

ISBN: 978-602-19230-5-4



Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan Tahun 2014

# Menuju Pembangunan Ekonomi Kreatif Guna Mensejahterakan Rakyat



PROSIDING

Sebuah wadah tukar pikiran tentang ragam upaya mensejahterakan rakyat melalui  
Kepariwisataan dan Wirausaha Kreatif







**Sambutan Panitia**  
**Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan II**

Selamat datang di **Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan II** atau disebut Semnas, yang rutin diselenggarakan dalam rangka perayaan **Dies Natalis Univeristas Sahid Jakarta** Tahun ini Semnas menjadi wadah tukar pikiran dari para peneliti dan pengamat Kepariwisata dan Kewirausahaan yang kreatif melalui berbagi konsep, metodologi dan bahasan hasil penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian dan secara tidak langsung menjadi satu upaya untuk mensejahterakan rakyat Indonesia. Tema seminar nasional tahun ini adalah **Menuju Pembangunan Ekonomi Kreatif Guna Mensejahterakan Rakyat** dengan tujuan mengajak akademisi dan masyarakat Indonesia untuk lebih inovatif dalam mencari cara mengentaskan kemiskinan.

Dalam seminar nasional tahun ini, pemakalah, pemoster dan peserta diajak untuk belajar dari para praktisi kreatif diantaranya: Inovasi Nasi Liwet Instan, Agen Perubahan Sampah Menjadi Manfaat, Penjelajah Sambil Melestarikan Alam dan Membangun Indonesia Bergizi Agar Kreatif.

Sebagai penutup, kami berharap ajang ini mencapai tujuan yang diharapkan oleh seluruh pihak terkait melalui edukasi, jejaring dan pengalaman yang tak terlupakan.

Jakarta, 19 Maret 2014



Ismayanti, A.Par, MSc

**Ketua Panitia Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan II Tahun 2014**

Direktur Humas, Kerjasama Institusi dan Pengembangan  
Univeristas Sahid Jakarta

## Daftar Isi

	halaman
<b>Sambutan Panitia Semnas Usahid</b>	
Semnas 01 <b>Andrianto Kusumoarto</b> , Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIT) Modern Sahid IDENTIFIKASI POTENSI LANSKAP PESISIR KECAMATAN JEROWARU, PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT UNTUK REKREASI ALAM DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFI (SIG)	1
Semnas 02 <b>Ayoeningsih Dyah, M.Sn<sup>(1)</sup>, Gilang Cempaka., M.Sn., Hery Prastiyo., S.Sn<sup>(2)</sup></b> (1) Jurusan Seni Rupa, Sekolah Tinggi Seni Indonesia (STSI) Bandung (2) Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Paramadina- Jakarta MEDIA INTERAKTIF SEBAGAI SARANA EDUKASI DAN IDENTIFIKASI BUSANA TARI SUNDA BAGI KEGIATAN PENDIDIKAN DAN PARIWISATA	21
Semnas 03 <b>Bambang Supriadi</b> , Program D4 Manajemen Pariwisata Universitas Merdeka Malang MODEL PENDAMPINGAN JASA PEMANDU WISATA ( <i>LOCAL GUIDE, LG</i> ) DI DAYA TARIK WISATA GUNUNG BROMO (GB)	31
Semnas 04 <b>Bambang Setiono, Adisti Febrianti</b> Sampoerna School of Business, Fakultas Bisnis, Universitas Siswa Bangsa Internasional (USBI), Jakarta AKUTANSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM INDONESIA	43
Semnas 05 <b>Dhian Tyas Untari<sup>1)</sup>, Ricky Avenzora<sup>2)</sup>, Dudung Darusman<sup>3)</sup>, Joko Prihatno<sup>4)</sup></b> 1) Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta 2) Institut Pertanian Bogor, Bogor 3) Institut Pertanian Bogor, Bogor 4) Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam, Bandung PENGEMBANGAN EKOWISATA KULINER SEBAGAI TANTANGAN BAGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DI INDONESIA	53
Semnas 06 <b>Emar, Bernard Hasibuan dan Dwi Nowo Martono</b> , Program Studi Magister Manajemen, Universitas Sahid VALUASI EKONOMI DAMPAK LINGKUNGAN AKIBAT KEGIATAN PLTU 2 LABUAN BANTEN	65
Semnas 07 <b>Erry Sukriah, SE, MSE.</b> Program Studi Manajemen Resort & Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia ANALISIS KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT KAMPUNG CIREUNDE SEBAGAI KAWASAN WISATA BUDAYA	75
Semnas 08 <b>Farah Liza Adnan<sup>1)</sup>, Tim<sup>2)</sup></b> (1) Universitas Sahid Jakarta, (2) Kementerian Politik Hukum dan Keamanan ANALISIS KEBIJAKAN OTONOMI KHUSUS DI PAPUA BAGI PERCEPATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT	83

Semnas 09 <b>Fitri Rahmafitria SP. M.Si.</b> Manajemen Resort & Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung ANALISIS KESESUAIAN LAHAN DAN KARAKTER LANSKAP SEBAGAI DASAR PENENTUAN KONSEP RUANG WISATA ALAM DI PATUHA RESORT-KABUPATEN BANDUNG	101
Semnas 10 <b>Herta Armianti S.</b> Dosen Fakultas Komunikasi USAHID EKONOMI KREATIF INDONESIA: POTENSI BESAR YANG BELUM TERKAPITALISASI	113
Semnas 11 <b>Ina Djamhur, A.Par, MSc, Prof. Dr. Hj. Sutiyastie Soemitro Remi, SE, MS, Ismayanti, A.Par, MSc, Titin Astuti, SE, Msi</b> - Universitas Sahid Jakarta PROGRAM APRESIASI BAGI PEMERINTAH DAERAH (PEMDA) DALAM MELAKSANAKAN TATA KELOLA ( <i>GOOD GOVERNANCE</i> ) GUNA MEMAJUKAN KEPARIWISATAAN DI DAERAH	119
Semnas 12 <b>Lindiawatie</b> , Universitas Indraprasta PGRI IMPLEMENTASI GREEN TOURISM DENGAN PENDEKATAN ECO MANAGEMENT AUDIT SCHEME (EMAS)	129
Semnas 13 <b>Lisa Ratnasari, Rizal Mahraz, Sri Lisa Susanty</b> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Sahid ANALISA KEGAGALAN CETAK PADA UNIT PRODUKSI DENGAN SIKLUS PDCA DI PT. GEMA INSANI PRESS	147
Semnas 14 <b>Novita Delima Putri</b> - Dosen Universitas Indraprasta PGRI PENGEMBANGAN ENTERPRENEURIAL SKILL MAHASISWA MELALUI KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DENGAN MODEL PEMBELAJARAN BERDASARKAN PENGALAMAN	155
Semnas 15 <b>Sova Lusian</b> , Magister Manajemen Bisnis IPB (Bogor) PEMBANGUNAN EKONOMI KREATIF USAHA MIKRO DAN KECIL DI PINGGIRAN SUNGAI BEKASI	163
Semnas 16 <b>Sri Marhanah</b> - Program Studi Manajemen Resort & Leisure, UPI Bandung KEARIFAN LOKAL SEBAGAI DAYA TARIK AKTIVITAS WISATA DI DESA CILEMBU KECAMATAN PAMULIHAN KABUPATEN SUMEDANG	173
Semnas 17 <b>Dr. Suraya, M. Si., MM</b> - Universitas Paramadina POLA KOMUNIKASI SYARIAH ANTARA PETANI DENGAN BMT DI BANTUL DAN CIAMIS	183

