

JKBM
(JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)

ISSN: 2407-2648 (Print) ISSN: 2407-263X (Online), DOI: 10.31289/jkbm.v6i2.3551

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman>



Meningkatkan Wisata Kuliner di Kabupaten Gresik

Increasing Culinary Tourism in Gresik City

Widhi A. Rochdianingrum^{1,*}

Program Studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

*Corresponding Email: widhiariestianti@stiesia.ac.id

Abstrak

Sektor wisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pemasukan pendapatan asli daerah kabupaten Gresik. Salah satu sektor wisata yang potensial dikembangkan di kabupaten Gresik adalah wisata kuliner. Banyaknya kuliner khas dan populer dari kabupaten Gresik yang memiliki cita rasa khas dan berbahan baku lokal. Menjadikan kuliner sebagai subyek utama dalam peningkatan wisata bukanlah suatu hal yang mustahil dilakukan di kabupaten Gresik hal ini dikarenakan dari tahun ke tahun jumlah kunjungan wisata di kabupaten Gresik yang terus meningkat. Peningkatan jumlah wisatawan merupakan suatu potensi tersendiri yang dapat digunakan oleh pemerintah kabupaten Gresik untuk memperkenalkan dan meningkatkan minat wisatawan terhadap kuliner kabupaten Gresik. Adapun jenis kuliner khas dan populer di kabupaten Gresik yang dapat dikembangkan diantaranya kue pudak, cubung, ayas, jadah, bonggolan, bubur rumo dan bubur masin, nasi krawu, olahan ikan sembilang dan ikan bandeng, olahan telur ikan, martabak usus, pentol, tahu acar, sego karak dan lain sebagainya. Oleh karena itu dalam penelitian ini untuk merumuskan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan wisata kuliner kabupaten Gresik digunakan analisa SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT didapatkan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan wisata kuliner di kabupaten Gresik adalah melakukan inovasi produk yang dihasilkan, mengoptimalkan obyek wisata untuk memperkenalkan kuliner khas dan populer di kabupaten Gresik, serta mengoptimalkan platform wisata yang ada yaitu SIPATUGT.

Kata Kunci: Wisata kuliner, Rencana meningkatkan wisata, Kuadran SWOT

Abstract

The tourism sector is a potential sector to be developed as one of the sources of income from the original district of Gresik. One of the potential tourism sectors developed in Gresik Regency is culinary tourism. This is due to the many unique and popular culinary from Gresik Regency which has distinctive flavors and made from local ingredients. Making culinary as the main subject in increasing tourism is not an impossible thing to do in Gresik regency, this is because from year to year the number of tourist visits in Gresik district continues to increase. Increasing the number of tourists is a potential that can be used by the Gresik district government to introduce and increase tourist interest in the culinary district of Gresik. The distinctive and popular culinary types in Gresik regency that can be developed include pudak cakes, cubung, ayas, jadah, bonggolan, rumo porridge and salty porridge, krawu rice, processed cross-fish and milk fish, processed fish eggs, intestine martabak, pentol, tofu pickles, sego karak and so forth. Therefore, in this study to formulate strategies that can be done to improve culinary tourism in Gresik district, SWOT analysis is used. Based on the results of the SWOT analysis, it is found that the strategy that can be done to improve culinary tourism in Gresik Regency is to innovate the products produced, optimize tourist attractions to introduce distinctive and popular culinary in Gresik district, and optimize the existing tourism platform, SIPATUGT.

Keywords: Culinary tourism, Plans to increase tourism, The SWOT quadrant

How to Cite: Widhi A. Rochdianingrum, Meningkatkan Wisata Kuliner di Kabupaten Gresik, JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen), 6 (2): 143-152

PENDAHULUAN

Sektor wisata merupakan salah satu sektor potensial yang memiliki efek multiplier ekonomi yang cukup besar. Berbagai daerah mencoba untuk meningkatkan dan mengembangkan daya tarik wisata untuk mengunjungi daerah tersebut. Salah satu sektor yang menerima dampak dari pengembangan wisata suatu daerah adalah sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) di mana usaha kuliner sebagian besar dilakukan oleh UMKM.

