

Pisang Epe Sebagai Representasi Identitas Kuliner Lokal: Kajian Gastronomi terhadap Daya Tarik Wisata Kota Makassar

Meidy Putri Utami¹, Yogi Pambudi², Nasrullah³, Hardianti⁴

Universitas Fajar¹
meidy@unifa.ac.id
Universitas Riau²
yogi.pambudi@lecturer.unri.ac.id
Universitas Fajar³
nasrullah@unifa.ac.id
Politeknik Pariwisata Makassar⁴
hardianti@poltekparmakassar.ac.id

Abstract: This study examines Pisang Epe, a traditional grilled banana snack from Makassar, as a representation of local culinary identity and as a key attraction within the city's emerging gastronomic tourism. Using a qualitative case study design, data were collected through participant observation at Pantai Losari, in-depth interviews with vendors and tourists, and analysis of promotional materials and social media content. The analysis explores how historical-geographical, gastronomic, and socio-cultural dimensions are articulated through this food. Findings show that Pisang Epe embodies coastal agrarian heritage while being strongly anchored to Pantai Losari, creating a distinctive sense of place for residents and visitors. Its simple but specific preparation techniques and sensory characteristics construct an authentic culinary identity that differentiates it from other banana-based products, even as contemporary toppings are introduced to meet changing tourist preferences. The study also reveals that consumption of Pisang Epe functions as a social ritual that mediates interaction between locals and tourists, enhances memorable tourism experiences, and supports the livelihoods of micro and small enterprises. Overall, Pisang Epe contributes to strengthening Makassar's city branding as a gastronomic destination and demonstrates how everyday street food can be strategically leveraged in culturally grounded and sustainable culinary tourism development.

Keywords: Pisang Epe; Makassar City; Gastronomy Tourism; Local Culinary Identity; Tourist Attraction

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini tidak hanya berfokus pada atraksi alam dan buatan, tetapi juga pada pengalaman budaya yang mendalam. Salah satu bentuk pengalaman budaya yang semakin populer adalah wisata kuliner. Pariwisata kuliner semakin diakui sebagai komponen penting dalam keseluruhan pengalaman wisata, yang memfasilitasi hubungan autentik antara wisatawan dan identitas kuliner lokal.

Pariwisata gastronomi adalah sebuah istilah yang masih berkaitan dengan pariwisata kuliner yang muncul sebagai segmen penting dalam industri pariwisata, didorong oleh meningkatnya minat wisatawan untuk mengksplorasi budaya makanan lokal dan pengalaman kuliner. Jenis pariwisata ini ditandai dengan keinginan wisatawan untuk terlibat secara mendalam dengan warisan kuliner dari daerah yang mereka kunjungi, sehingga menjadikan gastronomi sebagai daya tarik utama bagi destinasi di seluruh dunia (Pavlidis & Mapkavtovatou, 2020; Resmi et al., 2023; Sukenti, 2014).

Hubungan antara kuliner dan identitas budaya sangat erat dalam pariwisata kuliner. Wisatawan sering kali ingin merasakan pengalaman makan yang benar – benar mewakili budaya setempat sehingga mereka bisa lebih memahami dan merasa terhubung dengan daerah yang dikunjungi (Mogollón et al., 2020; Peranginangin, 2023). Pariwisata gastronomi bukan hanya sekedar

mencicipi hidangan lokal, tetapi mencakup pengalaman holistic yang melibatkan pemahaman terhadap narasi budaya, sejarah dan sosial yang terkait dengan makanan (Lopes et al., 2023).

Pariwisata kuliner umumnya berfokus pada aktivitas mencicipi makanan lokal, sedangkan pariwisata gastronomi menekankan pengalaman yang lebih mendalam, mencakup proses produksi, cerita budaya, hingga interaksi sosial yang terjadi melalui makanan. Perspektif ini melihat bagaimana kuliner lokal dapat berfungsi sebagai media pertukaran budaya dan pembentukan identitas, yang pada akhirnya memperkaya pengalaman wisata (Lu & Hu, 2021).

