



Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Kota Batam

Febryola Indra¹, Juliana¹, Ira Hubner¹, Nova Irene Bernedeta Sitorus¹, Rosianna Sianipar¹, Sherla Valensky²

¹Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia

²Politeknik Pariwisata Medan, Sumatera Utara, Indonesia

febryola.indra@uph.edu

<https://doi.org/10.30601/humaniora.v%vi%i.5672>

Published by Universitas Abulyatama

Abstract

Artikel Info

Submitted:

19-09-2024

Revised:

20-09-2024

Accepted:

08-10-2024

Online first :

16-10-2024

Traditional culinary delights are the main attraction in the culinary tourism trend. This research identifies the potential for culinary tourism in Batam City using qualitative methods, where the data presented is in the form of words, descriptions and descriptions. This research aims to identify the potential for culinary tourism and gastronomic tourism in Batam, as well as developing the potential for gastronomic tourism in the city. The approach used is descriptive qualitative with the research location in Batam, which was chosen because this city has a variety of culinary tourism potential. Primary data sources were obtained through field observations and in-depth interviews with several key informants who are experts in the culinary field of Batam City. Secondary data was obtained from online documents, literature and scientific journals. Data collection was carried out through direct observation of culinary-related tourism activities. The analysis found a variety of unique culinary delights in Batam City, such as Tarempa Noodles, Gonggong, Malay Laksa, seafood, fish soup, and Bingka Bakar, which have great potential as culinary attractions. As a result, the development of gastronomic tourism in Batam City can take advantage of this culinary wealth to increase the destination's attractiveness and competitiveness.

Keywords: Culinary, Potential, Batam City

Abstrak

Kuliner tradisional menjadi daya tarik utama dalam tren culinary tourism. Penelitian ini mengidentifikasi potensi wisata kuliner di Kota Batam dengan metode kualitatif, dimana data yang dihadirkan berupa kata, uraian, dan deskripsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner dan wisata gastronomi di Batam, serta mengembangkan potensi wisata gastronomi yang ada di kota tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian di Batam, yang dipilih karena kota ini memiliki beragam potensi wisata kuliner. Sumber data primer diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan beberapa informan kunci yang ahli di bidang kuliner Kota Batam. Data sekunder diperoleh dari dokumen daring, literatur, dan jurnal ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas pariwisata yang berkaitan dengan kuliner. Analisis menemukan beragam kuliner unik di Kota Batam, seperti Mie Tarempa, Gonggong, Laksa Melayu, seafood, sup ikan, dan Bingka Bakar, yang memiliki potensi besar sebagai daya tarik kuliner. Hasilnya, pengembangan wisata gastronomi di Kota Batam dapat memanfaatkan kekayaan kuliner ini untuk meningkatkan daya tarik destinasi dan kompetitivitasnya.

Kata Kunci: Culinary, Potential, Kota Batam



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Batam adalah sebuah kota di Provinsi Kepulauan Riau yang terletak di antara Singapura dan Indonesia. Batam memiliki sejarah yang unik karena pada awalnya kota ini hanya sebuah pulau kecil yang terletak di sebelah selatan Singapura, tetapi sekarang telah berkembang menjadi kota modern dengan banyak tempat wisata yang menarik (Zaenuddin, 2023). Salah satu aspek penting dalam industri pariwisata Batam adalah kuliner (Kurniawan & Lismayasari, 2019). Oleh karena itu, penelitian tentang kuliner di Batam akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang budaya masyarakat dan memberikan informasi yang berguna bagi industri pariwisata di kota ini. Batam dikenal sebagai pusat perindustrian dan pusat perdagangan internasional di Indonesia. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, muncul pula kebutuhan untuk menyediakan makanan yang berkualitas bagi penduduk dan wisatawan (Alhamdi, 2022). Hal ini mendorong perkembangan bisnis kuliner di Batam, baik itu restoran, kafe, warung, atau kedai makanan. Oleh karena itu, penelitian tentang kuliner di Batam akan membantu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis kuliner di kota ini.