Pengembangan wisata kuliner di kabupaten Gresik merupakan suatu langkah yang bagus. Terdapat beberapa alasan wisata kuliner dapat dikembangkan di kabupaten Gresik yang pertama dikarenakan semakin meningkatnya minat masyarakat akan kuliner – kuliner lokal. Kondisi ini didukung dengan semakin banyaknya acara di televisi dan youtube yang menyajikan informasi mengenai kuliner – kuliner lokal. Kedua adanya kecenderungan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke kabupaten Gresik serta semakin banyaknya pelaku UMKM yang menawarkan makanan – makanan khas kabupaten Gresik serta makanan hasil inovasi – inovasi lain di bidang kuliner yang dikembangkan oleh pelaku UMKM di kabupaten Gresik. Berkembangnya industri kuliner di kabupaten Gresik bukan

tanpa sebab. Salah satu faktor yang mendorong berkembangnya industri kuliner di kabupaten Gresik adalah banyaknya para pendatang dari berbagai daerah yang bekerja di kabupaten Gresik.

Pengembangan wisata kuliner di kabupaten Gresik nampaknya belum menjadi prioritas dalam pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Gresik. Hal ini dapat dilihat dalam rencana strategis dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Gresik bahwa terdapat empat sasaran strategis yang ingin dicapai dari tahun 2017 – 2021 yaitu mewujudkan pelayanan administrasi yang professional, meningkatnya pelestarian situs dan cagar budaya, meningkatkan jumlah kunjungan wisata dan meningkatnya kualitas pengelolaan destinasi wisata. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan potensi wisata kuliner di kabupaten Gresik.

Adanya pengembangan usaha tentunya membuka lapangan kerja yang baru yang berakibat pada penyerapan tenaga kerja yang ada sehingga jumlah pengangguran dapat berkurang. Kondisi ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Wispan-dono (2011) pada kota Surabaya keberadaan sektor informal khususnya pedagang kaki lima dapat memberikan kontribusi dalam pengurangan pengangguran.

Pengembangan produk wisata kuliner berbahan baku lokal dapat mengembangkan inovasi dan kreativitas di bidang kuliner sehingga dapat meningkatkan kondisi kesejahteraan masyarakat (Margi, Ariani, Widiastini & Surani; 2013).

Bagi wisatawan sendiri pengenalan pada kuliner khas suatu wilayah yang dikunjungi akan memberikan pengalaman tersendiri yang sangat berkesan. Pengalaman yang berkesan didapatkan dari pengalaman pertama kali dalam mencoba kuliner yang baru pertama kali dirasakan. Mencoba kuliner khas suatu daerah juga merupakan bagian dari mempelajari suatu budaya yaitu budaya rasa (Chatzinakos, 2016). Kuliner khas suatu daerah dan lingkungan sosial suatu daerah merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan hal ini dikarenakan kuliner khas menggunakan bahan baku esensial yang berasal dari wilayah tersebut (Untari, 2016).

Berkembangnya wisata kuliner juga didukung dengan adanya pergeseran gaya hidup. Pada saat ini, makanan bukan hanya kebutuhan hidup, namun juga merepresentasikan status sosial dan budaya serta gaya hidup seseorang (Avenzora, Darusman, Prihatno & Untari, 2014).

Muara akhir dari kegiatan wisata kuliner yang semakin berkembang adalah kegiatan ekonomi yang berjalan dengan lancar.

Semakin berkembangnya wisata kuliner di kabupaten Gresik juga memberikan dampak bagi sektor industri kreatif yang lain seperti industri kreatif pada desain kemasan, cara pemasaran, dan lain sebagainya sehingga kegiatan ekonomi dapat berjalan dengan lancar.

