

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER TRADISIONAL DALAM MENDUKUNG PARIWISATA DI ALUN-ALUN KOTA BLITAR

Wisnu Hoki Wibisono^{a, 1}, I Made Bayu Ariwangsa^{a, 2}, Ida Bagus Suryawan^{a, 3}

¹hokisono0@gmail.com, ²bayu_ariwangsa@unud.ac.id, ³idabagussuryawan@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Badung, Bali

Abstract

This study aims to identify the potential and formulate appropriate strategies for the development of traditional culinary tourism in Blitar City Square. The research applies a descriptive qualitative method combined with SWOT analysis to obtain comprehensive findings. Data were collected through direct observation at the culinary center, in-depth interviews with traditional culinary business actors, officers of the Tourism Department, and tourists visiting the square, as well as documentation studies to strengthen the validity of the data. The results of the study indicate that Blitar's traditional culinary delights such as Tahu Lontong, Opak Gambir, Es Pleret, and Es Drop possess strong potential to be promoted as distinctive tourist attractions. These culinary products are not only appreciated for their unique flavors but also for their historical value and the role they play in shaping Blitar's cultural identity. The friendliness and hospitality of culinary business owners further enhance the experience for visitors, creating a warm atmosphere that encourages repeat visits. Additionally, the annual cultural and culinary event "Blitar Djadoel" has proven to be an effective promotional medium, as it introduces traditional food to a wider audience and strengthens the nostalgic branding of Blitar City. Nevertheless, several challenges remain. Weaknesses identified include limited use of digital platforms for marketing, lack of continuous innovation in menu presentation, and environmental cleanliness issues around the culinary area. These factors may reduce the attractiveness of Blitar Square as a sustainable culinary tourism destination if not addressed properly. Based on the SWOT analysis, the SO (Strength-Opportunity) strategy is prioritized, which emphasizes maximizing internal strengths to capture external opportunities. Recommended actions include intensifying both offline and online promotional efforts, encouraging product innovation while preserving authenticity, and developing creative tourist experiences. Such steps are expected to increase tourist visits and strengthen Blitar City's image as a culinary tourism destination with unique traditional characteristics.

Keyword: Traditional culinary tourism, development strategy

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah maupun nasional. Dalam perkembangannya, wisata kuliner menjadi salah satu bentuk pariwisata yang semakin populer karena tidak hanya memberikan pengalaman gastronomi, tetapi juga menghadirkan pemahaman budaya yang melekat pada suatu destinasi. Kuliner bukan sekadar pemenuhan kebutuhan konsumsi, melainkan sarana untuk mengenalkan identitas, tradisi, serta nilai-nilai historis masyarakat (Setiawan, 2015). Cita rasa yang khas, penggunaan bahan lokal, serta filosofi yang terkandung di dalam makanan menjadikan wisata kuliner sebagai salah satu daya tarik utama yang mampu memperkaya pengalaman perjalanan wisatawan. Tren ini juga didukung oleh meningkatnya preferensi wisatawan yang menjadikan kuliner sebagai salah satu alasan utama dalam memilih destinasi.

Fenomena berkembangnya wisata kuliner sebagai atraksi pariwisata tidak hanya terjadi di Indonesia, melainkan juga di berbagai belahan dunia. Jepang misalnya, dengan Sushi dan Ramen yang tidak hanya populer secara domestik tetapi juga mendunia, telah berhasil mengangkat citra negara tersebut sebagai destinasi wisata kuliner. Italia dengan Pizza dan Pasta, atau Thailand dengan Tom Yum dan Pad

Thai, juga menunjukkan bagaimana makanan khas dapat menjadi ikon pariwisata sekaligus pendorong ekonomi kreatif. Keberhasilan negara-negara tersebut menunjukkan bahwa kuliner tradisional yang dikelola dengan baik mampu menjadi daya tarik global, bahkan menyamai daya tarik wisata alam maupun budaya.

Indonesia sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman budaya dan sumber daya alam memiliki potensi kuliner tradisional yang sangat besar. Hampir setiap daerah memiliki makanan khas yang tidak hanya bernilai gastronomi, tetapi juga memiliki makna sosial, historis, dan filosofis. Rendang dari Sumatra Barat, misalnya, selain dikenal sebagai salah satu makanan terenak di dunia, juga mengandung filosofi kebersamaan bagi masyarakat Minangkabau. Coto Makassar di Sulawesi Selatan, Ayam Betutu di Bali, hingga Papeda di Papua, merupakan contoh warisan kuliner yang mencerminkan keragaman budaya bangsa. Dengan kekayaan rempah yang melimpah, makanan tradisional Indonesia memiliki cita rasa yang khas, kompleks, dan tidak dimiliki oleh negara lain. Hal ini menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk mengembangkan wisata kuliner sebagai bagian dari daya tarik pariwisata nasional.

Namun demikian, potensi besar tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Di

berbagai daerah, kuliner tradisional masih menghadapi tantangan dalam pengembangannya. Pergeseran selera masyarakat yang cenderung mengutamakan makanan cepat saji, kurangnya inovasi dalam pengemasan, serta keterbatasan promosi digital menjadi kendala utama. Padahal, di era digital saat ini, promosi melalui media sosial dan platform daring menjadi salah satu cara paling efektif untuk menarik minat wisatawan. Jika tantangan tersebut tidak diatasi, maka makanan tradisional dikhawatirkan semakin terpinggirkan oleh kuliner modern, sehingga mengancam keberlanjutan warisan budaya bangsa (Ramadhani, 2021). Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang mampu menyesuaikan kuliner tradisional dengan selera wisatawan tanpa menghilangkan nilai keasliannya.

