemudian, skor total dari setiap faktor dapat diuraikan, sehingga dapat ditemukan bahwa skor total faktor kekuatan dan kelemahan adalah negatif 0.46, sementara perbedaan skor total faktor peluang dan ancaman adalah positif sebesar 2.13. Berikut adalah ilustrasi dari Analisis SWOT dengan diagram kartesius.

**Gambar 1.** Diagram SWOT Roti Ganjel Rel sebagai Daya Tarik Gastronomi Kota Semarang

Berdasarkan Suryandari (2005), dijelaskan bahwa pada kuadran 3 seperti pada gambar 1 terdapat peluang yang besar di pasar, tetapi perusahaan juga menghadapi beberapa kelemahan internal. Strategi yang diperlukan adalah mengurangi masalah internal tersebut agar dapat menangkap peluang pasar yang lebih baik. Berdasarkan diagram pada gambar 3, terlihat bahwa Roti Ganjel Rel memiliki keunggulan internal yang signifikan, tetapi juga

dihadapkan pada peluang yang besar di pasar. Namun, kelemahan internal yang ada dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk sepenuhnya memanfaatkan peluang tersebut. Oleh karena itu, strategi yang diperlukan adalah untuk mengatasi kelemahan internal yang ada, seperti variabilitas dalam porsi dan tekstur produk serta ketergantungan pada pasokan bahan baku lokal. Roti Ganjel Rel dapat lebih efektif menangkap peluang pasar yang ada dan memperkuat posisinya sebagai daya tarik Gastronomi di Kota Semarang jika dapat berhasil mengatasi permasalahan - permasalahan yang ada.

Strategi Pemasaran

Berdasarkan analisis pada tabel 3, kinerja pasar dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor ini tercermin dalam diagram hasil analisis SWOT. Dalam diagram Kartesius pada gambar 3, terlihat bahwa Roti Ganjel Rel yang diproduksi di Kota Semarang berada di kuadran 3 yang menggunakan strategi Weakness-Opportunities (WO), memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan.

Tabel 3. Analisis SWOT

STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keunikan dan keaslian produk untuk menarik minat dalam kelas memasak dan program edukasi kuliner 2. Meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar melalui inovasi dan penggunaan teknologi 3. Memperkuat citra merek dan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau lebih banyak konsumen 4. Mengoptimalkan pengalaman konsumen untuk mempertahankan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi variabilitas dalam porsi dan tekstur produk dengan mengembangkan standar produksi yang lebih konsisten 2. Diversifikasi produk untuk mengatasi ketergantungan pada pasokan lokal dan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas 3. Memperbaiki kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi dan menjaga keandalan pasokan 4. Meningkatkan efisiensi rantai pasok untuk menghadapi ketidakpastian pasar dan gangguan pasokan
STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan keunikan produk untuk menghadapi persaingan dengan produk serupa dengan memperkuat keunggulan produk 2. Memperkuat citra merek dan membangun hubungan dengan bisnis lokal untuk melindungi perusahaan dari dampak perubahan kebijakan pemerintah 3. Meningkatkan kualitas produk dan memperkuat hubungan dengan pelanggan untuk mengurangi dampak gangguan pasokan atau perubahan gaya hidup konsumen 4. Mengoptimalkan pengalaman konsumen untuk menahan dampak ketidakpastian pasar dan menghadapi persaingan yang ketat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatasi variabilitas dalam porsi dan tekstur produk untuk memitigasi dampak dari persaingan dengan produk serupa. 2. Meningkatkan efisiensi rantai pasok untuk menghadapi gangguan pasokan dan meminimalkan risiko yang terkait dengan ketergantungan pada pasokan lokal 3. Memperbaiki kapasitas produksi dan memperluas jaringan distribusi untuk menghadapi ketidakpastian pasar dan persaingan yang meningkat