Terdapat beberapa pendekatan mengenai wisata kuliner, diantaranya Widayati dan Harsana (2008;27) wisata kuliner merupakan perjalanan yang dilakukan secara singkat serta bersifat sukarela dan sementara waktu guna menikmati makanan dan minuman khas suatu daerah. Menurut Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne (2003;9-10) wisata kuliner merupakan kegiatan berkunjung ke suatu tempat yang merupakan produsen pertama atau kedua dari suatu bahan makanan, festival makanan, restoran serta lokasi khusus guna mencoba rasa dari makanan serta untuk memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah yang merupakan motivasi utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Terdapat berbagai macam sudut pandang dalam mendefinisikan wisata kuliner Ellis, Park, Kim, & Yeoman (2018) yaitu:

- a. *Activity based prespective*, mendefinisikan wisata kuliner sebagai pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan pada saat melakukan wisata kuliner.

- b. *Motivation based perspective*, keinginan wisatawan untuk merasakan pengalaman akan mengkonsumsi suatu makanan pada suatu daerah tertentu merupakan suatu hal yang penting dalam memutuskan pilihan
- c. *Mix perspective*, definisi wisata kuliner merupakan gabungan dari dua pendekatan di atas. Hall (2006) mendefinisikan wisata kuliner pada industri pariwisata sebagai kegiatan berwisata yang dikarenakan adanya ketertarikan pada makanan
- d. *Food and food tourism in the destination context*, makanan merupakan suatu hal yang dipandang sebagai sesuatu yang unik pada keberlanjutan industri wisata.

Konsep mengenai definisi dari wisata kuliner terdapat lima hal yang terkandung dalam wisata kuliner Ellis, Park, Kim & Yeoman (2018) yaitu :

a. Motivasi

Bagi wisatawan wisata kuliner merupakan pengalaman budaya yang ingin dirasakan seperti suatu pengalaman yang autentik dan belajar mengenai budaya Kim dan (Eves,2012; Chatzinakos,2016).

b. Budaya

Makanan dapat menggambarkan budaya suatu daerah yang di dalamnya mengandung banyak informasi yang unik mengenai produksi dan kebudayaan serta

kondisi geografis dimana makanan tersebut berasal (Montanari,2009).

c. Autentik (Original)

Makanan dikenal sebagai suatu konsep di mana tempat dan budaya memiliki keterkaitan erat dengan identitas makanan, tempat pembuatan, makanan khas, serta orientasi tujuan.

d. Manajemen dan pemasaran

Pemasaran pada wisata kuliner dapat menciptakan suatu citra dan rasa akan daerah asal bagi suatu komunitas.

e. *Destination orientation*

Dapat diketahui bahwa orientasi tujuan memiliki hubungan dengan bentuk wisata, pemasaran tempat wisata tersebut, sumber daya, produk dan manajemen serta pemasaran. Warisan dan budaya merupakan suatu tujuan yang sama dengan wisata kuliner.

METODE PENELITIAN

Data dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik wawancara kepada pihak yang relevan dalam penelitian ini yaitu pihak pemerintah daerah kabupaten Gresik dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik. Para pelaku usaha kuliner khas kabupaten Gresik. Selanjutnya wisatawan yang sedang menikmati kuliner di kabupaten Gresik atau yang pernah menikmati kuliner – kuliner khas kabupaten Gresik.

Pada penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Setelah data terkumpul agar mudah dimengerti dan mudah dibaca maka dilakukan analisis SWOT. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan akan Wisata kuliner di kabupaten Gresik yang berasal dari sisi internal (Rangkuti,2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari analisis SWOT dapat ditunjukkan oleh tabel bobot konversi pada tabel *internal factor analysis summary* (IFAS) dan *external factor analysis summary* (EFAS). Tabel IFAS dan EFAS dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1 Bobot Konversi IFAS

Hasil bobot konversi dari EFAS dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Table 2. Bobot Konversi EFAS