Pada tahun 2023, Pemerintah Kota Makassar meluncurkan program “**Makan Enak**” sebagai upaya mempromosikan identitas kuliner lokal dan memperkuat citra Makassar sebagai kota wisata kuliner unggulan. Kuliner di Makassar semakin dikenal karena kekayaan ragam makanan dan identitas budaya yang unik. Pemanfaatan rasa tradisional dan bahan – bahan lokal yang mencerminkan nilai sosial dan budaya masyarakat Makassar. Pariwisata kuliner juga menjadi penggerak ekonomi yang penting bagi Makassar. Pertumbuhannya didorong oleh preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi dari mulut ke mulut antar wisatawan (Isma et al., 2024). Peran media sosial juga sangat penting dalam mempromosikan

makanan khas seperti Coto Makassar, Sop Saudara, Konro, Pallu Basa, Pisang Ijo, Pisang Epe yang kini menjadi ikon kuliner dan sering ditampilkan dalam promosi pariwisata untuk menarik wisatawan (Muhara et al., 2022)

Aspek lain yang penting adalah representasi budaya dalam kuliner Makassar. Makanan bukan hanya sekedar berfungsi sebagai daya tarik wisaya, melainkan turut pula menjadi sarana untuk memahami keragaman budaya. Keberagaman etnis, terutama Budaya Bugis dan Makassar, menghasilkan perpaduan kuliner yang kaya dan menjadi simbol identitas serta warisan budaya daerah (Jariyah et al., 2024)

Pisang Epe, hidangan tradisional khas Makassar mempresentasikan identitas kuliner lokal sekaligus berperan sebagai daya tarik wisata yang penting. Pisang Epe terbuat dari pisang yang dipanggang dan umumnya disajikan dengan berbagai pilihan topping, mencerminkan kesederhanaan sekaligus kekayaan bahan lokal. Keberadaannya tidak hanya sekadar panganan, melainkan juga simbol kebersamaan dan interaksi sosial, terutama di kawasan Pantai Losari. Fenomena ini menjadikan Pisang Epe sebagai salah satu identitas kuliner lokal yang mewakili karakter Kota Makassar. Pariwisata kuliner yang berbasis pada makanan khas seperti Pisang Epe berperan penting dalam pembangunan ekonomi Makassar.

Kajian gastronomi memandang makanan bukan hanya sebagai kebutuhan biologis, tetapi juga sebagai fenomena budaya yang sarat makna. Melalui perspektif ini, Pisang Epe dapat dipahami bukan hanya dari segi rasa dan teknik penyajiannya, tetapi juga dari perannya dalam membentuk identitas budaya, menciptakan pengalaman wisatawan, dan memperkuat daya tarik pariwisata Makassar. Dengan demikian, Pisang Epe memiliki potensi untuk menjadi narasi yang mewakili karakter Kota Makassar di mata wisatawan.

Meskipun kekayaan kuliner Makassar telah diakui secara luas, namun teridentifikasi adanya kesenjangan (*research gap*) yang signifikan: penelitian yang secara spesifik membahas Pisang Epe sebagai representasi identitas kuliner lokal masih sangat terbatas. Sebagian besar literatur sebelumnya cenderung berfokus pada kuliner yang lebih populer seperti Coto Makassar atau Pallubasa, sehingga aspek filosofis, simbolis, dan peran Pisang Epe dalam membentuk citra destinasi belum banyak dieksplorasi. Padahal, pemahaman yang mendalam mengenai Pisang Epe dari perspektif gastronomi sangat krusial untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata kuliner berbasis budaya yang autentik dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan tujuan utama menganalisis Pisang Epe sebagai representasi identitas kuliner lokal, mengeksplorasi pengalaman wisatawan dalam menikmatinya,

dan mengidentifikasi perannya dalam memperkuat citra Kota Makassar sebagai destinasi gastronomi.

TINJAUAN PUSTAKA

Gastronomi dalam Pariwisata

Istilah “kuliner” biasa digunakan secara populer, namun “gastronomi” memiliki cakupan yang lebih luas karena juga menggambarkan evolusi pola konsumsi dan budaya makan (Maulana Rahmad Sani, Mirna Nur Alia, 2016). Gastronomi memiliki lingkup yang lebih luas dibandingkan kuliner, karena tidak hanya memusatkan perhatian pada makanan lokal sebagai objek utama, tetapi juga mengkaji keterkaitan makanan dengan budaya dan nilai-nilai yang berkembang di suatu daerah. Gastronomi dapat dipahami sebagai seni dalam menikmati dan memahami makanan, yang menghubungkan aspek rasa dengan pengetahuan tentang sejarah dan budaya setempat sebagai bentuk kearifan lokal. Oleh karena itu, gastronomi bukan sekadar berbicara tentang kuliner, melainkan juga berpotensi menjadi daya tarik wisata yang mampu menarik minat banyak orang melalui pengalaman budaya yang ditawarkannya. Astronomi tidak hanya berkaitan dengan makanan tetapi juga melibatkan elemen budaya, sosial, dan ekonomi yang berdampak pada pengalaman wisatawan.