Batam memiliki banyak tempat wisata yang menarik, seperti pantai, pulau-pulau kecil, dan tempat wisata budaya. Namun, selain keindahan alam dan budaya, wisatawan juga akan mencari pengalaman kuliner yang unik dan menarik. Oleh karena itu, penelitian tentang kuliner di Batam akan membantu untuk mengidentifikasi jenis makanan atau minuman yang paling disukai oleh wisatawan, serta faktor-faktor yang membuat pengalaman kuliner mereka lebih berkesan (Clinton¹ & Vanomy², 2023). Batam memiliki keanekaragaman budaya yang kaya, terutama karena letak geografisnya yang strategis di antara Singapura, Malaysia, dan Indonesia (Zaenuddin, 2023). Penelitian tentang kuliner di Batam akan membantu untuk memahami jenis makanan yang paling populer di kota ini, serta bagaimana pengaruh budaya dan kebiasaan masyarakat dalam menentukan jenis makanan yang mereka konsumsi. Di era globalisasi seperti saat ini, kuliner telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Makanan bukan hanya sekedar kebutuhan fisik, tetapi juga mencerminkan identitas budaya dan gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian tentang kuliner di Batam akan membantu untuk memahami peran kuliner dalam kehidupan masyarakat di kota ini, serta bagaimana kuliner dapat menjadi sumber daya ekonomi yang penting bagi kota Batam (Clinton¹ & Vanomy², 2023).

Kekayaan kuliner tradisional suatu daerah merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan. Tak bisa dipungkiri, kini tak sedikit wisatawan yang sengaja datang ke sebuah destinasi demi mendapatkan pengalaman mencicipi kelezatan makanan hingga melihat langsung prosesi pembuatannya yang autentik. Makanan dan budaya tidak bisa dipisahkan. Ketertarikan wisatawan terhadap kekayaan budaya menjadi alasan kuat yang mendorong berkembangnya tren *culinary tourism* yang didasari oleh adanya konsep cultural food. Menurut (Hasnah et al., 2021), *culinary tourism* merupakan bentuk eksplorasi wisatawan terhadap cita rasa makanan dan kebiasaan makan daerah tertentu. Oleh karena itu, makanan tradisional menjadi salah satu poin penting yang wajib dikemas sebaik mungkin. Destinasi dan bisnis pariwisata terus mencari cara untuk meningkatkan dan memposisikan penawaran mereka. Mereka bertujuan untuk mencapai posisi yang lebih baik dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Setiap tujuan harus memberikan pengalaman berharga dan operator pariwisata harus mencurahkan sumber daya mereka untuk melayani tamu mereka melalui penawaran mereka (Sotiriadis & Varvaressos, 2015). Pada penelitian ini, penulis memilih untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner yang ada di Kota Batam.

KAJIAN PUSTAKA

Teori *Experiential Consumption* (Purnomo, 2022), menyatakan bahwa konsumen mencari pengalaman yang berbeda dalam konsumsi makanan, dan wisata kuliner dianggap dapat memberikan pengalaman yang berbeda dengan menggabungkan pengalaman mencicipi makanan dengan pengalaman mengeksplorasi keunikan budaya setempat. Teori *Foodscapes* (Vonthron et al., 2020), menganggap makanan sebagai bagian dari lingkungan atau "*scapes*", dan wisata kuliner dianggap dapat memperkenalkan makanan dan budaya setempat sebagai bagian dari "*foodscapes*" yang unik. Di Kota Batam, makanan dan minuman lokal dapat menjadi bagian dari "*foodscapes*" yang unik, dan dapat menarik minat wisatawan untuk mencicipi dan mempelajari keunikan budaya setempat.

Teori *Cultural Proximity* (Rona, 2019), menyatakan bahwa wisatawan cenderung lebih tertarik dengan destinasi yang memiliki kesamaan budaya dengan dirinya, dan wisata kuliner dianggap dapat memperkenalkan kekayaan kuliner dan budaya suatu daerah yang menarik bagi wisatawan dengan latar belakang budaya yang berbeda. Teori *Maslow's Hierarchy of Needs* (Putra, 2021), menganggap kebutuhan manusia terdiri dari lima level, dan wisata kuliner dianggap dapat memenuhi beberapa level kebutuhan tersebut, seperti kebutuhan akan makanan dan

kebutuhan akan pengakuan atas eksplorasi dan pengalaman baru. Teori *Authenticity* (Purnomo, 2021), menyatakan bahwa pengalaman autentik merupakan hal yang penting dalam wisata kuliner, dan makanan yang dihidangkan harus sesuai dengan resep dan cara penyajiannya yang asli, serta dapat menghadirkan pengalaman yang autentik dari keunikan budaya setempat.