Kota Blitar di Jawa Timur merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata kuliner. Selama ini, Blitar lebih dikenal sebagai kota sejarah karena adanya Makam Bung Karno, Candi Penataran, dan berbagai situs bersejarah lainnya. Namun, selain wisata sejarah, Blitar juga memiliki kekayaan kuliner tradisional yang belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai daya tarik wisata. Pecel Blitar dengan bumbu kacang yang khas telah menjadi ikon kuliner yang dikenal secara luas. Akan tetapi, terdapat pula makanan dan minuman khas lain seperti tahu lontong, opak gambir, es pleret, dan es drop yang belum banyak dipopulerkan, padahal memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan.

Alun-Alun Kota Blitar sebagai pusat aktivitas masyarakat menjadi lokasi yang strategis dalam pengembangan wisata kuliner tradisional. Kawasan ini tidak hanya menjadi ruang interaksi sosial, tetapi juga sebagai titik pertemuan wisatawan yang datang berkunjung. Keberadaan pedagang kuliner tradisional di sekitar Alun-Alun menciptakan suasana yang khas, di mana wisatawan dapat menikmati makanan lokal sambil merasakan atmosfer budaya masyarakat Blitar. Hal ini menjadikan Alun-Alun sebagai representasi nyata dari potensi wisata kuliner tradisional di Blitar. Dengan posisi yang strategis, kawasan ini sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner unggulan yang mendukung pariwisata kota.

Kendati demikian, terdapat sejumlah permasalahan yang masih dihadapi dalam pengembangan wisata kuliner tradisional di Blitar. Minimnya inovasi dalam penyajian produk, kurangnya promosi melalui media digital, serta isu kebersihan lingkungan menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Selain itu, kesadaran pelaku usaha kuliner tradisional akan pentingnya menjaga kualitas dan memperbaiki pelayanan juga masih terbatas. Jika tidak ditangani secara serius, kendala-kendala ini dapat menghambat pengembangan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata. Padahal,

apabila dikelola dengan strategi yang tepat, wisata kuliner tradisional Blitar dapat menjadi salah satu daya tarik unggulan yang tidak hanya mendukung sektor pariwisata, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui ekonomi kreatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi potensi kuliner tradisional khas Kota Blitar sekaligus merumuskan strategi pengembangannya dalam mendukung pariwisata daerah, khususnya di kawasan Alun-Alun Kota Blitar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelestarian kuliner tradisional serta memperkuat posisi Blitar sebagai destinasi wisata yang tidak hanya dikenal dari sisi sejarah, tetapi juga dari sisi kuliner khasnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Adapun beberapa telaah penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini antara lain: Harsana dan Triwidayati (2020) mengulas pengembangan wisata kuliner melalui makanan tradisional di D.I. Yogyakarta, yang mencakup bahan, metode pengolahan, penyajian, hingga alat yang digunakan. Selanjutnya oleh Kristiana dan Kumbara (2023), yang berfokus pada persepsi wisatawan lokal terhadap makanan tradisional khas Kota Blitar serta peran pemerintah dalam mendukung pengembangan kuliner tersebut. Kemudian penelitian oleh Rawal dan Takuli (2020) yang memanfaatkan konsep promosi wisata kuliner dalam menganalisis pengembangan makanan tradisional di wilayah Uttarakhnad, India, sebagai daya tarik wisata metode penelitian yang dipakai statistik deskriptif. Sementara itu, Suteja dan Wahyuningsih (2019) menggunakan konsep preferensi wisatawan untuk mengkaji bagaimana makanan tradisional khas Lombok dapat berkontribusi di kawasan ekonomi khusus Mandalika dan menarik kunjungan wisatawan.

Berdasarkan telaah tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian, khususnya terkait eksplorasi potensi kuliner Kota Blitar sebagai daya tarik wisata bagi pengunjung yang belum pernah berkunjung ke kota ini. Untuk menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan konsep 4A yang dikemukakan oleh Cooper (2005), yang meliputi *Attraction* (daya tarik), *Amenity* (fasilitas), *Accessibility* (aksesibilitas), dan *Ancillary* (lembaga pelayanan). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori *gastronomy tourism* yang dikembangkan oleh Hall & Sharples (2003) sebagai landasan dalam menganalisis peran kuliner dalam pengembangan pariwisata.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Alun-Alun Kota Blitar, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena

merupakan pusat aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat, sekaligus menjadi ruang interaksi langsung antara wisatawan dengan pelaku usaha kuliner tradisional. Alun-Alun Kota Blitar juga menjadi titik strategis yang merepresentasikan kuliner khas daerah seperti tahu lontong, opak gambir, es pleret, dan es drop, sehingga sesuai untuk dijadikan objek penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam potensi kuliner tradisional serta strategi pengembangannya dalam mendukung pariwisata. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara lebih komprehensif melalui perspektif pelaku usaha, wisatawan, serta pemangku kebijakan.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku usaha kuliner tradisional di Alun-Alun, staf Dinas Pariwisata Kota Blitar, serta wisatawan yang berkunjung. Wawancara dilakukan dengan panduan pedoman wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi mengenai potensi, tantangan, serta strategi pengembangan kuliner tradisional. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah, literatur ilmiah, jurnal, berita, serta arsip terkait perkembangan pariwisata dan kuliner di Kota Blitar.

Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan utama terdiri atas pelaku usaha kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar, wisatawan yang menikmati kuliner lokal, dan pihak pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti mendapatkan informasi mendalam dari pihak-pihak yang memahami secara langsung kondisi dan potensi wisata kuliner di lokasi penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap: (1) observasi untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas wisata kuliner di Alun-Alun Kota Blitar, (2) wawancara mendalam untuk mendapatkan data kualitatif terkait pengalaman, persepsi, dan strategi yang diusulkan, serta (3) studi dokumentasi untuk memperkuat hasil temuan lapangan melalui literatur dan arsip yang relevan.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi dalam pengembangan wisata kuliner tradisional di Kota Blitar. Melalui pendekatan SWOT, penelitian ini merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal, sehingga dapat diaplikasikan dalam mendukung pariwisata

daerah.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kota Blitar

Kota Blitar merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia, yang terletak di bagian selatan Pulau Jawa. Kota ini memiliki luas wilayah sekitar 32,57 km² dan terdiri dari tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Sukorejo, Kecamatan Kepanjenkidul, dan Kecamatan Sananwetan. Meskipun tergolong sebagai kota kecil, Blitar memiliki peran penting di wilayah selatan Jawa Timur, terutama dalam bidang pendidikan, perdagangan, dan pariwisata.



Gambar 4.1 Lambang Kota Blitar
Sumber: Google, 2025

Menurut data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Blitar, pada tahun 2025, jumlah penduduk Kota Blitar mencapai 160.539 jiwa. Angka ini mencerminkan pertumbuhan penduduk yang stabil, seiring dengan perkembangan infrastruktur dan layanan publik di kota ini.

Gambaran Umum Alun-Alun Kota Blitar

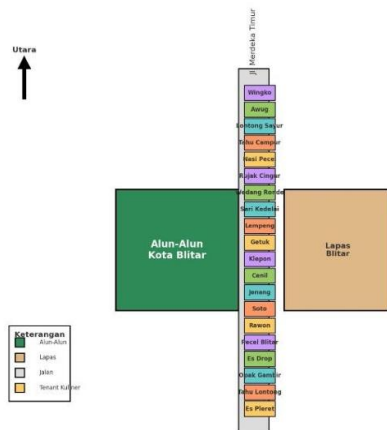
Alun-Alun Kota Blitar sebagai pusat keramaian dan ikon Kota Blitar di Provinsi Jawa Timur, menjadi fokus utama dalam konteks penelitian ini. Pada masa kolonial, Alun-Alun Kota Blitar menjadi pusat kekuasaan dan tempat pertunjukan. Namun seiring berjalannya waktu, Alun-Alun menjadi ruang publik yang terbuka bagi masyarakat. Fungsinya meluas sebagai tempat olahraga, taman kota, ruang interaksi sosial, serta area resapan air yang penting bagi lingkungan kota. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada signifikansi strategis serta peran multifungsionalnya dalam aktivitas sosial-ekonomi masyarakat lokal dan daya tariknya bagi wisatawan.

Alun-Alun ini dianggap sebagai titik observasi yang representatif untuk mengkaji potensi wisata kuliner tradisional. Secara geografis, Alun-Alun memiliki aksesibilitas yang optimal dari berbagai wilayah kota dan berfungsi sebagai penghubung utama menuju berbagai destinasi penting lainnya, termasuk Makam Bung Karno, yang secara konsisten menarik ratusan pengunjung setiap harinya.



Gambar 4.2 Alun-Alun Kota Blitar
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Dalam konteks penelitian ini, fenomena yang paling relevan adalah keberadaan sejumlah besar pelaku usaha kuliner kaki lima yang menjajakan aneka ragam hidangan tradisional di area sekitar Alun-Alun.



Gambar 4.3 Denah Penjual Kuliner
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Kawasan kuliner tradisional di sisi timur Alun-Alun Kota Blitar saat ini dihuni oleh 20 tenant atau pedagang yang berjajar rapi di sepanjang Jalan Merdeka Timur, tepat di depan Lembaga Pemasarakatan (Lapas) Kelas II B Blitar. Deretan tenant tersebut menyajikan berbagai kuliner khas Kota Blitar, antara lain Es Pleret, Tahu Lontong, Opak Gambir, Es Drop, Pecel Blitar, Rawon, Soto, Jenang, Cenil, Klepon, Getuk, Lempeng, Sari Kedelai, Wedang Ronde, Rujak Cingur, Nasi Pecel, Tahu Campur, Lontong Sayur, Awug, dan Wingko. Penataan tenant secara berjejer di satu sisi jalan memudahkan pengunjung untuk menjelajahi seluruh pilihan kuliner, sekaligus menciptakan koridor wisata kuliner yang khas dan mudah diakses oleh wisatawan maupun masyarakat lokal.

Potensi Kuliner Tradisional di Alun-Alun Kota Blitar

Kota Blitar tidak hanya dikenal dengan wisata sejarah seperti Makam Bung Karno dan Candi Penataran, tetapi juga memiliki kekayaan kuliner

tradisional yang berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa beberapa jenis kuliner khas Blitar masih eksis hingga kini, terutama di kawasan Alun-Alun yang menjadi pusat keramaian kota.

Kuliner tradisional yang paling populer adalah Pecel Blitar, yang telah lama dikenal luas hingga ke luar daerah. Selain itu, terdapat beberapa kuliner khas lain yang menjadi daya tarik, antara lain:

1. Tahu Lontong – makanan sederhana berbahan lontong dan tahu goreng dengan bumbu kacang khas.
2. Opak Gambir – jajanan tradisional berbahan dasar tepung beras tipis dan gurih.
3. Es Pleret – minuman tradisional berbahan bola tepung beras berisi gula merah dalam kuah santan.
4. Es Drop – es krim tradisional legendaris dengan cita rasa klasik yang menjadi ikon kuliner nostalgia di Blitar.