Penelitian menunjukkan bahwa gastronomi berperan dalam membangun daya tarik

destinasi dan meningkatkan kepuasan serta niat kunjungan kembali wisatawan (Durmaz et al., 2022; Sutiadiningsih et al., 2024; Peranganinangin, 2025).

Gastronomi dipahami tidak hanya dalam konteks makanan, tetapi juga mencakup elemen budaya sosial, dan ekonomi yang berdampak pada pengalaman wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa gastronomi berperan dalam membangun daya tarik destinasi dan meningkatkan kepuasan serta niat kunjungan kembali wisatawan. Sebagai contoh, di Bandung, kota tersebut mengembangkan citra kuliner mereka dengan menonjolkan makanan tradisional sebagai bagian dari identitas mereka, memberikan pengalaman yang autentik bagi wisatawan (Resmi et al., 2023).

Keunikan serta kualitas pengalaman gastronomi memiliki peran yang signifikan dalam pengelolaan dan strategi promosi pariwisata. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Sutiadiningsih et al., 2024) menunjukkan bahwa dimensi kualitas gastronomi berpengaruh secara nyata terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Pengalaman kuliner yang direncanakan secara matang mampu meningkatkan keterlibatan wisatawan dengan memperkenalkan budaya lokal melalui hidangan yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga menyimpan cerita serta nilai-nilai budaya yang mendalam di baliknya (Yoo et al., 2022).

Identitas Kuliner Lokal

Identitas kuliner lokal dalam konteks gastronomi merefleksikan keragaman budaya dan tradisi yang dimiliki Indonesia. Seiring dengan perkembangan pesat pariwisata gastronomi, kuliner kini tidak lagi sekadar menjadi pelengkap, melainkan bagian inti dari pengalaman wisata yang autentik. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya jumlah wisatawan yang menjadikan eksplorasi kuliner sebagai motivasi utama dalam memilih destinasi perjalanan mereka (Tatawinarta et al., 2025).

Kuliner lokal yang berlandaskan pada tradisi serta praktik kuliner masyarakat setempat berperan sebagai cerminan karakter dan sejarah suatu komunitas, sekaligus memperkaya identitas gastronomi Indonesia. Nasi Jamblang dari Cirebon menunjukkan bagaimana kesederhanaan dalam cita rasa dapat menarik perhatian wisatawan, membuktikan bahwa keunikan makanan tradisional mampu memenuhi selera kuliner modern dan tetap relevan dalam gelaran pariwisata lokal (Loehermin & Susanto, 2024).

Di beberapa wilayah, seperti Desa Kemiren di Indonesia, makanan tradisional memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pariwisata budaya dan kuliner, sekaligus merepresentasikan keanekaragaman hayati serta praktik pertanian lokal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata kuliner

berbasis etnik memiliki potensi besar, di mana kekayaan warisan kuliner suatu daerah dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang autentik (Putri et al., 2017). Lebih jauh, keterkaitan antara preferensi rasa dan praktik sosial yang dijelaskan melalui konsep *habitus* dari Bourdieu mengungkapkan bahwa pilihan makanan seseorang dipengaruhi oleh lingkungan budaya dan sosial di sekitarnya (Højlund, 2015). Hal ini menegaskan bahwa kuliner khas daerah tidak hanya memperkuat identitas komunitas, tetapi juga mampu memikat wisatawan serta masyarakat lokal, sehingga membentuk hubungan yang kompleks dan sarat makna budaya melalui makanan.