Teori *Authenticity* (Subagio et al., 2022), menyatakan bahwa pengalaman autentik sangat penting dalam wisata kuliner. Makanan dan minuman lokal yang disajikan harus sesuai dengan resep dan cara penyajiannya yang asli, serta dapat menghadirkan pengalaman yang autentik dari keunikan budaya setempat. Teori *Destination Image* (Sirait, 2023), menyatakan bahwa promosi dan branding makanan dan minuman lokal yang khas dapat membantu memperkuat citra destinasi wisata Kota Batam. Terakhir, *Teori Economic Impact* (Sutedja & Wahyuningsih, 2019), menyatakan bahwa pengembangan industri kuliner lokal dapat memberikan dampak positif pada perekonomian lokal suatu daerah. Dalam konteks wisata kuliner di Kota Batam, ini dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan potensi ekonomi lokal.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dimana data dihadirkan berupa kata, uraian, dan deskripsi (Tenny et al., 2017). Penelitian bertujuan mengidentifikasi potensi wisata kuliner dan wisata gastronomi di Batam, serta mengembangkan potensi wisata gastronomi yang ada di kota tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan lokasi penelitian di Batam, yang dipilih karena kota ini memiliki beragam potensi wisata kuliner. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dalam bentuk deskripsi. Sumber data primer diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan beberapa informan kunci yang ahli di bidang kuliner Kota Batam. Data sekunder diperoleh dari dokumen daring, literatur, dan jurnal ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas pariwisata yang berkaitan dengan kuliner. Data kemudian dianalisis dengan beberapa tahapan, yaitu pemilihan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, kemudian data dielaborasi dan dikaji menggunakan teori, konsep, dan strategi yang sudah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi Wisata Kuliner di Kota Batam

Mie Tarempa adalah hidangan khas Batam yang menggunakan mie kuning dan saus kacang khas. Hidangan ini menciptakan perpaduan cita rasa gurih dan manis yang unik, sering

dihiasi dengan potongan daging ayam dan udang. Berdasarkan hasil observasi terhadap potensi dan daya tarik Mie Tarempa sebagai hidangan khas Batam, dapat dikaji beberapa strategi pengembangan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan popularitas dan jangkauan kuliner ini. Pertama, inovasi dalam presentasi dan diversifikasi menu, seperti variasi tingkat kepedasan atau pilihan topping, dapat memperkaya pengalaman pelanggan dan meningkatkan daya tarik visual. Kedua, promosi digital yang efektif melalui media sosial, situs web, serta pengembangan layanan pengiriman akan memperluas jangkauan pasar dan memudahkan aksesibilitas. Ketiga, kolaborasi dengan pelaku kuliner lain, partisipasi dalam festival kuliner, serta pelatihan koki dan pemberdayaan komunitas lokal, dapat memperkuat reputasi Mie Tarempa dan melibatkan masyarakat setempat dalam pelestarian hidangan khas ini.

Gonggong adalah jenis kerang laut yang khas dari perairan Batam dan kaya akan nutrisi, seperti protein dan mineral. Sebagai bahan baku lokal, Gonggong memiliki potensi besar dalam kuliner, baik sebagai simbol kearifan lokal maupun sebagai hidangan sehat yang menarik bagi pengunjung. Olahan Gonggong, sebagai kuliner khas Batam, memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui berbagai strategi yang berfokus pada inovasi, kolaborasi, dan pemasaran. Inovasi dalam menu, seperti menciptakan berbagai variasi olahan Gonggong, dapat meningkatkan daya tarik hidangan ini bagi berbagai kalangan. Selain itu, pelatihan bagi para pengolah dan koki untuk menjaga kualitas dan standar kebersihan dalam pengolahan Gonggong menjadi kunci penting untuk membangun kepercayaan pelanggan. Pemasaran digital yang kuat, melalui media sosial dan edukasi tentang manfaat gizi Gonggong, juga berperan penting dalam memperluas kesadaran publik. Kerjasama dengan restoran terkenal serta partisipasi dalam festival kuliner dapat memperkenalkan Gonggong kepada audiens yang lebih luas, sementara penggunaan sumber daya lokal dan pengembangan produk turunan seperti keripik atau saus Gonggong, memberikan variasi yang dapat menarik minat lebih banyak konsumen.