## **PENGEMBANGAN EKOWISATA KULINER SEBAGAI TANTANGAN BAGI PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DI INDONESIA**

**Dhian Tyas Untari<sup>1)</sup>, Ricky Avenzora<sup>2)</sup>, Dudung Darusman<sup>3)</sup>, Joko Prihatno**

- 1) Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta
- 2) Institut Pertanian Bogor, Bogor
- 3) Institut Pertanian Bogor, Bogor
- 4) Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam, Bandung

### **Abstrak**

Pariwisata dan kuliner merupakan duet ideal, manakala akses dari kegiatan pariwisata selalu membutuhkan makanan sebagai produk kuliner, sesuai dengan fitrah manusia atau wisatawan yang selalu tak bisa berhenti berkonsumsi. Wisata kuliner menempatkan makanan sekaligus sebagai subjek dan media, sebagai destinasi dan alat bagi pengembangan pariwisata. Ekowisata merupakan salah satu bentuk dari pembangunan wisata yang bertanggungjawab dan berkelanjutan. Semua pengertian bahwa ekowisata merupakan kegiatan wisata dimana didalamnya terdapat aspek edukasi, konservasi baik ekologi maupun sosial budaya masyarakat dan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai usaha meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Permasalahan timbul saat perkembangan dunia kuliner semakin pesat dimana makanan asing banyak dipasarkan dan mengancam eksistensi makanan tradisional yang mencerminkan kelokalan sebuah masyarakat. Oleh sebab itu perlu sebuah konsep wisata kuliner yang kembali mengedepankan kelokalan dari sebuah masyarakat. Tulisan ini merupakan sebuah conceptual paper yang mencoba memberi gambaran tentang pentingnya mengangkat kembali kuliner tradisional melalui kegiatan wisata untuk mengangkat kembali eksistensi kuliner lokal.

Key words : Ekowisata, kuliner, pariwisata

### **PENDAHULUAN**

Secara umum wisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia. Permintaan wisata akan meningkat jika didukung dengan kemampuan untuk menciptakan dan mengembangkan penawaran yang ada dengan memanfaatkan potensi – potensi yang ada di daerah. Potensi tersebut dapat berupa kekayaan sumber daya alamnya, kekayaan budaya dan kearifan masyarakatnya maupun kemampuan sumber daya manusia didalamnya yang dapat mengelola potensi – potensi yang dimiliki hingga menjadi produk wisata yang memiliki nilai jual.

Sektor pariwisata juga merupakan salah satu sektor pembangunan yang mempunyai manfaat ganda atau multiplier effect secara ekonomi bagi pemerintah daerah melalui peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan ekonomi masyarakat melalui perluasan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan (Untari, 2012; Siregar, 2004). Di Indonesia sektor wisata merupakan salah satu penyumbang devisa yang signifikan bagi Indonesia. Secara keseluruhan, sektor pariwisata menjadi penyumbang no 5 pada tahun 2008, no 4 pada tahun 2009 dan no 5 pada tahun 2010. Jika dilihat sumbangan sektor non migas, sektor pariwisata menempati urutan 2 dan 3 (Dewi, 2011; 4). Bahkan sektor pariwisata mampu memberikan nilai tambah baik secara langsung maupun tidak langsung sebesar 8,7 persent untuk PDB, bahkan PDB kegiatan wisata dan rekreasi meningkatkan PDB sebesar 15 persen ( Franz, 2001 dalam Vanhove, 2005; 1). Penerapan otonomi daerah memberikan konsekuensi logis bagi pemerintah

daerah untuk mengurus rumahtangga sendiri, dan memiliki tanggung jawab penuh dalam meningkatkan kemakmuran rakyatnya melalui kegiatan pembangunan pariwisata.

Wisata berbasis budaya adalah salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Dimana terdapat 12 unsur didalamnya, termasuk unsur makan dan kebiasaan makan. Makanan lebih dari sekedar makan, makanan berkaitan dengan identitas, budaya, produksi, konsumsi dan lebih luas lagi merupakan isu dari sebuah keberlanjutan (Hall and Mitchell dalam Frochot, 2003; 81). Seiring dengan perubahan global, paradigma pariwisata Indonesia sudah memperlihatkan perubahan yang signifikan. Pada masa lalu spektrum pembangunan pariwisata lebih diorientasikan hanya pada beberapa kawasan penting saja, sementara dilihat dari kecenderungan perubahan pasar global yang lebih mengutamakan sumber daya lokal sebagai destinasi pariwisata (Kardigantara dan Goeltom, 2007). Sehubungan dengan trend wisata tersebut pengembangan ekowisata kuliner dapat dikembangkan sebagai salah satu produk wisata, dimana makanan dengan perspektif kelokalan menjadi *mind product* dapat meningkatkan perekonomian masyarakat baik sebagai petani bahan baku makanan, pengrajin makanan, sampai dengan mendukung program diversifikasi pangan.

Pariwisata dan makanan merupakan duet ideal, manakala akses dari kegiatan pariwisata selalu membutuhkan makanan, sesuai dengan fitrah manusia atau wisatawan yang selalu tak bisa berhenti berkonsumsi. Wisata kuliner menempatkan makanan sekaligus sebagai subjek dan media, sebagai destinasi dan alat bagi pengembangan pariwisata (Virna, 2007). Perkembangan kuliner yang begitu pesat akhirnya mengancam eksistensi kuliner tradisional yang merupakan representasi budaya lokal masyarakat.

Ekowisata merupakan salah satu bentuk dari pembangunan wisata yang bertanggungjawab dan berkelanjutan dimana didalamnya terdapat aspek edukasi, konservasi baik ekologi maupun sosial budaya masyarakat dan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai usaha meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Permasalahan timbul saat perkembangan dunia kuliner tumbuh semakin pesat dimana makanan asing banyak dipasarkan dan mengancam eksistensi makanan tradisional yang mencerminkan kelokalan sebuah masyarakat. Oleh sebab itu perlu sebuah konsep wisata kuliner yang kembali mengedepankan kelokalan dari sebuah masyarakat untuk mengangkat kembali eksistensi kuliner lokal.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pariwisata dan Ekowisata**

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang.