Gambar dari masing-masing kuliner tersebut dapat dilihat pada gambar 4.4.



a



b



c



d

Gambar 4.4 (a) Tahu Lontong ; (b) Opak Gambir (c) Es Pleret (d) Es Drop

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Keempat jenis kuliner tersebut tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya karena menjadi bagian dari identitas masyarakat Blitar. Keberadaan festival kuliner tahunan seperti Blitar Djadoel semakin memperkuat eksistensi makanan tradisional ini sebagai atraksi wisata.

Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Di Alun Alun Kota Blitar

Strategi pengembangan potensi wisata kuliner di ALUN-ALUN Kota Blitar dapat dianalisis melalui empat komponen utama pariwisata, yaitu atraksi (*Attraction*), aksesibilitas (*Accessibility*), amenitas (*Amenity*), pelayanan pendukung (*Ancillary*) dan promosi. Kelima elemen ini saling berinteraksi dan

membentuk ekosistem pariwisata yang komprehensif, di mana kuliner tradisional berperan sebagai benang merah yang menghubungkan identitas lokal dengan pengalaman wisatawan.

a. Attraction (Atraksi) Berbasis Festival Kuliner Tradisional

Festival dan acara lokal dalam mempromosikan kuliner tradisional merupakan aspek penting dalam mengenalkan wisata kuliner. Di Kota Blitar, event seperti "Blitar Djadoel" menjadi platform yang signifikan untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan kuliner tradisional kepada masyarakat luas, baik lokal maupun wisatawan dari luar daerah.



Gambar 4.5 Festival Blitar Djadoel
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pengamatan menunjukkan bahwa festival Blitar Djadoel berperan signifikan dalam mempromosikan kuliner tradisional daerah yang diantaranya yaitu:

1. Festival ini memberikan ruang strategis bagi UMKM kuliner untuk menjangkau audiens lebih luas. Para pedagang yang mungkin sebelumnya hanya beroperasi di skala kecil atau di area tertentu, mendapatkan kesempatan untuk menjangkau audiens yang jauh lebih besar.
2. Selain sebagai ajang penjualan, festival ini juga menyajikan pengalaman otentik melalui demonstrasi pembuatan kuliner secara tradisional, sehingga bernilai edukatif bagi pengunjung.
3. Wisatawan sering terlihat mengambil foto atau video saat masuk kawasan Blitar Djadoel yang menyajikan makanan khas Kota Blitar, menunjukkan adanya ketertarikan pada aspek budaya dan proses di balik kuliner.
4. Dukungan promosi dari pemerintah daerah, baik melalui media cetak maupun digital, turut memperluas jangkauan promosi kuliner Blitar.
5. Konsep "tempo dulu" yang diusung menciptakan suasana nostalgia, memperkuat daya tarik kuliner

tradisional sebagai identitas budaya sekaligus pengalaman unik bagi wisatawan.

Dengan adanya festival semacam "Blitar Djadoel" yang sukses dan menarik banyak pengunjung, citra Kota Blitar sebagai destinasi wisata kuliner juga ikut meningkat. Kuliner tradisional tidak lagi dianggap sebagai pelengkap, tetapi sebagai daya tarik utama yang patut dikunjungi. Hal ini secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas dan keaslian produk mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jauhar Sidiq selaku Staf Dinas Pariwisata Kota Blitar diketahui bahwa pemerintah daerah berperan aktif melalui Dinas Pariwisata dalam memanfaatkan festival ini untuk promosi kuliner tradisional dan peningkatan citra destinasi.

"Blitar Djadoel ini bukan cuma ajang seru-seruan, tapi ini strategi kami untuk mengangkat kuliner lokal. Banyak wisatawan yang datang ke sini memang tertarik sama makanan khasnya. Dengan festival ini, kita bisa tunjukkan kalau Blitar punya kekayaan kuliner yang otentik dan bisa jadi daya tarik wisata. Kita bantu promosikan juga lewat media sosial dinas dan kerja sama dengan influencer." (Jauhar, staf Dinas Pariwisata Kota Blitar, 20 juni 2025)

b. Accessibility (Aksesibilitas)

Kemudahan akses merupakan salah satu pilar fundamental dalam pengembangan destinasi pariwisata, dan dalam konteks wisata kuliner di Alun-Alun Kota Blitar, faktor ini terbukti menjadi penentu keberhasilan yang signifikan. Lokasi Alun-Alun yang strategis, berada tepat di jantung kota, menjadikannya titik yang sangat mudah dijangkau dari berbagai penjuru, baik bagi penduduk lokal maupun wisatawan.

"Jalan-jalan utama menuju Alun-Alun sudah sangat baik, mulus, dan lebar, sehingga kendaraan pribadi maupun transportasi umum bisa melintas dengan nyaman. Kedekatan dengan stasiun kereta api juga menjadi nilai tambah yang sering kami promosikan, karena banyak wisatawan dari luar kota datang menggunakan kereta api. Mereka bisa langsung ke Alun-Alun begitu tiba. Kami juga secara berkelanjutan mengupayakan ketersediaan area parkir yang memadai dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat, agar wisatawan tidak 55 kesulitan mencari tempat parkir. Kemudahan akses ini adalah kunci agar wisatawan merasa nyaman dan tidak ragu untuk datang." (Jauhar, staf Dinas Pariwisata Kota Blitar, 20 juni 2025)

Salah satu keunggulan utama Alun-Alun Kota Blitar adalah kedekatannya dengan Stasiun Kereta Api Blitar. Hal ini memberikan

keuntungan besar bagi wisatawan yang memilih moda transportasi kereta api, karena mereka dapat langsung menuju pusat kota dan menikmati kuliner tradisional tanpa perlu menempuh perjalanan jauh atau menggunakan banyak transportasi tambahan. Infrastruktur jalan yang memadai dan terawat dengan baik di sekitar Alun-Alun memastikan kelancaran arus kendaraan dan pejalan kaki, sehingga tidak ada hambatan berarti bagi siapa pun yang ingin menikmati ragam kuliner tradisional di sana. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu wisatawan asal Kediri.