Indikator EFAS	Bobot Konversi
Salah satu alasan saya berkunjung ke kabupaten Gresik untuk menikmati kuliner yang ada	0,76
Saya sangat menyukai kuliner khas kabupaten Gresik	0,68

Indikator IFAS	Bobot Konversi
Saya mendapatkan bahan baku berasal dari wilayah Gresik	0,76
Bahan baku yang saya gunakan telah memenuhi kriteria yang telah saya tetapkan	0,68
Saya tidak pernah mengganti bahan baku yang telah saya gunakan selama ini	0,6
Selama ini terdapat banyak pembeli yang menyukai produk yang saya hasilkan	0,56

Produk yang saya hasilkan memiliki keunikan tersendiri	0,4
Semakin hari jumlah produk yang saya hasilkan semakin meningkat	0,36
Saya memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai kondisi produk yang saya hasilkan	0,24
Saya melakukan inovasi terhadap produk yang saya hasilkan	0,15
Jika dibandingkan dengan produk yang lain, produk yang saya hasilkan dapat bersaing dengan produk yang lain	0,12
Saya melibatkan warga sekitar dalam memproduksi produk yang saya hasilkan	0,06
Jumlah	3,93
Kuliner di kabupaten Gresik menawarkan cita rasa yang khas	0,45
Kabupaten Gresik menawarkan beragam pilihan kuliner yang sesuai dengan cita rasa pada diri saya	0,56
Saya akan berkunjung kembali untuk menikmati kuliner yang ada di kabupate Gresik	0,48
Terkadang saya menjadikan kuliner yang ada di kabupaten Gresik sebagai buah tangan	0,36
Tempat untuk menjangkau lokasi kuliner yang ada di kabupaten Gresik cukup mudah	0,18
Harga kuliner yang ditawarkan sangat terjangkau	0,2
Terdapat fasilitas yang nyaman untuk menikmati kuliner khas Gresik	0,09
Jumlah	3,76

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS diatas, di mana IFAS memiliki nilai 3,93 dan EFAS memiliki nilai 3,76, maka dapat disimpulkan nilai IFAS > 2 dan nilai EFAS > 2.

Berdasarkan tabel 1 dan tabel 2 dapat diketahui beberapa startegi yang dapat dilakukan unutup meningkatkan minat wisata kuliner di kabupaten Gresik yaitu :

a) Melakukan Inovasi Produk.

Inovasi pada produk dilakukan penting untuk mengikuti perkembangan selera konsumen tanpa meninggalkan ciri khas dan autentik produk tersebut. Inovasi dapat berupa pada

kemasan, ukuran produk, variasi rasa, atau produk baru. Pada kemasan dapat digunakan kemasan yang memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. contohnya nasi krawu yang selama ini dibungkus dengan kertas pembungkus dan dilapisi daun pisang, dapat diganti dengan kemasan mangkok kertas besar yang dilapisi dengan daun pisang dengan begitu konsumen dapat lebih mudah untuk mengkonsumsi di manapun dan kapanpun. Hal ini juga dapat diterapkan pada beberapa kuliner seperti bubur rumo, bubur masin, nasi karak, tahu acar dan sebagainya. Pada kue khas misalnya pudak dapat dibungkus dengan kemasan yang cukup mudah untuk dibuka dan dalam bentuk ukuran sekali makan. Hal ini memang sudah diterapkan pada beberapa toko saja namun belum banyak yang menerapkan hal ini.

Pada variasi rasa dapat dilakukan pada beberapa jenis makan atau kue. Misalnya pada pudak, untuk saat ini hanya terdapat beberapa toko saja yang menawarkan variasi rasa kepada konsumen. Pada makanan otak – otak bandeng misalnya, dapat diproduksi otak – otak dengan rasa pedas sedang, pedas sekali dan tidak pedas sehingga semua kalangan dapat menikmati. Untuk kue, pudak misalnya dalam satu ikat dapat disediakan beberapa rasa misalnya rasa pandan, vanili, original, gula merah dan coklat sehingga konsumen dapat menikmati berbagai macam variasi rasa sekali membeli produk tersebut. Pada pentol

misalkan, dapat dibuat varias pentol rasa cabe, rasa sambal, atau pentol kasar dengan irisan kecil daging.