Banyak ahli mendefinisikan istilah pariwisata dengan persepektif yang berbeda dan saling melengkapi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pariwisata adalah kegiatan berhubungan dgn perjalanan untuk rekreasi; pelancongan. Wall (1982) dalam Gunn (1994; 5) menyatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang sementara yang dilakukan seseorang diluar tempat tinggal dan tempatnya bekerja. Bahkan ada yang memberi batasan batasan waktu yaitu 24 jam atau menginap dan perjalanan yang lebih dari 50 sampai 100 mils ( Gunn, 1994; 5).

Dalam perkembangannya pariwisata memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat dan lingkungan, kepadatan penduduk, penyalahgunaan sumber daya alam,

pembangunan gedung dan infrastruktur yang tidak selaras dengan budaya masyarakat dan kegiatan lain yang terkait dengan pariwisata menghasilkan dampak bagi lingkungan sekitarnya. Dampak tersebut mungkin tidak hanya fisik, tetapi juga sosial budaya masyarakat. Karena efek negatif yang sering terjadi sebagai akibat dari kegiatan dari banyak konsep mass tourism yang dikembangkan selama ini maka berkembanglah konsep wisata yang bertanggungjawab sebagai refleksi dari kesadaran dan perlindungan lingkungan, budaya dan nilai-nilai - nilai moral yang ada di masyarakat dan kesadaran untuk meningkatkan kehidupan masyarakat sekitar. Salah satu konsep yang diajukan tiga pilar adalah konsep ekowisata.

Ekowisata merupakan salah satu bentuk dari kegiatan wisata minat khusus yang dapat meminimalisir dampak negative yang diterima baik bagi masyarakat maupun lingkungannya. Sejalan dengan issue kerusakan baik ekologi maupun budaya dalam masyarakat sebagai dampak negatif dari pariwisata, maka ekowisata merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep pembangunan yang berkelanjutan khususnya di bidang pariwisata dimana tiga hal yang menjadi pilar didalamnya adalah perlindungan terhadap ekologi, meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan meminimalisasi dampak social dan budaya di masyarakat (Nugroho; 2011). Secara lebih spesifik mendefinisikan ekowisata sebagai perjalanan outdoor dikawasan alam yang tidak menimbulkan kerusakan lingkungan serta memberikan perhatian besar pada lingkungan alam, budaya local (Form dalam Damanik dan Weber, 2006; 16), mengkonservasi dan menyelamatkan lingkungan (The Internasional Ecotourism Society dalam Nugroho, 2011)

Pengertian – pengertian diatas memberikan batasan kegiatan ekowisata hanya dilakukan pada alam terbuka, The Ecotourism Association of Australia dalam Avenzora (2008) memaparkan prinsip yang berbeda dari definisi yang lain, ekowisata bukan hanya mengunjungi kawasan alam yang masih alami tetapi terdapat prinsip pemahaman, penghargaan dan tindakan konservasi terhadap lingkungan dan kebudayaan. Dengan demikian terlihat bahwa konservasi yang didalamnya terdapat kegiatan melindungi, melestarikan dan memanfaatkan tidak dapat dipandang secara sempit, konservasi bukan hanya pada sumber daya alam dengan biodiversity didalamnya, tetapi budaya sampai kepada kearifan lokal dalam satu masyarakat juga perlu dikonservasi. Hal ini juga sesuai dengan definisi yang diberikan oleh The Office of National Tourism Australia dalam Avenzora (2008; 10), bahwa ekowisata merupakan wisata berbasis alam yang didalamnya mengandung interpretasi terhadap lingkungan alam dan budaya serta pengelolaan sumber daya alamnya secara ekologis bersifat lestari.

Ekowisata merupakan salah satu bentuk dari pembangunan wisata yang bertanggungjawab dan berkelanjutan. Semua pengertian bahwa ekowisata merupakan kegiatan wisata dimana didalamnya terdapat aspek edukasi, konservasi baik ekologi maupun sosial budaya masyarakat dan pemberdayaan masyarakat lokal sebagai usaha meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

### **Tantangan dan Peluang Pengembangan Ekowisata Kuliner**

Makanan memiliki peranan yang besar dalam kehidupan manusia, dimana makanan merupakan industri terbesar, ekspor terbesardan sebagian merupakan sebuahkesenangan dan makanan berarti sebuah kreativitas dan keragaman (Belasco 2006; 1). Dalam Konteks pariwisata, kuliner dapat memberikan nilai tersendiri bagi pariwisata. Mengonsumsi produk makanan merupakan representasi dari salah satu kegiatan yang menyenangkan dan dipertimbangkan dalam mengunjungi sebuah negara (Frochot, 2003; 79). Bahkan dalam penelitiannya Saleh (2012; 34) menyebutkan bahwa kenyataannya satu pertiga budget wisatawan digunakan untuk mengonsumsi produk kuliner. Dengan demikian tampak bahwa sektor kuliner adalah sebuah peluang yang cukup baik bagi sektor pariwisata secara global, dimana pengembangan wisata kuliner akan dapat meningkatkan minat pengunjung dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata, sehingga membangun sebuah produk kuliner merupakan bagian yang penting dalam membangun pariwisata secara keseluruhan. Pernyataan tersebut semakin mengerucutkan arah

pembangunan produk kuliner, bahwa ternyata permintaan wisatawan cukup besar terhadap produk kuliner tradisional yang mencerminkan keunikan, kelangkaan dan identitas dari sebuah negara atau daerah yang tidak dapat ditemui di negara atau daerah lain.

Peluang pengembangan produk sangat terkait dengan kepuasan pelanggan dan keuntungan (Waller, 1996; 193). Dittmer dan Keefe (2009; 16) menyatakan bahwa dalam industri makanan dan beverage terdapat produk dan jasa yang kemudian menciptakan sebuah nilai bagi konsumen, Waller (1996; 192) menyatakan bahwa tujuan utama dari pengembangan produk/ jasa adalah agar memungkinkan identifikasi pengaruh produk, layanan dan produk yang disertai layanan terhadap keberhasilan operasional, oleh sebab itu dalam mengembangkan sebuah wisata kuliner terdapat dua dimensi yang harus diperhatikan yaitu membangun kuliner sebagai produk dan membangun kuliner sebagai sebuah layanan, sehingga mengembangkan sebuah wisata kuliner tidak hanya diartikan mengembangkan makanan sebagai produk yang mendukung kegiatan pariwisata, tetapi membangun sebuah wisata kuliner juga termasuk membangun sebuah layanan. Dan dalam membangun layanan dalam kuliner akan membutuhkan kerjasama dan partisipasi dari setiap stakeholder internal dalam sebuah wilayah.