"Akses ke Alun-Alun ini sangat mudah sekali. Dari penginapan saya bisa jalan kaki santai atau kalau malas, naik angkutan sebentar saja sudah sampai. Apalagi kalau dari stasiun, itu dekat sekali, jadi begitu sampai Blitar, kita bisa langsung cari makan di Alun-Alun. Tidak ada macet yang berarti, dan petunjuk arah juga jelas. Jadi, kalau mau cari makan malam atau sekadar ngemil sore, tidak perlu bingung atau takut tersesat, apalagi kalau kita baru pertama kali ke Blitar." (Aziz, Wisatawan Kediri, 20 juni 2025).



Gambar 4.6 Wisatawan dari Kediri
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Kemudahan akses ini secara langsung mendukung mobilitas wisatawan, memungkinkan mereka untuk dengan nyaman menjelajahi dan menikmati ragam kuliner yang ditawarkan di sekitar Alun-Alun tanpa membuang banyak waktu dan tenaga.

Selain itu, dengan adanya infrastruktur jalan yang baik, ketersediaan area parkir yang terorganisir, dan jaringan transportasi publik yang efisien, ditambah dengan lokasi yang strategis dekat stasiun kereta api, menjadi kunci dalam memastikan wisatawan dapat mencapai lokasi kuliner dengan minim hambatan. Aksesibilitas yang prima ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memperpanjang durasi tinggal wisatawan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada perputaran ekonomi di kawasan kuliner tradisional Alun-Alun Kota Blitar.

c. Amenity (Amenitas)

Ketersediaan fasilitas pendukung atau amenitas memainkan peran vital dalam

meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama mereka berada di destinasi. Di kawasan Alun-Alun Kota Blitar, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata telah berupaya menyediakan fasilitas dasar untuk menunjang kegiatan kuliner dan kenyamanan pengunjung.



Gambar 4.7 Lingkungan Sekitar Alun-Alun Kota Blitar

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

"Dukungan fasilitas yang ada untuk mendukung kegiatan kuliner di kawasan Alun-Alun ini meliputi penyediaan tempat sampah yang tersebar di beberapa titik untuk menjaga kebersihan, toilet umum yang bersih dan terawat, serta area duduk yang cukup luas berupa bangku bangku taman dan area lesehan di sekitar pedagang. Kami juga terus berkoordinasi secara aktif dengan para pelaku usaha untuk memastikan kebersihan dan kenyamanan area makan mereka, termasuk ketersediaan air bersih dan sanitasi yang memadai. Tujuan kami adalah agar setiap pengunjung merasa nyaman dan betah berlama-lama menikmati kuliner di sini." (Jauhar, staf Dinas Pariwisata Kota Blitar, 20 juni 2025)

Meskipun demikian, dalam praktiknya, masih terdapat beberapa tantangan terkait amenitas yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut untuk mengoptimalkan pengalaman wisatawan. Beberapa pelaku usaha kuliner, yang berinteraksi langsung dengan pengunjung, merasakan adanya celah dalam pemenuhan fasilitas yang ideal. Salah satunya yaitu Bapak Anton, penjual Es Pleret Patria.

"Memang ada tantangan lain, Mas, terutama dari burung-burung kuntul itu. Pohon beringin di dekat sini kan jadi sarang mereka, jadi kadang kotoran burung jatuh ke area jualan atau tempat makan. Kami harus lebih sering membersihkan. Beberapa pembeli juga kadang merasa terganggu. Penjual lain pun merasakan hal yang sama, meskipun tidak semua sedekat saya dengan pohonnya. Ini dilema juga, karena pohon-pohon itu kan sudah lama sekali, bagian dari ikon Alun-Alun, tidak mungkin ditebang. Jadi ya mau tidak mau, kami harus saling berdampingan dan mencari cara agar tidak terlalu mengganggu aktivitas jualan dan kenyamanan pembeli." (Anton, penjual Es Pleret Patria, 19 juni 2025)

d. Ancillary (pelayanan pendukung)

Keramahan pelayanan dari pelaku usaha kuliner merupakan aspek non fisik yang sangat penting, yang secara langsung memengaruhi persepsi, kepuasan, dan loyalitas wisatawan.

Interaksi langsung antara pedagang dan pembeli menciptakan pengalaman personal yang berkesan, seringkali menjadi pembeda antara kunjungan biasa dan kunjungan yang tak terlupakan.

"Kami selalu berusaha ramah sama pembeli, Mas, itu sudah jadi prinsip kami. Senyum, sapa, tanya dari mana asalnya, sedikit ngobrol ngobrol ringan. Banyak yang bilang senang karena kami melayani dengan baik dan tidak sekadar jualan. Itu yang bikin mereka mau balik lagi, atau bahkan rekomendasiin Es Pleret kami ke teman-temannya yang lain. Pelayanan yang asik itu penting sekali, Mas, biar pelanggan merasa seperti kerabat." (Anton, penjual Es Pleret Patria, 19 juni 2025)

Dari sisi wisatawan, dampak positif dari keramahan ini juga sangat terasa dan menjadi salah satu faktor yang membuat mereka ingin kembali. Pernyataan tersebut di dukung oleh hasil wawancara dengan salah satu pengunjung Es Pleret.