Produk baru juga dapat dihasilkan dengan menggali potensi yang ada di kabupaten Gresik. Di kabupaten Gresik sangat banyak buah diantaranya buah naga, buah siwalan, dan buah mangga. Dari variasi buah ini dapat diolah menjadi berbagai macam kudapan seperti brownis siwalan seperti yang sudah ada atau dawet siwalan, manisan buah siwalan, buah mangga atau buah naga, bahkan dapat dibuat kripik dari makanan tersebut. Kabupaten Gresik juga kaya akan hasil perikanan. Produk olahan yang cukup unik adalah bonggolan. Bonggolan merupakan produk awal untuk adonan kerupuk yang dimakan dengan sambal terasi. Pada bonggolan ini dapat dibuat variasi bonggolan seperti empek – empek Palembang dengan tingkat kepedasan sambal yang dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen.

Pengembangan inonasi akan produk yang dihasilkan akan berhasil dan banyak diminati oleh konsumen jika dilakukan adaptasi pada selera wisatawan yang datang berkunjung disamping tetap mempertahankan cita rasa lokal. Pengembangan wisata kuliner ini tidak hanya memperkenalkan produk lokal tapi juga dapat meningkatkan kualitas dan variasi makanan. Kondisi ini dapat meningkatkan citra dan daya tarik akan wilayah tersebut (Su,2015).

b) Mengoptimalkan obyek wisata untuk memasarkan kuliner khas dan populer di kabupaten Gresik

Terdapat banyak tempat wisata di kabupaten Gresik, baik wisata budaya, sejarah, maupun buatan. Pada tempat wisata tentunya terdapat banyak pengunjung. Kondisi ini merupakan peluang dalam memperkenalkan konsumen pada makanan khas dan populer yang ada di kabupaten Gresik.

Pemerintah dapat memberikan tempat antara tempat parkir dengan tempat wisata bagi penghasil kuliner khas dan populer di kabupaten Gresik untuk menawarkan produk yang dihasilkan. Setiap wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata cenderung lebih tertarik untuk memcicipi kuliner khas dan populer wilayah tersebut serta menjadikan kuliner tersebut sebagai buah tangan.

Selama ini di tempat wisata religi kegiatan tersebut telah dilaksanakan, namun hanya terdapat beberapa penjual yang menjual makanan khas dan populer di kabupaten Gresik. Meskipun begitu variasi kuliner yang ditawarkan cukup terbatas sehingga wisatawan hanya mengetahui itu saja kuliner khas dan populer di kabupaten Gresik. Jika lokasi wisata ini dapat dioptimalkan untuk memperkenalkan kuliner khas dan populer kabupaten Gresik, akan memiliki dampak pada peningkatan ekonomi warga lokal selain kuliner khas dan populer kabupaten Gresik menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Sotiriadis (2015) aktivitas kuliner merupakan aktivitas kunci yang dapat memberikan pengalaman penting bagi kegiatan wisata. Sehingga menempatkan wisata dan wisata kuliner secara berdampingan dan bersejajar merupakan upaya memaksimalkan potens wisata.

c) Mengoptimalkan *plat fom* wisata (SIPATUGT)

Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Gresik dalam meningkatkan wisata adalah membuat *plat fom* SIPATUGT. Keberadaan *plat fom* ini diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan wisata di kabupaten Gresik, termasuk juga diantaranya wisata kuliner. Pada *plat fom* ini diberikan informasi mengenai kuliner khas dan populer kabupaten Gresik. Sayangnya pada *plat fom* ini hanya beberapa penjual atau penghasil kuliner saja, padahal di kabupaten Gresik terdapat banyak penjual kuliner khas dan populer yang belum masuk dalam *plat fom* SIPATUGT, justru yang ada dalam *plat fom* sebagian besar merupakan kuliner populer yang ada di kabupaten Gresik. Informasi mengenai kuliner khas kabupaten Gresik masih sangat minim dan masih belum dapat memberikan gambaran secara besar mengenai kuliner dan tempat kuliner khas kabupaten Gresik berada. Pada *plat fom* ini hanya ada aplikasi untuk berkomunikasi antara pembeli dan penjual. Informasi mengenai jensi produk yang dihasilkan, bahan

baku yang digunakan, harga produk, diskripsi produk, dan ketahanan produk (informasi dasar produk) masih belum nampak. Selain itu dalam *plat fom* ini seharusnya disediakan aplikasi pembayaran secara *online* sehingga konsumen tidak perlu lagi harus mencari mesin atm untuk membayar atau menyediakan uang cash. Peta petunjuk ke tempat penghasil atau penjual makanan khas sudah ada, namun informasi mengenai tempat parkir masih belum ada. Salah satu kendala dalam wisata kuliner ini adalah tempat parkir yang sulit dan lokasi menuju penghasil dan penjual kuliner yang cukup sulit.

Pengembangan dan pembaruan pada *plat fom* ini harus dilakukan jika pemerintah ingin wisatawan menggunakan *plat fom* ini secara maksimal. Sosialisasi mengenai *plat fom* ini kepada masyarakat juga penting. Sosialisasi dapat dilakukan dengan cara menggunakan papa reklame atau melalui siaran radio yang banyak didengarkan oleh masyarakat. Penggunaan media sosial *online* secara maksimal juga diperlukan untuk memperkenalkan *plat fom* kepada masyarakat luas terutama generasi milenia. Selain itu, memperkenalkan *plat fom* ini juga dapat dilakukan ditempat – tempat wisata dengan memasang banner atau menyebarkan brosur yang berisi tatacara menggunakan *plat fom* SIPATUGT.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kabu-

paten Gresik memiliki kuliner – kuliner potensial untuk dikembangkan menjadi wisata kuliner. Kondisi ini didukung oleh pemerintah kabupaten Gresik yang pad saat ini sedang mengembangkan wisata unggulan yang baru dan berbasis pada potensi masyarakat. Hal ini merupakan suatu kesinambungan karena salah satu upaya dalam memperkenalkan kuliner lokal melalui tempat wista dengan membuka rumah makan atau kios – kios di sekitar tempat wisata. Pengembangan wisata kuliner di kabupaten Gresik juga didukung oleh ketersediaan bahan baku yang sebagian besar berasal dari kabupaten Gresik dan usaha kuliner ini sebagian dikelola oleh warga kabupaten Gresik asli. Kondisi ini tentunya telah mendapatkan dukungan dari pemerintah kabupaten Gresik melalui *plat fom* SIPATUGT. Pada *plat fom* ini terdapat informasi mengenai destinasi wisata di kabupaten Gresik, namun informasi mengenai kuliner khas dan informasi mengenai lokasi kuliner khas kabupaten Gresik masih belum optimal. Oleh karena itu perlu kerjasama dari beberapa pihak untuk dapat mengoptimalkan *plat fom* ini.

Adanya *instagram Gresik Tourism* selain digunakan untuk mempromosikan pariwisata kabupaten Gresik juga digunakan untuk mempromosikan kuliner khas kabupaten Gresik. Hal ini dikarenakan sebanyak

120 juta orang Indonesia menggunakan *smartphone*. Sebanyak 53 juta orang menggunakan *instagram* di mana 49% merupakan wanita dan 56% merupakan pria. Lama rata – rata orang Indonesia menggunakan media sosial ada-lah 3 jam 23 menit. Sehingga dapat dikata-kan promosi wisata kuliner berbasis media sosial dan *smartphone* menjadi sa-ngat efektif.