Terkait dengan kepuasan konsumen, pola seseorang memilih dan mengkonsumsi makanan akan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, baik lingkungan yang berupa makanan lain disekitar makanan tersebut, lingkungan fisik dimana makanan tersebut berada, lingkungan sosial, lingkungan ekonomi dan budaya (Frewer dan Trijp, 2007; 65). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa makanan merupakan refleksi budaya sebuah komunitas masyarakat. Dalam perkembangannya pengembangan wisata kuliner dapat memberi nilai lebih kepada wisatawan dengan melihat dan belajar cara pembuatan makanan tersebut (Sumaryati; 2013).

Perkembangan kuliner di Indonesia semakin beragam dengan banyak masuknya kuliner asing yang secara bahan dan cara memasak mengadopsi pola aslinya. Sedangkan makanan tradisional merupakan makanan yang pola memasak dan bahannya mengadopsi pola tradisional. Dan dalam perkembangannya bermunculan inovasi baru dibidang kuliner yaitu berkembangn makanan fision. Masakan Fusion adalah jenis masakan yang mengkombinasikan unsur dari tradisi kuliner yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menciptakan sebuah inovasi dan juga makanan yang cukup menarik. Masakan fusion umumnya terbagi menjadi tiga kategori. Kategori pertama yaitu menggabungkan gaya memasak (teknik pengolahan) dan rasa beberapa region terkait atau sub-region. Kategori kedua biasanya mengambil hidangan tradisional dari satu wilayah budaya atau etnis tertentu dan menerapkan bahan-bahan yang unik, rempah-rempah, herbal dan rasa dari masakan lain untuk membuat masakan baru. Kategori fusi ketiga memasak hanya mengambil metode pembuatan dasar dari sebuah hidangan dan menggantikan semua bahannya sehingga benar – benar menjadi masakan yang sama sekali berbeda. Masakan fusion menjadi lebih umum di daerah metropolitan dengan budaya yang beragam dimana lebih banyak penyuka makanan yang seperti ini.

Keberagaman jenis makanan yang berkembang baik makanan asing, tradisional maupun fusion semakin menciptakan warna dalam perkembangan wisata kuliner secara umum. Tangangan baru muncul saat perkembangan wisata kuliner menempatkan kuliner tradisional sebagai kuliner yang termarginalkan, dimana masyarakat lebih mengenal kuliner asing dan kuliner fusion. Sejalan dengan prinsip ekowisata yang mengedepankan kelokalan dan keberpihakannya terhadap eksistensi masyarakat lokal, maka ekowisata kuliner menjadi sebuah tantangan bagi pengembangan wisata.

Dengan semakin luasnya pasar kuliner, maka produk kuliner membutuhkan sebuah rekayasa teknologi khususnya teknologi pangan. Hal ini dibutuhkan karena produk kuliner mulai didistribusikan secara lebih luas, bahkan hingga lintas tempat dan waktu. Dengan demikian teknologi pangan dibutuhkan untuk mengikuti permintaan pasar yang kian luas tersebut. Hanya

saja dalam perkembangannya banyak terjadi penyimpangan – penyimpangan penggunaan bahan – bahan tambahan yang tidak seharusnya digunakan untuk pangan. Sebuah tantangan kembali muncul bagaimana pemerintah dapat memperketat peredaran bahan kimia non pangan dan mengontrol penggunaannya serta bagaimana menumbuhkan kesadaran bagi pengusaha dibidang kuliner untuk lebih bertanggungjawab dalam memproduksi bahan makananan.

### **Kuliner Dan Kehidupan Masyarakat**

Istilah kuliner dalam kamus besar bahasa Inggris bahwa definisi culinary adalah sebuah yang berhubungan dengan memasak dan dapur dengan demikian secara harafiah kuliner adalah dapur yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Tetapi istilah lain dikenal dengan nama gastronomi. Andika (2008) dalam Sabudi (2011) menyatakan bahwa istilah kuliner merupakan pengalihan bahasa dari bahasa asig sehingga terjadi kerancuan berpikir kalau yang dimaksud adalah seni mengolah atau menyajikan hidangan yang lezat itu salah, terminologi yang tepat adalah gastronomi. Tetapi terkait pengembangan pasar, istilah, label, merek adalah hal yang penting, label yang mudah diingat menentukan keberhasilan sebuah produk dalam memasuki dan menguasai pasar, oleh sebab itu istilah kuliner lebih banyak digunakan saat ini.

Pembahasan kuliner merupakan suatu hal yang cukup kompleks. Kuliner sangat terkait dengan ilmu lain di luar ilmu perhotelan, dimana pada ilmu perhotelan permasalahan tentang kuliner lebih sering dibahas. Secara lebih luas kuliner sangat terkait dengan ilmu pangan, ekologi lingkungan, rekayasa teknologi dan seni.

Kuliner sangat terkait dengan ilmu pangan, dimana makanan yang merupakan bagian dari kuliner merupakan sumber energi bagi manusia. Gizi dan nutrisi merupakan faktor penentu utama kualitas sumber daya manusia (Krisnansari, 2010; 61) sehingga komposisi gizi dan nutrisi dalam makanan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan kuliner.

Kuliner merupakan refleksi hubungan manusia dengan lingkungannya. Bahan dasar makanan sangat tergantung pada keadaan lingkungan wilayah tersebut. Tamanan pangan di Indonesia sangat beragam. Hal itu dikarenakan adanya keragaman tipe agroekologi Indonesia yang tercermin oleh beragamnya sifat fisik wilayah, kemiringan, maupun ketinggian tempat dari permukaan laut. Keragaman tersebut menyebabkan terdapat beberapa macam tipe lahan. Indonesia juga mempunyai iklim tropis basah yang dicirikan oleh curah hujan yang tinggi, diikuti oleh keragaman suhu yang ditentukan oleh tinggi tempat dari permukaan laut. Keragaman wilayah, topografi, tanah, ketersediaan air, dan iklim telah membentuk tanaman untuk tumbuh dan beradaptasi pada lokasi yang spesifik (Rais, 2004; 23).