Demikian pula dengan Coto Makassar, yang telah menjadi sajian ikonik dan identik dengan Kota Makassar. Hidangan ini bukan hanya sekadar makanan, tetapi juga mencerminkan sejarah, budaya, dan kearifan lokal masyarakat setempat. Keautentikan rasa dan cara penyajiannya menjadikan Coto Makassar bagian penting dari identitas kuliner lokal, sekaligus memperkuat citra Makassar sebagai destinasi wisata gastronomi yang khas. Hal yang sama juga terlihat pada Pisang Epe, jajanan tradisional yang sederhana namun sarat makna budaya. Kehadirannya tidak hanya menawarkan cita rasa unik, tetapi juga merepresentasikan gaya hidup dan tradisi masyarakat pesisir

Makassar, sehingga memperkaya keragaman identitas kuliner kota ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi Pisang Epe sebagai representasi identitas kuliner lokal Kota Makassar (Sembiring, Perangnangin, & Kartika, 2025). Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami makna budaya, sejarah, dan sosial yang terkandung dalam Pisang Epe, serta pengalaman wisatawan yang bersifat kontekstual dan mendalam. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif di Pantai Losari, untuk mengamati proses pembuatan dan penyajian Pisang Epe, interaksi antara penjual dan pembeli, serta suasana sosial di sekitarnya; wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pedagang dan wisatawan, untuk memperoleh narasi tentang peran Pisang Epe dalam identitas kuliner dan pariwisata Makassar, serta dokumentasi dan analisis media, termasuk materi promosi dan konten media sosial, untuk menelaah representasi Pisang Epe di ruang publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pisang Epe melalui kesederhanaan bahan dan prosesnya, berfungsi sebagai representasi identitas kuliner lokal Kota Makassar yang otentik dan kuat. Hal ini dapat dianalisis melalui dimensi historis, geografis dan gastronomi. Melalui dimensi geografis, kehadiran Pisang Epe yang terpusat di kawasan Pantai

Losari menunjukkan adanya ikatan geografis yang kuat. Pantai Losari, sebagai ruang publik utama (RPLH, 2021), telah bertransformasi menjadi titik temu sosial dan komersial dimana kuliner lokal menjadi medium interaksi (Lopes et al., 2023). Secara historis, penggunaan pisang dan gula aren sebagai bahan baku utama merefleksikan kekayaan agrikultural Sulawesi Selatan. Temuan lapangan menunjukkan bahwa warisan ini dijaga oleh para pedagang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan *“Dulu kami cuma pakai pisang kepok dan gula merah saja, yang penting hangat. Tidak banyak macam-macam. Itu makanan rakyat, semua bisa beli.”* Makanan yang memaksimalkan pemanfaatan bahan-bahan lokal tanpa proses yang rumit, seperti Pisang Epe, dapat menumbuhkan kebanggaan regional dan memperkuat ikatan dengan komunitas lokal (Gairola et al., 2021).

Pisang Epe merupakan contoh kearifan lokal dalam mentransformasi hasil pertanian menjadi hidangan yang populer dan memiliki nilai jual. Secara gastronomi, Pisang Epe memiliki ciri khas pada proses memipikan (di epe') pisang yang telah dipanggang. Teknik pemanggangan (dengan arang) dan pemipikan ini bukan sekedar teknik memasak, melainkan sebuah identitas visual dan tekstural yang membedakannya dari olahan pisang lain. Dalam kajian gastronomi, proses unik ini melambangkan kekhasan budaya yang tidak bisa

direplikasi di sembarang tempat, menjadikannya sarana yang efektif untuk mengomunikasikan warisan budaya (Yoo et al., 2022).

Bagi masyarakat Makassar, Pisang Epe bukan hanya makanan, tetapi bagian dari praktik sosial berkumpul di Pantai Losari. Kesederhanaannya justru menjadi kekuatan, karena memungkinkan adaptasi rasa yang fleksibel (berbagai *topping* modern) tanpa menghilangkan keautentikan dasar (pisang panggang dan gula aren cair). Identitas kuliner Pisang Epe tidak bersifat statis, melainkan dinamis, terutama dalam menghadapi tuntutan pasar pariwisata gastronomi. Observasi menemukan adanya pergeseran signifikan pada variasi produk, di mana Pisang Epe kini disajikan dengan *topping* modern seperti keju, cokelat, *matcha*, hingga sereal.

Pergeseran ini dapat dilihat sebagai bentuk komodifikasi budaya yang diperlukan untuk menarik segmen wisatawan yang lebih luas, terutama generasi muda dan wisatawan milenial. Meskipun terjadi adaptasi, *authenticity* dari Pisang Epe (memanggang dan memipihkan pisang) tetap dipertahankan. Seorang wisatawan muda dari Jakarta, Kak Mika (28 tahun), menyatakan, "Saya tahu ini makanan tradisional, tapi *topping* keju membuat rasanya lebih familiar dan cocok untuk foto. Jadi, tetap dapat tradisionalnya, tapi sesuai selera saya."