Pada sisi fasilitas pendukung wisata ini masih perlu dilakukan perbaikan dan penyediaan sarana dan prasarana tempat parkir bagi pengunjung yang ingin menik-mati kuliner, ruang publik atau fasilitas umum yang nyaman untuk menikmati kuliner khas kabupaten Gresik, mengingat sebagian besar kuliner khas kabupaten Gresik sebagian besar merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM).

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih pertama disampaikan kepada ketua STIESIA Surabaya dan ketua LP2M yang telah setuju untuk mendanai penelitian ini. Kedua kepada tim *rieviever* proposal dan laporan penelitian LP2M STIESIA Surabaya yang telah memberikan masukan dan arahan selama penulisan ini. Ketiga, dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresi. Keempat, Bapak / Ibu penghasil kuliner khas kabuapten Gresik

beserta responden – reponden yang ber-sedia membantu penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA.

- Avenzora, R., Darusman, D., Prihatno, J., &D.T Untari,2014. The business potentials of Betawi traditional culinary on traditional culinary ecotourism market in the DKI Jakarta. In Prosiding International Seminar on Tourism Bandung.
- Cianflone,E,G.D, Bella, dan G.Dugo .2013. Preliminary insight on British travellers account of sicillian oranges. *Tourismas : An International Multidisplinary Journal of Tourisn* 8 (2).
- Chatzinakos,G.2016.Exploring Potentials for Culinary Tourism Through a Food Festival: The Case of Thessaloniki Food Festival.*Transnational Marketing Journal* 4(2).
- Ellis,A,E.Park,S.Kim,danI.Yeoman.2018.What is food tourism.Elsevier
- Hall,C.M,L.Sharples,R.Mitchell,N.Macionis, dan B.Cambourne.2003.*foof Tourism Around The World*.Butterworth- Amsterdam: Heinemann.
- Hall,C.M.2006.Introduction:Cullinary tourism and regional development:from slow food to slow tourism? *Tourism Review International*,9,303-305.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.2015. *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015 – 2019*.Jakarta:PT.Republik Solusi.
- Kim,Y.G, dan A.Eves.2012. Construction and validation of scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism management* 33 (6), 1458-1467.
- Margi, I.K.,R.P.Ariani;N.M.A.Widiastini, dan N.M.Surani.2013. identifikasi potensi wisata kuliner berbasis bahan baku lokal di kabupaten buleleng, Bali. *Jurnal ilmu sosial dan humaniora* 2 (2).
- Montanari,A.2009.Geography of taste and local development in Abruzzo (Italy): Project to establish a training and research center for the promotion of enogastronomic culture and tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 4(2).
- Nisak,Zuhrotun.2013.Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekbis* 9 (2).
- Pearce,J,A,danR.B.Robinson.2013.*Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*.Buku 1 Edisi 12. Salemba Empat.Jakarta.

- Rangkuti, F. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Lembar negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sotiriadis, M. D. 2015. Culinary Tourism Asset and Event: suggesting a Strategic Planning Tool. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6). 1214–1232. <http://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2013-0519>.
- Su, Y. 2015. Reflections on Local Specialties and Gastronomic Tourism. *Chinese Studies*, 4(15).
- Suwena, I. K. dan I. G. N. Widyatmaja. 2017. *Pengertian Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan; Denpasar.
- Untari, D. T. 2016. The Potential Development of Betawi Culinary As An Ecotourism Product In Jakarta. *Binus Business review* 7(3).
- Widyawati, M. T, dan M. Harsana. 2008. Pengembangan Taman Kuliner Condong Catur Sebagai Tujuan Wisata Kuliner Di Kabupaten Sleman. Jurusan Bina Wisata. Politeknik API Yogyakarta.
- Wispondono, R. M. M. 2011. Upaya Mengurangi Pengangguran Melalui Peningkatan Wisata Kuliner (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Surabaya). *Journal Unipdu* 1 (1).
<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- <https://anado.tribunnews.com/2019/07/21/rata-rata-orang-indonesia-menghabiskan-tiga-jam-23-menit-per-hari-melihat-medsos?page=all>