Kuliner yang merupakan salah satu adalah salah satu yang menjadi ciri spesifik sebuah kelompok manusia. Makanan merupakan salah satu bagian dari budaya dan mengacu pada kekayaan varietas makanan tradisional, makanan, makanan kecil/ snack dan minuman yang mengacu pada identitas regional dan kelompok etnik tertentu (Koentjaraningrat, 1996; 103) *Proceeding of the Internatioal Conference on Tourism and Heritage Management (ICCT 1996), Yogyakarta, Indonesia*. Kuliner mencerminkan bagaimana sebuah masyarakat saling berinteraksi secara internal, dan bagaimana masyarakat tersebut berinteraksi dengan kelompok masyarakat sekitarnya.

Makanan bukan hanya kebutuhan fisiologis belaka, sehingga aspek estetika dan keindahan tidak dapat dilepaskan dengan makanan, dibutuhkan sebuah seni dalam mencari bahan baku dan bahan pendukungnya, memasak hingga menyajikannya. Seni adalah bagaimana menggunakan kemampuan dan imajinasi dalam menciptakan sebuah keindahan baik pada alam sekitar maupun menciptakan sebuah kenangan yang dapat dibagikan dengan orang lain (Tonfoni dan Jain, 2003; 1), dan Barkun (2005; 13) lebih menekankan bahwa seni merupakan hasil kreatifitas dan hasil pikiran manusia dalam menciptakan sesuatu. Seni merupakan salah satu

bentuk interaksi manusia dengan lingkungannya dan seni merupakan bentuk sensitifitas dan ekspresi terhadap lingkungan (Allan, 2009; 97).

Kuliner merupakan salah satu bentuk seni dan seni di suatu daerah akan di pengaruhi oleh budaya dari daerah lain (Fintay, 2010; 166). Hal tersebut terkait dengan keragaman kuliner yang ada di Indonesia, keragaman kuliner di Indonesia banyak dipengaruhi oleh budaya negara asing. Dalam sejarah disebutkan bahwa Indonesia berinteraksi dengan dunia asing melalui perdagangan. Indonesia telah terlibat dalam perdagangan dunia berkat lokasi yang strategi dan kekayaan sumber daya alamnya termasuk didalamnya adalah kekayaan rempah – rempah yang dimiliki oleh tanah Indonesia dari situlah masyarakat di Indonesia mulai berinteraksi dengan budaya yang dibawa oleh orang asing. Menurut para ahli purbakala Indonesia, kerajaan – kerajaan yang disebut pada tulisan – tulisan pada batu – batu prasasti merupakan kerajaan Indonesia asli yang hidup makmur berdasarkan perdagangan dengan negara – negara India Selatan pada abad ke -4 (Koentjaraningrat, 1985; 21). Lalu pada abad ke -13 pedagang Persi atau Gujarat mulai masuk ke Indonesia. Budaya dan agama Islam yang dibawa oleh pedagang Persi atau Gujarat sangat berpengaruh pada daerah Aceh, Banten, Sulawesi Selatan, Sumatra Barat dan Pantai Kalimantan (Koentjaraningrat, 1985; 21).

Sejarah perdagangan Indonesia berlanjut sampai kedatangan bangsa Portugis pada awal abad ke -15 kemudian disusul dengan kedatangan bangsa Spanyol ke tanah Maluku dan kedatangan bangsa Belanda pada akhir abad ke -15 di Banten. Selain itu budaya China juga sangat lekat dalam budaya Indonesia. Bukan hanya untuk berdagang, pada abad ke- 19 orang China datang sebagai pekerja tambang di Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Bangka dan kebudayaan China sudah berakulturasi sangat baik dengan budaya lokal di wilayah lain seperti di Jawa Timur dan Jawa Tengah (Koentjaraningrat, 1985; 21).

Makanan juga merupakan sebuah gambaran vase sejarah yang pernah dilewati oleh suatu masyarakat. Perbedaan vase sejarah tersebut semakin menambah keragaman makanan di Indonesia, keragaman tersebut menyangkut bahan dasar yang tersedia, alat yang digunakan, proses dalam pengolahan makanan, penyajian dan prosesi dalam mengkonsumsi makanan.

Indonesia memiliki lebih dari 17.100 pulau yang diantaranya sebanyak 6.000 telah berpenghuni serta 300 ragam suku dan etnis (Kemenpar), hal ini mencerminkan keragaman budaya dan tradisi yang diikuti dengan keragaman makanan tradisional, keragaman, keunikan dan spesifikasi kuliner Indonesia memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati kuliner yang ada di Indonesia.

### **Pariwisata dan Perencanaan Pembangunan Wilayah**

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan peluang pengembangan wisata yang ada diperlukan perencanaan wisata dimana perencanaan wisata yang dimaksud adalah pengaturan kembali sumber daya yang dimiliki melalui penetapan tujuan-tujuan, penyusunan rencana dan program-program dengan menggunakan sumber daya yang terbatas atau dengan kata lain perencanaan wisata adalah bagaimana seharusnya mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu tetapi juga harus dapat meramalkan bagaimana mengalokasikan sumber daya penggunaan sumber daya secara ekonomis dalam pengembangan wisata di suatu daerah.

Perencanaan merupakan kegiatan universal yang terkait dengan pertimbangan untuk mendapatkan solusi yang maksimal atas permasalahan yang dirasakan dan kemudian mendisain untuk meningkatkan dan memaksimalkan manfaat dari perkembangan yang ada (Meson, 2003; 66). Perencanaan yang efektif dapat meningkatkan kredibilitas pembangunan wisata menuju pariwisata yang berkelanjutan (Neil dan Wearing, 1999; 24). Lingkup perencanaan wisata yaitu mencakup jaringan seluruh kegiatan terkait dengan kegiatan wisata, proses yang menyeluruh, melibatkan antar disiplin ilmu dan multi dimensional. Perencanaan mengandung prediksi dari

suatu kegiatan ganda dan menjadi sebuah keterpaduan pembangunan. Pembangunan dalam lingkup tata ruang wilayah mencakup faktor sosial, budaya, ekonomi, politik, fisik dan teknis (Warpani dan Warpani, 2007; 158) dan perencanaan merupakan upaya mempengaruhi semua faktor yang ada secara sedemikian rupa agar bergerak menuju arah yang dikehendaki.