Kualitas gastronomi sangat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan niat kunjungan kembali (Durmaz et al., 2022; Sutiadiningsih et al., 2024). Pengalaman menyantap Pisang Epe yang baru dipanggang menawarkan aroma asap arang yang khas, tekstur renyah di luar dan lembut di dalam, serta kombinasi rasa manis dari gula aren.

Pengalaman ini diperkuat oleh faktor keautentikan (Mogollón et al., 2020). Wisatawan merasakan keautentikan bukan hanya dari rasa, tetapi juga dari *setting* penyajiannya: gerobak sederhana di pinggir Losari, interaksi langsung dengan penjual, dan menikmati hidangan saat matahari terbenam. Hal ini menciptakan pengalaman yang mendalam dan berkesan, jauh melebihi sekadar nilai kalori.

Pisang Epe tidak dapat dipisahkan dari lingkungannya, menjadikannya elemen kunci dalam pembentukan *sense of place* Makassar. Penjualan Pisang Epe di Pantai Losari menciptakan ruang interaksi sosial yang kental. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang memberikan pemahaman akan identitas budaya setempat. Pengalaman membeli Pisang Epe di Pantai Losari memenuhi kebutuhan ini, di mana wisatawan menjadi bagian dari ritual sore hari masyarakat Makassar. Keterlibatn dengan lingkungan sosial ini memperkaya memori perjalanan dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Sebagai produk lokal yang unik, Pisang Epe memiliki peran strategis dalam memperkuat **citra destinasi** Makassar dan mendukung upaya Pemerintah Kota dalam program "Makan Enak." Pisang Epe memperkuat *Branding* dan *Ikonografi Kuliner*, meskipun kuliner berat seperti Coto Makassar dan Konro telah menjadi ikon utama, Pisang Epe mengisi celah sebagai ikon *street food* atau *dessert* yang mudah diakses dan ramah media sosial. Dalam strategi promosi pariwisata modern, makanan yang memiliki visual unik dan narasi budaya yang menarik sangat efektif untuk ditampilkan di media sosial.

Pisang Epe memberikan *diversifikasi produk* yang penting bagi Makassar sebagai destinasi gastronomi. Peran Pisang Epe yang utama dimainkan oleh pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) di sepanjang Losari. Pariwisata kuliner yang berbasis pada makanan khas seperti Pisang Epe berperan penting dalam pembangunan ekonomi lokal. Dengan mempromosikan Pisang Epe, pemerintah dan pelaku pariwisata dapat memastikan bahwa manfaat ekonomi dari wisata kuliner tersebar hingga ke tingkat masyarakat akar rumput. Penguatan *branding* dan penataan kawasan penjualan Pisang Epe dapat menjadi kunci dalam strategi pengembangan wisata kuliner berkelanjutan, yang tidak hanya mengejar profit tetapi juga menjaga otentisitas dan memberdayakan komunitas lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pisang Epe merepresentasikan identitas kuliner lokal Kota Makassar melalui tiga dimensi utama: historis-geografis, gastronomi, dan sosial. Secara historis, pisang epe melambangkan kearifan lokal dalam pemanfaatan bahan baku agrikultural pesisir (pisang dan gula aren), menjadikannya makanan rakyat yang mudah diakses. Secara geografis, pisang epe terikat erat dengan Pantai Losari sebagai titik temu sosial, membentuk ikatan emosional (sense of place) yang unik bagi masyarakat dan wisatawan. Secara gastronomi, teknik pemanggangan dan pemipihan (*di'epe'*) berfungsi sebagai identitas visual dan tekstural yang otentik dan membedakannya dari produk olahan pisang lainnya. Pengalaman wisatawan dalam menikmati Pisang Epe bersifat holistik dan autentik. Keunikan sensorik dari aroma asap arang dan kombinasi tekstur diperkuat oleh konteks sosial dan atmosfer di Pantai Losari. Adaptasi dengan *topping* modern berhasil memperluas daya tarik produk, nilai historisnya rentan tereduksi menjadi sekadar camilan populer. Pisang Epe berperan signifikan dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner Makassar dengan melengkapi citra destinasi. Pisang Epe mengisi segmen ikon *street food* yang mudah diakses dan ramah media sosial, yang sangat penting untuk

diversifikasi produk di samping kuliner berat seperti Coto dan Konro.