Laksa Melayu, sebagai hidangan khas yang kaya akan rempah dan kuah santan pedas, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai simbol budaya Melayu di Batam. Strategi pengembangan Laksa Melayu dapat mencakup inovasi menu, seperti menciptakan variasi Laksa Melayu Seafood, Ayam, atau Vegetarian, untuk memperluas pilihan bagi pelanggan. Menjaga kualitas bahan baku, seperti rempah alami dan bahan segar dari pemasok lokal, sangat penting untuk memberikan keaslian rasa dan mendukung keberlanjutan. Selain itu, promosi melalui media sosial dan partisipasi dalam festival kuliner dapat meningkatkan visibilitas hidangan ini, sementara kerjasama dengan hotel dan resor membantu memperkenalkan Laksa Melayu kepada

wisatawan. Dengan strategi ini, Laksa Melayu dapat menjadi daya tarik kuliner yang mengangkat warisan budaya dan memberikan pengalaman kuliner yang kaya rasa dan nilai gizi.

Seafood sebagai Sumber Daya Laut yang Kaya di Batam memiliki sumber daya laut yang melimpah, menyediakan berbagai jenis seafood segar seperti ikan, udang, kepiting, cumi-cumi, dan kerang. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk menciptakan hidangan seafood berkualitas tinggi. Seafood di Batam dapat diolah menjadi berbagai hidangan, mulai dari seafood bakar, seafood goreng, hingga hidangan khas seperti gulai kepala ikan atau kepiting saus Padang. Strategi pengembangan industri kuliner seafood dapat dimulai dengan memastikan kualitas bahan baku melalui kerjasama langsung dengan nelayan lokal untuk mendapatkan seafood segar. Inovasi menu yang menawarkan hidangan tradisional dan modern juga penting untuk memenuhi selera beragam konsumen. Pemasaran digital, termasuk media sosial dan situs web, dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan promosi dan diskon khusus.

Restoran tepi pantai yang menawarkan pemandangan laut dapat menciptakan pengalaman makan yang unik, sementara kolaborasi dengan industri pariwisata dapat membantu memperluas jangkauan pasar melalui paket perjalanan yang menyertakan kuliner seafood. Selain itu, pelatihan koki dan implementasi program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan setia. Penggunaan teknologi, seperti pemesanan online dan pembayaran digital, juga akan mempermudah pelanggan dalam menikmati hidangan seafood, menciptakan efisiensi operasional bagi bisnis. Strategi-strategi ini dapat menjadikan Batam sebagai destinasi kuliner *seafood* yang terkenal di Indonesia.

Sup Ikan Khas Batam memiliki potensi yang besar untuk menjadi hidangan ikonik yang menarik bagi penduduk lokal maupun wisatawan. Berkat akses Batam yang strategis ke berbagai jenis ikan dan *seafood* segar, sup ikan ini dapat menampilkan cita rasa yang unik dengan kombinasi rempah dan bumbu khas Melayu. Selain itu, nilai gizi tinggi dari ikan dan sayuran membuatnya menjadi pilihan sehat yang menarik bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan, terutama dalam iklim tropis Batam di mana makanan hangat sangat dicari. Untuk memaksimalkan potensi ini, strategi pengembangan dapat meliputi inovasi resep yang mempertahankan keunikan rasa lokal sembari menambahkan variasi bumbu dan jenis ikan. Promosi keberagaman bahan baku lokal juga penting, termasuk menceritakan asal-usul setiap jenis ikan yang digunakan. Mempertimbangkan penggunaan bahan organik dalam pembuatan

sup dapat menarik perhatian konsumen yang peduli dengan keberlanjutan. Pelatihan untuk koki perlu dilakukan agar mereka dapat menyajikan sup ikan dengan konsistensi dan kualitas tinggi.

Pemasaran digital akan menjadi alat penting untuk mempromosikan sup ikan dengan membagikan foto, resep, dan ulasan pelanggan di media sosial. Menawarkan paket menu kombinasi dengan hidangan pendamping seperti nasi atau seafood lainnya dapat meningkatkan daya tarik. Selain itu, menjalin kerjasama dengan pusat pariwisata seperti hotel dan resor untuk menyajikan sup ikan sebagai bagian dari menu mereka akan meningkatkan visibilitas. Akhirnya, melibatkan komunitas lokal dalam pengembangan dan promosi sup ikan akan memastikan pasokan bahan baku berkualitas dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Dengan strategi ini, Sup Ikan Khas Batam dapat menjadi menu andalan yang menarik dan berkelanjutan.