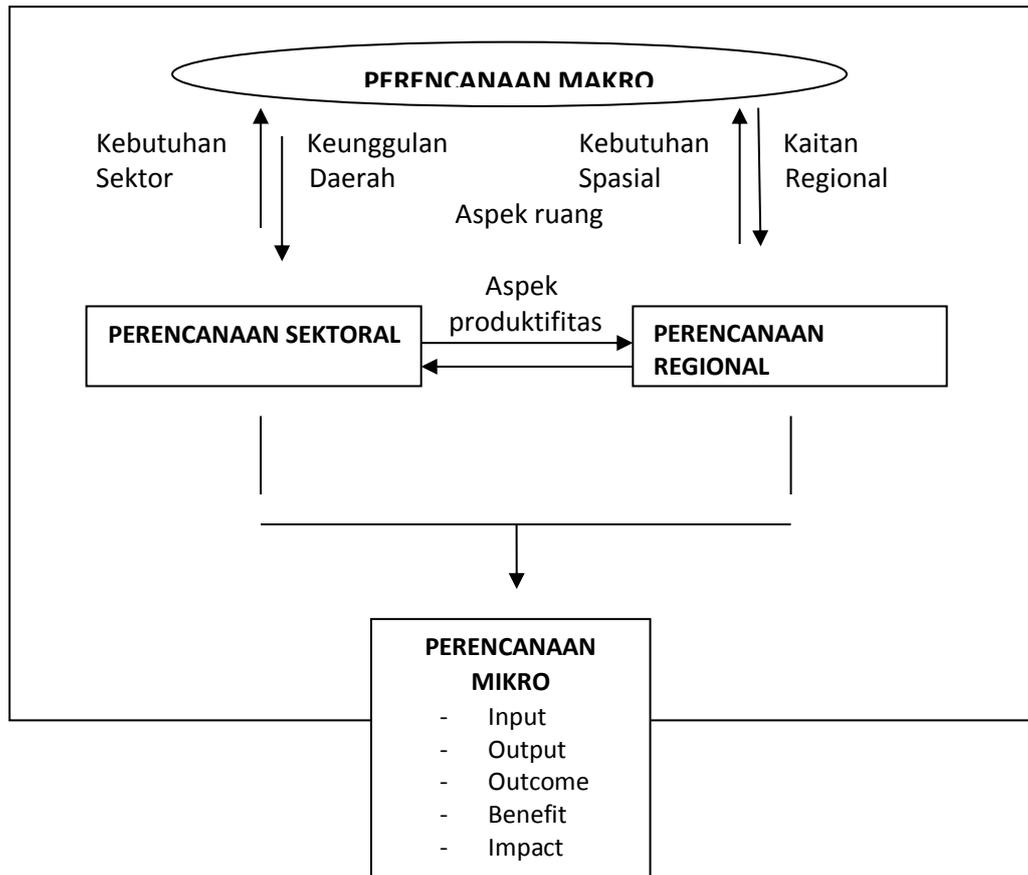
Sebuah perencanaan yang baik harus melibatkan berbagai pihak termasuk diantaranya adalah masyarakat yang bermukim di wilayah tersebut, sektor swasta yang menanamkan modal di wilayah yang bersangkutan dan pemerintah yang memiliki otorita di wilayah tersebut (Widodo, 2006; 11). Sejalan dengan keterlibatan masyarakat, swasta dan pemerintah dalam perencanaan wisata, maka aspek lingkungan, kekuatan dan hambatan, Badan Perencanaan Pembangunan Pusat/ Daerah dan Aspek ruang dan waktu menjadi penting untuk diperhatikan dalam perencanaan wisata di sebuah wilayah.

Pembangunan pariwisata bertujuan untuk mendukung tujuan baik tujuan pembangunan daerah maupun secara lebih luas lagi yaitu pembangunan nasional. Istilah pembangunan sendiri sering kali diartikan berbeda – beda oleh setiap orang dengan sudut pandang yang berbeda. Dikenal dua sudut pandang tentang pembangunan yaitu sudut pandang tradisional yang menitik beratkan pembangunan pada pertumbuhan PDRB ataupun PDB. Hanya saja indikator PDB ataupun PDRB kurang merepresentasikan kesejahteraan masyarakat karena masih terdapat ketimpangan antara daerah yang miskin dan daerah yang kaya. Sedangkan sudut pandang yang kedua yaitu sudut pandang yang lebih modern dengan menggunakan indikator HDI. Karena dipandang permasalahan kemanusiaan lebih menyentuh kepada manusia sebagai objek pembangunan. Sehingga permasalahan pengurangan angka pengangguran, pengurangan tingkat kemiskinan, penanggulangan ketimpangan pendapatan serta penyediaan lapangan kerja yang mampu diserap angkatan kerja produktif menjadi fokus dalam pembangunan dengan sudut pandang moderen (Widodo, 2006; 4) .

### **Koordinasi Dalam Perencanaan Pembangunan Pariwisata**

Koordinasi dalam perencanaan pembangunan pariwisata menjadi satu hal yang sangat penting, hal ini disebabkan dalam pembangunan pariwisata apalagi dalam skala regional, akan bersinggungan dengan pihak – pihak lain. Bukan hanya pihak – pihak yang ada di dalam wilayah tersebut tetapi sampai pada lintas regional, sehingga perencanaan yang efektif jika dapat berkoordinasi yang berintikanpada proses komunikasi antar lembaga maupun pelaku yang berkepentingan baik secara horosintal maupun secara vertikal (Blakely, 1994 dalam Widodo, 2006; 48).

Dalam pelaksanaan pembangunan tidak dapat hanya bertumpu pada pemerintah tetapi sektor swasta juga harus ikut digerakkan. Untuk memotivasi dan menggerakkan sektor swasta maka pemerintah harus mampu menciptakan sebuah kebijakan yang cermat sehingga mampu menstimulasi sektor swasta untuk berperan dalam pembangunan. Gambar 1 menunjukkan koordinasi antar tingkat perencanaan. Perencanaan makro terkait dengan besaran pendapatan nasional, tingkat konsumsi, investasi yang diharapkan, besaran pajak, bunga bank dan sebagainya. Perencanaan sektoral berfungsi untuk memproyeksikan sasaran pembangunan sektor pariwisata dalam mencapai tujuan pembangunan secara lebih luas lagi. Perencanaan sektoral akan sangat terkait dengan sektor – sektor lain di luar sektor pariwisata. Perencanaan regional disebut juga perencanaan daerah yang mengkoordinasikan perencanaan sektor dan antar sektor yang ada dalam sebuah wilayah. Dan Perencanaan mikro adalah perencanaan yang disusun dan disesuaikan dengan kondisi daerah dibidang pariwisata terkait dengan tapak atau objek dan daya tarik wisata (Widyastuti, 2010; 78). Perencanaan Mikro terkait dengan input, output, outcome, manfaat dan dampak dari pembangunan pariwisata tersebut.



Gambar 1. Koordinasi antar tingkat perencanaan.

Sumber : Munir, 2002 dalam Widodo, 2006; 49

Pembangunan pariwisata tidak dapat berdiri sendiri karena sektor pariwisata merupakan suatu sistem yang terdiri dari beberapa subsistem. Subsistem yang membentuk sistem kepariwisataan adalah subsistem permintaan, penawaran dan lingkungan (Widyastuti, 2010; 73).