KESIMPULAN

Strategi yang harus dilakukan dalam menjaga eksistensi makanan khas Semarang, Roti ganjel Rel terhadap fenomena makanan tradisional sebagai salah satu daya tarik wisata gastronomi yaitu dilihat dari indikator strategi WO (Weakness-Opportunities). Hal ini dimaksud adalah penting dalam mengatasi variabilitas dalam porsi dan tekstur produk dengan mengembangkan standar produksi yang lebih konsisten, melakukan diversifikasi produk untuk mengatasi ketergantungan pada pasokan lokal dan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas, Memperbaiki kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi dan menjaga keandalan pasokan. Selain itu, Meningkatkan efisiensi rantai pasok untuk menghadapi ketidakpastian pasar dan gangguan pasokan. Terdapat peluang untuk pertumbuhan melalui program pendidikan, promosi atau melakukan kegiatan pemasaran dengan memperbarui alat untuk operasional sehingga dapat memberikan porsi dan tekstur yang hampir sama dan menjaga proses tradisional yang telah dimiliki, sehingga dapat terus mempertahankan keaslian dan kualitas produk yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen., dan inovasi produk, namun juga ancaman dari persaingan produk dan ketidakpastian pasar atau dapat juga dengan melihat variabilitas dalam porsi dan tekstur produk serta ketergantungan pada pasokan bahan baku lokal. Selain itu, disarankan untuk memanfaatkan layanan periklanan yang disediakan oleh platform media sosial (iklan online). Terakhir, mengunggah ulasan pelanggan di media sosial dapat meningkatkan upaya pemasaran dan meningkatkan citra merek..

DAFTAR RUJUKAN

Andaryogi, D., Awami, S. N., Fachhriyan, H. A., & Subekti, E. (2022). *Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Gula Aren di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang.*

- Billiard, E. (2010). Searching for a national cuisine.
- Bukhari, I. (2023). *Roti Ganjel Rel, Kuliner Khas Semarang Hasil Kreativitas Zaman Penjajah*. Diakses dari <https://banggasemarang.id/2023/07/26/roti-ganjel-rel-kuliner-khas-semarang-hasil-kreativitas-zaman-penjajah/>. Pada tanggal 5 April 2024.
- Chen, P. J., & Antonelli, M. (2020). *Conceptual models of food choice: influential factors related to foods, individual differences, and society*. *Foods*, 9(12), 1898.
- Frankel, F.C. (2011). Gastronomy: A visual feast. *Nature*, 471, 574-575.
- Hanifa, A., & Khoiriyah, N. (2024). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Jajanan Tradisional Di Kecamatan Lawang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 8(1), 8-19.
- Hanley, N., & Czajkowski, M. (2019). The role of stated preference valuation methods in understanding choices and informing policy. *Review of Environmental Economics and Policy*.
- Hidayah, N & Triyono, A. (2015). Teknik Produser dalam Program Feature Tempoe Doeloe Episode Roti Ganjel Rel Legendaris Semarang.
- Hidayah, N. (2020). *Potensi Halal Tourism dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Irvansetiawan. (2019, November 25). Roti Gambang, Kuliner Legendaris dari Betawi. Retrieved from Kemdikbud: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbjabar/roti-gambang-kulinerlegendaris-dari-betawi/>
- Juliana, J., Monoarfa, H., & Jarianti, R. (2020). Sharia Property Business Development Strategy: IFAS and EFAS Matrix Model. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*.
- Julie, S. (2022). Sejarah 'Ganjel Rel' Roti Khas Semarang yang Legendaris. Diakses dari <https://www.liputan6.com/jateng/read/4925543/sejarah-ganjel-rel-roti-khas-semarang-yang-legendaris>. Pada tanggal 5 April 2024.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Lahensel, I. F., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery (PHD) Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 91-95.
- Laksitarini, A. B. (2019). *Pusat Wisata Kuliner Khas Semarangan* (Doctoral dissertation, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG).
- Lowe, M., Nikolova, H., Miller, C. J., & Dommer, S. L. (2019). Ceding and succeeding: How the altruistic can benefit from the selfish in joint decisions. *Journal of Consumer Psychology*, 29(4), 652-661.
- Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Salemba Empat : Jakarta
- Mistriani, N., Ikhlasandi, H. I., Kirani, V. V., Fajrin, N. S., Ndruru, E., Prabowo, W. T., ... & Palupiningtyas, D. (2024). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif Melalui Wisata Edukasi Dan Kuliner Di Sentra Jajanan Pasar, Puduk Payung, Kota Semarang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 01-11.
- Moleong Lexy J. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Moreno, C.E. (2002). Designing field studies for Biodiversity Conservation.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Priatna, Y. (2017). Melek informasi sebagai kunci keberhasilan pelestarian budaya lokal. *Publication Library and Information Science*, 1(2), 37-43.