Bingka Bakar adalah hidangan khas yang umumnya terbuat dari bahan-bahan tradisional seperti kelapa parut, tepung beras, dan gula kelapa. Keunikan dan keaslian rasa tradisional dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner lokal. Bingka Bakar memiliki potensi menjadi salah satu kuliner unggulan di Batam, menarik wisatawan yang tertarik dengan hidangan khas daerah (Razak, 2019). Untuk meningkatkan daya tarik Bingka Bakar, beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi inovasi rasa dan topping, dengan variasi seperti tambahan kacang, keju, atau rasa baru seperti coklat dan pandan. Menawarkan opsi pembelian dalam jumlah besar untuk acara khusus juga dapat meningkatkan penjualan. Kemitraan dengan pusat pariwisata dan pusat perbelanjaan untuk membuka stan atau toko Bingka Bakar di lokasi strategis akan memperluas eksposur produk.

Selain itu, melakukan pelatihan dan sertifikasi untuk pengrajin Bingka Bakar akan memastikan kualitas dan konsistensi rasa. Memanfaatkan bahan baku lokal mendukung keberlanjutan dan meningkatkan citra produk. Partisipasi dalam festival kuliner akan memperkenalkan Bingka Bakar kepada lebih banyak orang, menciptakan *buzz* di komunitas kuliner. Mengimplementasikan program diskon dan loyalitas dapat menarik kembali pelanggan setia, sementara pengembangan layanan pengiriman dapat memperluas jangkauan pasar. Melalui kampanye penyuluhan budaya, Bingka Bakar dapat dipromosikan sebagai warisan kuliner lokal, menciptakan kebanggaan masyarakat setempat. Akhirnya, keterlibatan komunitas lokal akan memperkuat koneksi dengan pasar dan mendukung produksi serta pemasaran Bingka Bakar. Dengan strategi ini, Bingka Bakar dapat berkembang menjadi hidangan yang semakin populer di Batam.

KESIMPULAN

Dari analisis potensi wisata kuliner di Kota Batam, dapat disimpulkan bahwa kota ini memiliki kekayaan kuliner yang beragam dan unik. Mie Tarempa, olahan Gonggong, Laksa Melayu, *seafood*, sup ikan, dan Bingka Bakar menunjukkan potensi besar untuk menjadi daya tarik kuliner yang menonjol di Batam.

Saran

Untuk memaksimalkan potensi wisata kuliner di Batam, kolaborasi antar pelaku kuliner, seperti restoran, warung, dan produsen makanan, serta kemitraan dengan sektor perhotelan, dapat memperluas cakupan dan memperkaya pengalaman kuliner bagi wisatawan. Peningkatan promosi digital melalui media sosial dan platform online, didukung oleh foto menarik dan ulasan positif, juga akan memperkuat visibilitas kuliner Batam. Inovasi dalam diversifikasi menu, dengan mengutamakan variasi rasa dan bahan, dapat menarik perhatian wisatawan yang mencari pengalaman kuliner berbeda. Partisipasi aktif dalam festival kuliner serta acara kompetisi juga berpotensi meningkatkan eksposur dan daya tarik kuliner lokal.

Pelatihan untuk para koki dan pelaku usaha mengenai standar kualitas, kebersihan, dan pelayanan akan memastikan pengalaman kuliner yang positif. Pengembangan layanan pengiriman makanan akan memberikan kemudahan bagi wisatawan, sementara pelibatan komunitas lokal, seperti nelayan dan petani, serta penggunaan bahan baku lokal akan mendukung keberlanjutan. Melalui program pendidikan dan penyuluhan, kesadaran masyarakat tentang nilai kuliner lokal dapat ditingkatkan. Terakhir, analisis data pariwisata secara kontinu akan membantu dalam memahami tren dan preferensi wisatawan, memungkinkan penyesuaian strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan sektor kuliner Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamdi, R. (2022). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Bengkong Kota Batam. *Jurnal Menata*, 1(2), 80–84. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/menata-btp/article/view/73>
- Clinton¹, Y. A., & Vanomy², A. E. (2023). Pengembangan Umkm Kuliner Di Kota Batam Melalui Transformasi Ke Platform Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Fortunate Business Review*, 3(1), 25–55. <http://journal.uvers2.ac.id/index.php/fbr/article/view/149>
- Hasnah, V. A., Nugroho, S. P., Wisata, A., & Kuliner, W. (2021). *Gastronomi Makanan Yogyakarta*. 1(1), 141–154.
- Kurniawan, P. H., & Lismayasari, L. (2019). Strategi Promosi Wisata Kuliner Halal Melalui Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional ...*, September, 163–168.