"Pelayanan dari pedagang di sini sangat ramah, Mas. Mereka tidak hanya jualan, tapi juga mau diajak ngobrol, cerita tentang isu terkini yang lagi rame sama obralan santai bercandaan, Itu bikin kami merasa senang dan jadi betah disini." (Agung, pembeli Es Pleret Patria, 19 juni 2025)



Gambar 4.8 Wawancara Pengunjung Es Pleret
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Keramahan pelayanan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan secara individual, tetapi juga menjadi bagian integral dari citra positif pariwisata Kota Blitar secara keseluruhan. Pelayanan yang hangat dan personal akan menciptakan ikatan emosional antara wisatawan dengan destinasi, mendorong kunjungan berulang, dan memicu promosi dari mulut ke mulut yang sangat efektif.

e. Promosi

Promosi dan pengenalan makanan tradisional oleh pelaku usaha dan dinas pariwisata merupakan aspek vital dalam menarik minat wisatawan dan memperluas jangkauan pasar. Namun, bagi sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Alun Alun Kota Blitar, terdapat beberapa kendala signifikan yang menghambat upaya promosi mereka. Kendala ini mencakup keterbatasan anggaran, kurangnya

pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, serta jangkauan promosi yang masih terbatas pada area lokal. Pernyataan tersebut di dukung oleh hasil wawancara dari penjual kuliner di sekitar Alun-Alun Kota Blitar.

"Kami ini kan usaha kecil, Mas. Untungnya juga nggak seberapa besar. Jadi, uangnya lebih dipakai buat beli bahan tahu, lontong, sama bumbu. Kalau buat iklan di media sosial atau pasang baliho besar, ya belum ada dananya. Paling cuma cerita ke pelanggan yang datang, itu saja sudah promosi." (Dewi, penjual Tahu Lontong Mbak Tun, 22 juni 2025)

Pernyataan ini jelas menunjukkan bahwa kendala finansial membatasi kemampuan promosi mereka. Kedua, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital. Di era digital saat ini, promosi melalui media sosial, platform kuliner online, atau website sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan. Namun, sebagian besar pelaku usaha kuliner tradisional di Alun-Alun, terutama yang berusia lanjut, belum familiar dengan teknologi ini atau tidak memiliki sumber daya untuk mengelolanya. Mereka cenderung mengandalkan metode promosi konvensional.

"Saya tahu sekarang banyak orang pakai medsos buat cari makanan. Tapi saya sendiri jujur bingung kalau harus bikin postingan di Instagram atau Tiktok palingan Cuma di stastus wa aja. Anak saya kadang bantu, tapi dia juga sibuk sekolah. Jadi ya, promosi kami masih mengandalkan mulut ke mulut saja dan Cuma foto produk dan posting wa gitu aja." (Arief, generasi kedua penjual Opak Gambir Ayu, 23 juni)

Kutipan ini menggambarkan kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku usaha. Ketiga, jangkauan promosi yang terbatas. Akibat keterbatasan anggaran dan pengetahuan digital, promosi kuliner tradisional mereka cenderung hanya efektif di sekitar area Alun-Alun atau melalui jaringan pelanggan setia yang menyimpan nomer wa pak arief dan dari mulut ke mulut saja dan wisatawan dari luar kota yang tidak sengaja melewati Alun-Alun mungkin tidak mengetahui keberadaan kuliner-kuliner khas ini, apalagi cerita atau keunikannya. Hal ini menyebabkan potensi pasar yang lebih besar belum tergarap secara optimal serta menunjukkan bahwa metode promosi yang terbatas menghambat ekspansi pasar.

"Kami kan jualannya keliling, jadi promosi ya cuma dari teriakan atau kalau ada yang tanya sama biasanya para pembeli juga mengenalkan ke temen atau saudaranya yang datang kesini. Kalau mau dikenal lebih luas ke luar kota, ya bisa tapi lumayan susah." (Sugeng penjual keliling Es Drop menambahkan, 24 juni 2025)



Gambar 4.9 Wawancara dengan Penjual Es Drop
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Keempat, kurangnya branding dan narasi yang terstruktur. Meskipun kuliner-kuliner ini memiliki sejarah dan cerita yang kaya seperti yang dibahas sebelumnya, narasi ini belum dikemas secara profesional atau disebarluaskan secara efektif. Kelima, ketergantungan pada event lokal, meskipun festival seperti "Blitar Djadoel" sangat membantu dalam promosi, ketergantungan hanya pada event musiman membuat promosi tidak berkelanjutan sepanjang tahun. Di luar event tersebut, upaya promosi kembali ke kondisi minim. Sehingga diperlukan pelatihan dari pihak terkait, seperti pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat, untuk membekali penjual kuliner sekitar Alun-alun dengan keterampilan pemasaran yang lebih modern dan berkelanjutan, sehingga potensi kuliner tradisional dapat terangkat secara maksimal.

Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha, wisatawan, serta Dinas Pariwisata Kota Blitar, terdapat faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar. Faktor tersebut dianalisis menggunakan analisis SWOT, yang dapat digambarkan pada matriks berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Pengembangan Potensi Kuliner Tradisional Alun-Alun Kota Blitar

Faktor Internal	Kekuatan (strength)	Kelemahan (weakness)
	1. Kuliner khas memiliki cita rasa unik dan otentik. 2. Harga relatif terjangkau dan ramah bagi semua kalangan. 3. Lokasi Alun-Alun sangat strategis sebagai pusat kota dan wisata.	1. Promosi digital masih terbatas. 2. Kurangnya inovasi kemasan dan variasi produk. 3. Isu kebersihan pada beberapa pedagang kuliner. 4. Lahan parkir terbatas di

Faktor Eksternal	4. Terselenggaranya festival tahunan yang memperkenalkan kuliner tradisional.	sekitar Alun-Alun.
Peluang (opportunities)	Strategi SO (Strength Opportunities)	Strategi WO (Weakness Opportunities)
1. Tren wisata kuliner meningkat secara global. 2. Dukungan pemerintah daerah terhadap promosi budaya dan kuliner. 3. Potensi kerjasama dengan komunitas kreatif dan media sosial. 4. Pertumbuhan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Blitar.	Memanfaatkan kekuatan cita rasa dan lokasi strategis untuk memperluas promosi digital, serta menjadikan kuliner khas sebagai atraksi utama dalam event budaya dan festival kuliner.	Mengatasi keterbatasan promosi dengan pelatihan digital marketing, memperbaiki kebersihan, serta melakukan inovasi produk agar lebih menarik wisatawan muda.
Ancaman (Threat)	Strategi ST (Strength Threat)	Strategi WT (Weakness Threat)
1. Persaingan dengan kuliner modern dan cepat saji. 2. Pergeseran selera generasi muda ke makanan instan. 3. Potensi hilangnya resep tradisional karena kurang regenerasi. 4. Fluktuasi jumlah wisatawan akibat kondisi ekonomi dan global.	Menjaga otentisitas kuliner tradisional melalui sertifikasi kuliner khas dan pelibatan generasi muda agar tidak tergeser oleh makanan modern.	Meningkatkan kesadaran pedagang tentang kebersihan dan kualitas pelayanan, serta mendorong regenerasi pelaku usaha untuk melestarikan kuliner tradisional.

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan matriks di atas, dapat diuraikan strategi pengembangan sebagai berikut:

1. Strategi SO, yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal. Kuliner khas yang sudah populer seperti Pecel Blitar dapat dijadikan ikon promosi wisata kuliner, sementara produk lain seperti es pleret, tahu lontong, dan opak gambir dapat dikembangkan lebih lanjut melalui festival dan promosi digital.
2. Strategi WO menekankan pada penguatan kelemahan melalui inovasi produk dan kemasan agar sesuai dengan selera wisatawan generasi muda. Hal ini sejalan dengan penelitian Kristiana & Kumbara (2023) yang menyebutkan bahwa daya tarik kuliner

tradisional dapat ditingkatkan melalui pengemasan modern tanpa menghilangkan keaslian rasa.

3. Strategi ST dan WT lebih diarahkan pada pelestarian kuliner tradisional agar tidak tergeser oleh arus modernisasi. Upaya edukasi, pelatihan, serta pelibatan komunitas muda sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan wisata kuliner tradisional di Kota Blitar.

Berdasarkan uraian diatas mengenai analisis SWOT dan strategi pengembangan potensi wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar, dapat disimpulkan bahwa pengembangan kuliner ini memerlukan pendekatan yang terintegrasi. Setiap kategori strategi (SO, WO, ST, dan WT) menawarkan panduan spesifik untuk memaksimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada.

Strategi SO menekankan pada pemanfaatan keunikan dan nilai historis kuliner, serta optimalisasi promosi melalui event dan media digital dengan dukungan pemerintah dan kolaborasi *stakeholder*. Sementara itu, Strategi WO berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui pelatihan pemasaran digital dan inovasi produk, serta perbaikan fasilitas dan kebersihan lingkungan dengan dukungan pemerintah. Strategi ST menggarisbawahi pentingnya menggunakan keotentikan kuliner dan keramahan pelayanan sebagai benteng terhadap perubahan selera konsumen dan persaingan. Terakhir, Strategi WT menitikberatkan pada solusi inovatif untuk masalah kebersihan, pelatihan berkelanjutan, dan penyederhanaan regulasi untuk mendukung pertumbuhan UMKM di tengah ancaman eksternal.

Strategi alternatif yang paling direkomendasikan untuk pengembangan potensi wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar adalah Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Pertimbangan utama pemilihan strategi ini adalah bahwa kuliner tradisional Blitar memiliki potensi yang sangat besar dan daya tarik yang ikonik untuk dikembangkan, namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, untuk mengembangkan potensi wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar, perlu diciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal di atas, maka strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan potensi wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar adalah:

- a. Menambah promosi tentang daya tarik wisata kuliner tradisional Alun Alun Kota Blitar melalui berbagai media offline maupun online. Ini mencakup peningkatan visibilitas kuliner khas

seperti Tahu Lontong, Opak Gambir, Es Pleret, dan Es Drop melalui promosi digital di media sosial, kolaborasi dengan influencer atau food blogger, serta promosi melalui brosur, banner, atau partisipasi aktif dalam pameran wisata di luar kota.

- b. Pengembangan kuliner tradisional Alun-Alun Kota Blitar memang perlu ditingkatkan, melihat saat ini banyak daya tarik wisata lain yang bermunculan, maka dari itu kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar perlu melakukan inovasi yang mampu mengangkat nama Kota Blitar dan menarik minat wisatawan. Inovasi ini bisa berupa pengembangan kemasan yang lebih modern dan menarik untuk oleh-oleh, variasi menu yang tetap mempertahankan keaslian rasa, atau penciptaan pengalaman kuliner interaktif bagi wisatawan, seperti demo masak atau food tasting yang dikemas menarik.