- Purnomo, N. C., Ardana, I. G. N., & Handoko, C. T. (2013). Perancangan kemasan dan media promosi kue gandjelrel khas kota Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 7.
- Radarwati, S., Baskoro, M. S., Monintja, D. R., & Purbayanto, A. (2010). Analisis faktor internal-eksternal dan status keberlanjutan pengelolaan perikanan tangkap di Teluk Jakarta. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan*, 1(2), 33-46.
- Rangkuti F. (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rauf, F. A. (2014). Environmental strategic factor analysis of the tourism industry in the south coastal part of Sri Lanka. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 5(5), 426-434.
- Rizkiyanti, D. F., Emeraldal, V., & Santoso, R. (2024). Menciptakan Pengalaman Wisata Gastronomi Melalui Daya Tarik Wisata Kuliner Wingko Babat Kota Semarang. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(2), 124-133.
- Rochmawati, N., Nailah, N., & Oktariadi, I. (2013). Penelusuran jejak makanan khas Semarang sebagai aset inventarisasi dan promosi wisata kuliner Jawa Tengah. *DIPOIPTEKS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Undip*, 1(1), 7-11.
- Sedyawati, E. (2008). Keindonesiaan dalam budaya. (*No Title*).
- Simbolon, S. I., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Tripang Garo Uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara. *Productivity*, 3(2), 151-156.
- Singh, N., & Kosi-Katarmal, A. (2009). SWOT analysis—a useful tool for community vision. *Researcher*, 1, 25-27.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian (Ayup, Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Diakses dari http://library1.nida.ac.th/termpaper6/s_d/2554/19755.pdf
- Skinner, K., Hanning, R. M., Sutherland, C., Edwards-Wheesk, R., & Tsuji, L. J. (2012). Using a SWOT analysis to inform healthy eating and physical activity strategies for a remote First Nations community in Canada. *American Journal of Health Promotion*, 26(6), e159-e170.
- Steiss, A. W. (2019). *Strategic management for public and nonprofit organizations*. Routledge.
- Suroto, A. (2023). Peran kuliner lokal dalam mengembangkan gastronomi kuliner berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 4(1), 55-67.
- Suryandari, E. Y. (2005). Peluang Usaha Ekowisata Cagar Alam/Taman Wisata Alam Kawah Ijen di Kawasan Taman Nasional Alas Purwo. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 2(1), 13-26.
- Tjiptono, Fandy. (2005). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turgarini, D., & Sari, H. P. R. (2016, November). Gastronomy tourism attraction in Ternate City. In *International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2016)* (pp. 90-96). Atlantis Press.
- Udin, M. (2015). Teknik Pengambilan Gambar Feature Acara Tempoe Doeloe Eps." Ganjel Rel Legendaris Semarang.
- Wahyu Fathur Rohman, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Maskapai Penerbangan (Studi Pada Maskapai Penerbangan Citilink)* (Doctoral dissertation, STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta).
- Widiastuti, T., Rusydiana, A.S., & Firmansyah, I. (2017). Development Strategy For Islamic Microfinance Institution In Indonesia: Ifas-Efas Matrix Approach.
- Xiaomin, C. (2017) "City of Gastronomy" of UNESCO Creative Cities Newtwork: From Internasional Criteria to Local Practice. Diakses dari http://www.ritsumei.ac.jp/acd/re/ssrc/resulp/memoir/tokusyuugou201707/tokus_yuugou201707-08.pdf