- <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1527%0Ahttps://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/download/1527/913>
- Purnomo, A. M. (2021). Reposisi Autentisitas dalam Wisata Kuliner: Kasus Perkembangan Makanan Lokal dalam Usaha Jasa Wisata Kuliner Kota Bogor. *Proceeding Seminar Nasional*, 406–415.
- Purnomo, A. M. (2022). Attraction of Culinary Tourism Destinations To Promote Sustainability Development During the Pandemic. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(2), 190–207.
- Putra, M. D. (2021). *Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abrahamam Maslow*. 1–155.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2).
- Rona. (2019). Wisata Kuliner. In *Medcom: Vol. (Issue)*. <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMvRAVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>
- Sirait, A. (2023). *WSO Angels Award Q4 2022*. 1(March).
- Sotiriadis, M. D., & Varvaressos, S. (2015). Strategic analysis of the Greek leisure tourism: Competitive position, issues and challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1S1), 319–332.
- Subagio, D. P. W., Hastari, S., & Sutikno, B. (2022). Kekuatan Authenticity pada makanan local tradisional serta hubungannya dengan pride dan loyalty Gen Milenial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(4), 267–280.
- Sutedja, W., & Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Binawakya*, 55(4), 524–530.
- Tenny, S., Brannan, J. M., & Brannan, G. D. (2017). *Qualitative study*.
- Vonthron, S., Perrin, C., & Souldard, C. T. (2020). Foodscape: A scoping review and a research agenda for food security-related studies. *PLoS ONE*, 15(5), 1–26.
- Zaenuddin, M. (2023). Strategi Kebijakan Pembangunan di Kota Batam. *ELASTISITAS-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1). <https://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/71>
- Alhamdi, R. (2022). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Bengkulu Kota Batam. *Jurnal Menata*, 1(2), 80–84. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/menata-btp/article/view/73>
- Clinton¹, Y. A., & Vanomy², A. E. (2023). Pengembangan Umkm Kuliner Di Kota Batam Melalui Transformasi Ke Platform Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Fortunate Business Review*, 3(1), 25–55. <http://journal.uvers2.ac.id/index.php/fbr/article/view/149>
- Hasnah, V. A., Nugroho, S. P., Wisata, A., & Kuliner, W. (2021). *Gastronomi Makanan Yogyakarta*. 1(1), 141–154.
- Kurniawan, P. H., & Lismayasari, L. (2019). Strategi Promosi Wisata Kuliner Halal Melalui Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Batam. *Prosiding Seminar Nasional ...*, September, 163–168. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1527%0Ahttps://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/download/1527/913>
- Purnomo, A. M. (2021). Reposisi Autentisitas dalam Wisata Kuliner: Kasus Perkembangan Makanan Lokal dalam Usaha Jasa Wisata Kuliner Kota Bogor. *Proceeding Seminar Nasional*, 406–415.
- Purnomo, A. M. (2022). Attraction of Culinary Tourism Destinations To Promote Sustainability Development During the Pandemic. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(2), 190–207.
- Putra, M. D. (2021). *Kebutuhan Manusia Dalam Pemikiran Abrahamam Maslow*. 1–155.

- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2).
- Rona. (2019). Wisata Kuliner. In *Medcom: Vol. (Issue)*. <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/MkMvRAVK-sejarah-macaron-makanan-imut-dari-prancis-diyakini-ada-sejak-tahun-1533>
- Sirait, A. (2023). *WSO Angels Award Q4 2022*. 1(March).
- Sotiriadis, M. D., & Varvaressos, S. (2015). Strategic analysis of the Greek leisure tourism: Competitive position, issues and challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1S1), 319–332.
- Subagio, D. P. W., Hastari, S., & Sutikno, B. (2022). Kekuatan Authenticity pada makanan local tradisional serta hubungannya dengan pride dan loyalty Gen Milenial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(4), 267–280.
- Sutedja, W., & Wahyuningsih, S. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Binawakya*, 55(4), 524–530.
- Tenny, S., Brannan, J. M., & Brannan, G. D. (2017). *Qualitative study*.
- Vonthron, S., Perrin, C., & Souldard, C. T. (2020). Foodscape: A scoping review and a research agenda for food security-related studies. *PLoS ONE*, 15(5), 1–26.
- Zaenuddin, M. (2023). Strategi Kebijakan Pembangunan di Kota Batam. *ELASTISITAS-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1).
<https://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/71>