### Peranan Pemasaran Dalam Pembangunan Wisata

Pemasaran merupakan hal yang sederhana dan secara intuisi merupakan filosofi yang menarik. Konsep ini menyatakan bahwa alasan keberadaan sosial ekonomi bagi suatu organisasi adalah memuaskan kebutuhan konsumen dan keinginan tersebut sesuai dengan sasaran perusahaan. Dalam organisasi bisnis keberadaan pemasaran memiliki peranan yang dominan.

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung keberlanjutan sebuah pembangunan wisata baik dalam skala makro maupun mikro (Yoestini, 2009; 61, Novalina, 2008; 3). Pemasaran yang tepat akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas para wisatawan (Roostika, 2010; 106). Pemasaran wisata adalah penyesuaian yang sistematis dan terkoordinasi mengenai kebijakan dari badan - badan usaha wisata maupun kebijakan dalam sektor pariwisata pada tingkat pemerintah, lokal, regional, nasional dan internasional, guna mencapai suatu titik kepuasan optimal bagi kebutuhan kelompok pelanggan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, sekaligus untuk mencapai tingkat keuntungan yang memadai. (Wahab, 1989; 27).

Sektor pariwisata harus memberikan nilai tambah dengan mendapatkan sentuhan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang dimulai dari analisis pasar. Untuk menganalisis pasar pariwisata diperlukan informasi. Pengolahan informasi ini sangat berkaitan dengan perilaku konsumen, dari model ini dapat diketahui perilaku konsumen (wisatawan) yang berkunjung ke DTW yang akan memberikan informasi baik positif dan negatif tentang objek wisata di

Kabupaten/Kota, serta orang atau objek yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung di DTW. Dengan memahami perilaku wisatawan diharapkan dapat merumuskan strategi yang tepat guna perbaikan daya tarik wisata, bauran pemasaran secara keseluruhan yang akan diputuskan oleh Pemerintah Kabupaten/Kota.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah bagaimana menciptakan sebuah nilai dari sebuah produk dengan fokus kepada kebutuhan wisatawan, dilakukan melalui sarana kegiatan pemasaran yang terintegrasi dan bertujuan akhir adalah mendapatkan keuntungan usaha melalui kepuasan pelanggan. Selain itu keberhasilan kegiatan pemasaran sangat tergantung pada keberhasilan fungsional manajemen yang lain yaitu ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten, kegiatan operasional produksi yang efektif dan efisien serta, keuangan yang memadai.

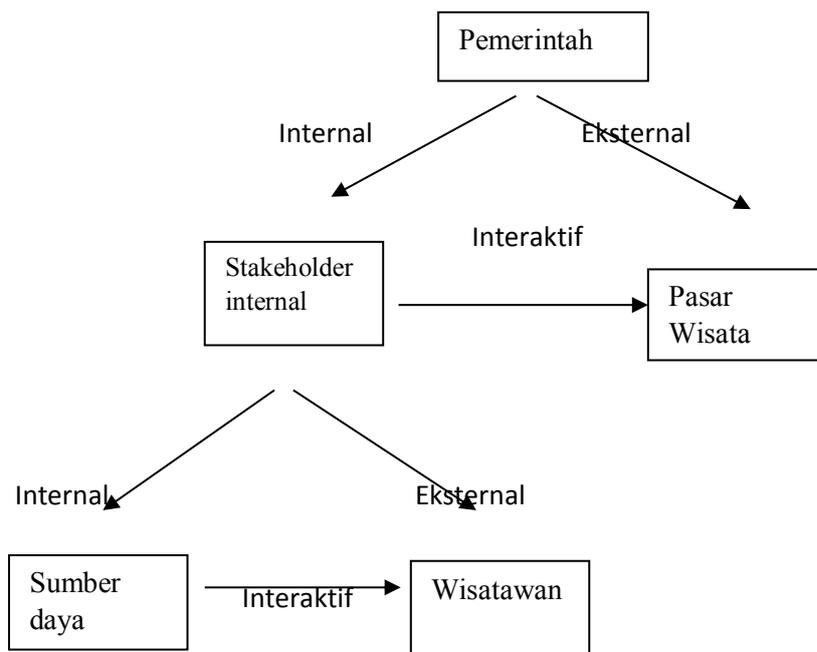
### **Pengembangan Model Ekowisata Kuliner**

Pengembangan wisata kuliner merupakan bagian integral dari semua produk hospitality, oleh karena itu pendekatan untuk pembangunan produk dan layanan harus sama. Waller (1996; 193). Micheal Porter dalam Kotler (2009; 37), menciptakan model rantai nilai sebuah produk bagi pelanggan. Model ini terdiri dari 9 kegiatan, 5 adalah kegiatan primer dan 4 adalah kegiatan pendukung. Kegiatan primer terdiri dari logistik ke dalam, perubahan bentuk menjadi produk, pengiriman keluar, pemasaran dan pelayanan. Sedangkan kegiatan pendukung meliputi pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen SDM dan infrastruktur perusahaan. Model lain dalam pemasaran dikenal Model Gronross, berkaitan dengan pengembangan ekowisata kuliner, selain eksternal marketing keberhasilan pembangunan ekowisata kuliner juga ditentukan oleh faktor-faktor lain yaitu kemampuan internal (*internal marketing*) dan interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan (*interactive marketing*).

Dalam pengembangan kuliner sebagai layanan, terdapat dua aspek yang menjadi perhatian yaitu aspek makro dan aspek mikro. Pada aspek makro lebih menitik beratkan kepada tanggungjawab pemerintah dalam mengkoordinasi semua stakeholder internal sehingga semua stakeholder dapat berperan secara maksimal dalam menyediakan layanan selain itu aspek makro juga menyangkut bagaimana pemerintah menyediakan sarana fisik seperti akses transportasi dan akomodasi serta aspek non fisik seperti kebijakan dan perundangan sebagai pendukung dalam pengembangan wisata kuliner. Sedangkan dalam aspek mikro lebih menekankan kepada bagaimana pengusaha layanan kuliner dapat meningkatkan produktifitas dan kinerja sumber daya yang dimiliki termasuk dapat memberikan layanan yang baik bagi pengunjung, selain itu dalam aspek mikro juga menyangkut bagaimana perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan kuantitas dari pengunjung dan kualitas layanan.

Keterkaitan antara aspek makro dan mikro serta keterkaitan antara masing-masing pemegang kepentingan dapat dilihat pada bagan berikut:

Bagan 2. Pengembangan wisata kuliner sebagai layanan



Sumber : Model Gronross yang dimodifikasi (Untari, 2013; 139).

## PENUTUP

Wisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan baik bagi pemerintah melalui pendapatan dari pajak dan retribusinya maupun bagi masyarakat yang dapat dilihat dari peningkatan pendapatan, serapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraannya. Kegiatan wisata dapat meningkatkan produktifitas sektor – sektor yang lain. Oleh sebab itu sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang menjadi perhatian bagi pemerintah.