Dengan mengadopsi Strategi SO ini sebagai prioritas, potensi kuliner tradisional Blitar dapat dioptimalkan secara efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pariwisata daerah.

V. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai potensi wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar, dapat disimpulkan bahwa Alun-Alun Kota Blitar memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata kuliner tradisional. Beberapa kuliner khas seperti Pecel Blitar, tahu lontong, opak gambir, es pleret, dan es drop menjadi daya tarik yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya dan historis yang penting. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama kuliner tradisional Blitar terletak pada keunikan cita rasa, harga terjangkau, dan lokasi strategis di pusat kota. Namun, kelemahan yang masih terlihat adalah kurangnya promosi digital, inovasi produk, serta isu kebersihan. Peluang besar hadir dari meningkatnya tren wisata kuliner dan dukungan pemerintah, sementara ancaman utama datang dari persaingan kuliner modern dan perubahan selera generasi muda. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal, antara lain melalui promosi digital, festival kuliner, dan inovasi produk. Strategi WO, ST, dan WT juga diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan menjaga kelestarian kuliner tradisional. Secara keseluruhan, pengembangan wisata kuliner tradisional di Alun-Alun Kota Blitar dapat mendukung pariwisata daerah sekaligus memperkuat identitas budaya masyarakat lokal jika dikelola dengan strategi yang tepat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disampaikan beberapa saran sebagai berikut. Pertama, bagi pelaku usaha kuliner tradisional perlu meningkatkan kualitas produk, menjaga kebersihan, serta melakukan inovasi dalam penyajian dan pengemasan agar lebih menarik bagi generasi muda. Kedua, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata diharapkan memberikan pelatihan dan dukungan promosi digital bagi pelaku usaha, serta

menyelenggarakan festival kuliner secara rutin untuk memperkenalkan makanan khas Blitar kepada wisatawan. Ketiga, masyarakat lokal diharapkan turut berperan dalam melestarikan kuliner tradisional dengan menjaga resep asli, mendukung produk lokal, dan melibatkan generasi muda dalam usaha kuliner. Keempat, penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian ke wilayah lain di Kota Blitar atau menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur kontribusi ekonomi dari sektor wisata kuliner tradisional secara lebih terperinci.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENSI

- Akbar, A. T., & Pangestuti, E. (2017). Peran kuliner dalam meningkatkan citra destinasi pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(1), 153-159.
- Artika, O. T. (2021). Analisis Keputusan Konsumen Membeli Oleh Oleh Khas Riau (Studi Kasus Toko Jingga-Pekanbaru) (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau).
- Astuti, F. W., Turgarini, D., & Pratama, A. R. (2024). Pola Perjalanan Digital Wisata Gastronomi Berdasarkan Perilaku Wisatawan di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 12(1), 44-55.
- Besra, E. (2012). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1).
- De Prito, Andreas Mardwido, Ida Ayu Suryasih, I. G. A. O. Mahagangga, and I. Made Bayu Ariwangsa. "Pengembangan Dtw Museum Perjuangan 10 November 1945 Sebagai Pariwisata Berbasis Sejarah Di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur." *J. Destin. PARIWISATA* 9, no. 2 (2021): 364.
- Hall, C.M., & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World*. Routledge.
- Harsana, Minta, and Maria Triwidayati. Potensi makanan tradisional sebagai daya tarik wisata kuliner di DI Yogyakarta. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 15.1 (2020).
- Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. (2021). Gastronomi makanan yogyakarta sebagai atraksi wisata kuliner. *In UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)* (Vol. 1, No. 1).
- Suteja, I. W., & Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Media bina ilmiah*, 14(2), 2035-2042.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing sixteenth edition*.
- Kristiana, N. I., dkk. (2023). Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Makanan Tradisional Dalam Perkembangan Wisata Kuliner di Kota Blitar, Jawa Timur. *Journal of Hotel Management*, 1(1), 45-54.
- Kurniawan, F. (2010). Potensi wisata kuliner dalam pengembangan pariwisata di Yogyakarta.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ngurah, G., Wiswasta, A., Ayu, G., Agung, A., & Made Tamba, I. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*.
- Nugraha, dkk. (2019). Destinasi wisata kuliner berbasis makanan tradisional di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan* 7.2. 33-46.
- Nurdiyansah, F. (2016). Makanan sebagai Simbol Budaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 20(2), 123-134.
- Rahayu, E., dkk. (2023). Potensi Makanan Tradisional, Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Salatiga. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*, 6(1), 207-213.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, A. T. (2020). *Ayam Lodho dan Sego Gegog sebagai Potensi Wisata Gastronomi di Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia)*.
- Rawal, Y. S., & Takuli, S. S. (2017). *Promotion of Culinary Tourism as a Destination Attraction. Atithya: A Journal of Hospitality*, 7-11.
- RUSLAN, S. R. (2024). *Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Kearifan Lokal Di WirGal Barokah Desa Timoreng Panua Kabupaten Sidrap* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Samosir, T. (1995). *The Culinary Tourism Destination Traditional Culinary Based In The Regency*.
- Sastroamidjojo, S. (1995). *Makanan Tradisional Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Suteja, I. W., & Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Media bina ilmiah*, 14(2), 2035-2042.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunada, I. N. (2019). Potensi makanan tradisional Bali yang berbasis masyarakat sebagai daya tarik wisata di Pasar Umum Gianyar. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 7(1), 27-47.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- UNWTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization
- Yoeti, Oka A. *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa, 1983