Salah satu usaha yang berkaitan dengan wisata adalah usaha kuliner. Kuliner dalam perspektif umum merupakan kebutuhan pokok manusia yang berkaitan dengan asupan makanan yang menunjang metabolisme tubuh manusia, tetapi ada perspektif lain dalam kuliner jika dikaitkan dengan sosiologi dan budaya masyarakat. Kuliner memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu wilayah sehingga kuliner dapat dikembangkan melalui kegiatan wisata yang ada.

Perkembangan kuliner modern mengancam eksistensi kuliner tradisional yang memiliki nilai budaya dan representasi hubungan manusia dengan lingkungannya. Sehingga mengembangkan ekowisata kuliner yang berpihak pada nilai – nilai kelokalan dan merupakan sebuah usaha mengkonservasi nilai – nilai budaya masyarakat menjadi hal yang penting. Mengembangkan ekowisata kuliner melalui bukan suatu hal yang mudah, karena didalamnya terdapat beberapa stakeholder yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeda dan membutuhkan kesinergian antar stakeholder tersebut. Oleh sebab itu perlu sebuah perencanaan dan koordinasi antar stakeholder agar dapat memaksimalkan fungsi dan perannya dalam mengembangkan ekowisata kuliner

## DAFTAR PUSTAKA

- Allan, Derek, 2009, *Art and the Human Adventure*, Rodopi B.V., Amsterdam - New York, NY.  
 Avenzora, Ricky, 2008, *Ekoturisme Teori dan Praktek*, BRR NAD dan Nias. Banda Aceh.

- Ballescio, Warren, 2006, *Meals To Come; A History Of The Future Of Food*, The Regents of the University of California.
- Barkun, Scott, 2005, *The Art of Project Management*, O'Reilly Media Inc, USA.
- Damanik Janianton dan Weber Helmut F, 2006, *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*, Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM dan Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Dewi, Ike Juwita, 2011, *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaana Pariwisata yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing)*, Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia.
- Dittmer, Paul R dan Keefe, J. Desmond, 2009, *Principles Of Food, Beverage And Labor Cost Control*, Ninth Edition, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Frochot, Isabelle, 2003, *An Analysis of Regional Positioning and Its Associated Food Images in French Tourism Regional Brochures*, Journal of Travel & Tourism Marketing, Volume 14.
- Frewer, Lynn dan Trijp, Hans van, 2007, *Understanding Consumers of Food Product*, Woodhead Publishing Limited, Abington Hall, Cambridge.
- Fintay, Robert, 2010, *The Pilgrim Art; Cultures of Porcelain inWorld Histor*, University of California Press, ltd, London, England.
- Gunn, Clare A, 1994, *Tourism Planning, Basic, Concepts, Case*, Third Edition, Taylor & Francis, Washington.
- Koentjaraningrat, 1996, *Tourism and Heritage Management, Proceeding of the Internatioal Conference on Tourism and Heritage Management (ICCT 1996), Yokjakarta, Indonesia*.
- , 1985, *Manusia dan kebudayaan di Indonesia*, Djambatan, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller.(2009). *Marketing Management*. Pearson. International Edition ; New Jersey.
- Krisnansari, Diah, 2010, *Nutrisi dan Gizi Buruk*, Mandala of Health. Volume 4, Nomor 1, Januari 2010.
- Mason, Peter, 2003, *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford.
- Novalina, Lifska, 2008, *Penanan Promosi Wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung Dalam Meningkatkan Motivasi Wisatawan Terhadap Kota Bandung Dan Sekitarnya*, Tugas Akhir, Universitas Widyatama, Bandung.
- Neil, John and Stephen Wearing, 1999, *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?*, Second Edition, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford.
- Nugroho, Iwan, 2011, *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Rais, Sri Astuti, 2004, *Eksplorasi Plasma Nutfah Tanaman Pangan di Provinsi Kalimantan Barat*, Buletin Plasma Nutfah Vol.10 No.1 Th.2004.
- Roostika, Ratna, 2012, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cindera Mata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 1, Nomor 3, Desember 2012, p. 104 – 116.
- Saleh, Ismail, 2012, Tesis, *Sustainable Culinary Tourism in Puncak Bogor*, IPB, Bogor
- Sabudi, I Nyoman, Sukana, 2011, *Klasifikasi Makanan Tradisional Bali di Perhotelan*, Jurnal Kepariwisata Indonesia, ISSN: 1412-5498, Vol.10. No.2

- Siregar, Muhammad Arifin, 2004, *Pengembangan Pariwisata Dalam Kontribusinya Untuk Penanggulangan Kemiskinan*, Warta Pariwisata, ISSN; 1410-7112, Vol. 7, No.4.
- Sumaryati, Enny, 2013, *Wisata Kuliner Makanan Tradisional Sebagai Penunjang Desa Ekowisata*, Buku Panduan Seminar Nasional Ekowisata, Universitas Widyagama Malang, 12 Nopember 2013.
- Tonfoni, Graziella dan Jain, Lakhmi, 2003, *The Art and Science of Documentation Management*, Paperback, UK.
- Untari. Dhian Tyas, 2012, *Peningkatan Sektor Pertanian Melalui Kegiatan Wisata*, Prosiding Lokakarya dan Seminar Nasional FKPTPI, Bogor.
- , Dhian Tyas, et al, 2013, *Strategi Pemasaran Sebagai Usaha Mengembangkan Ekowisata Reginal (Studi Kasus pada objek wisata Goa Pindul)*, Prosiding Seminar Nasional FMI5, Pontianak.
- Warpani, Suwardjoko P. dan Warpani,Indira P, 2007, *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*, ITB, Bandung.
- Wahab, Salah, 1989, *Manajemen Kepariwisataaan*, PT Pradnya Paramita, Jakarta.
- Waller, Kaith, 1996, *Improving Food and Beverage Performance*, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford.
- Widodo, Tri, 2006, *Perencanaan Pembangunan; Aplikasi Komputer (Era Otonomi Daerah)*, UPP STIM YKPN, Yokjarta.
- Widyastuti, A Reni, 2010, *Pengembangan Pariwisata Yang Berorientasi Pada Pelestarian Fungsi Lingkungan*, Jurnal Ekosains Vol.II No.3 Okrober 2010, p.69 – 83.
- Vanhove,Norbert, 2005, *The Economics of Tourism Destinations*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Yoestini, 2009, *Strategi Pemasaran Objek Wisata Alam di Jawa Tengah*, Laporan Penelitian Dosen, Universitas Diponegoro, Semarang.