Saran

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan pada kajian gastronomi dan pariwisata, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian komparatif. Misalnya, melakukan studi yang membandingkan Pisang Epe dengan *street food* ikonik lainnya dari kota lain guna mengidentifikasi elemen non-makanan (seperti lokasi dan *storytelling*) yang paling efektif dalam membangun citra destinasi gastronomi.

Untuk memperkuat daya tarik Pisang Epe sebagai ikon kuliner Makassar, Pemerintah Kota (Dinas Pariwisata) disarankan untuk mengambil langkah strategis, yaitu menerapkan standardisasi minimum terkait resep dasar, kebersihan, dan harga wajar bagi pedagang di Losari guna menjamin konsistensi kualitas bagi wisatawan. Pemerintah juga perlu memfasilitasi integrasi *storytelling* dengan menyediakan papan informasi atau media edukasi berbasis kode QR yang memuat narasi sejarah dan filosofi Pisang Epe, sehingga pengalaman wisatawan menjadi lebih holistik. Sementara itu, Pelaku Usaha Kuliner (Pedagang) didorong untuk meningkatkan kualitas sanitasi dan pengelolaan limbah di area penjualan untuk memenuhi aspek *Tangibles* dalam kualitas layanan. Terakhir,

pengembangan *branding* dan *packaging* yang khas Bugis-Makassar disarankan agar Pisang Epe dapat diposisikan tidak hanya sebagai makanan di tempat, tetapi juga sebagai oleh-oleh khas yang memperkuat citra gastronomi Kota Makassar.

Daftar Pustaka

- Durmaz, Y., ÇAYIRAĞASI, F., & COPUROĞLU, F. (2022). The Mediating Role of Destination Satisfaction Between the Perception of Gastronomy Tourism and Consumer Behavior During COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100525. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100525>
- Gairola, S. P., Tyagi, Y. K., Gangil, B., & Jha, K. (2021). Physio-Mechanical & Wear Performance of Banana Fiber/Walnut Powder Based Epoxy Composites. *Acta Innovations*, 41, 42–55. <https://doi.org/10.32933/actainnovations.41.4>
- Højlund, S. (2015). Taste as a Social Sense: Rethinking Taste as a Cultural Activity. *Flavour*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/2044-7248-4-6>
- Isma, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., & Rahmawati, R. (2024). A Quantitative Study on Culinary Tourism: The Effect of Service Quality on Purchase Decision Through Trust and Word of Mouth. 1(1), 177–191. <https://doi.org/10.33649/iconmths.v1i1.378>
- Jariyah, A., Sahabuddin, R., Rakib, M., & Najamuddin, N. (2024). Potensi Kota Makassar Sebagai Kota Wisata Kuliner Menuju Makassar Kota Kreatif. *Referensi Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 115–127. <https://doi.org/10.33366/ref.v12i1.5646>
- Lohermin, M. T., & Susanto, P. (2024). Pengaruh Gastronomi Terhadap Wisata Kuliner Nasi Jamblang (Studi Kasus Rumah Makan Nasi Jamblang Ibu Nur). *Kaganga Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial-Humaniora*, 7(2), 1466–1480. <https://doi.org/10.31539/kagangav7i2.10766>
- Lopes, T. H. C. R., Klein, W. L., & Fontana, R. de F. (2023). Gastronomy as a Tool for Rural Tourism Development - The Case of Casa Carnasciali Winery. *Applied Tourism*, 8(1), 63–73. <https://doi.org/10.14210/at.v8i1.19706>
- Lu, Y., & Hu, Y. (2021). Research on the Relationships Between Destination Image, Perceived Value and Tourism Experience of Gastronomy Tourism--a Case of Macao Food Tourists. *E3s Web of Conferences*, 251, 3038. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125103038>
- Maulana Rahmad Sani, Mirna Nur Alia, D. R. (2016). SATE PADANG SUMATERA BARAT SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN DI INDONESIA SATE. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3, 302.
- Mogollón, J. M. H., Di-Clemente, E., & Cerro, A. M. C. (2020). Culinary Travel Experiences, Quality of Life and Loyalty. *Spanish Journal of Marketing - Esic*, 24(3), 425–446. <https://doi.org/10.1108/sjme-11-2019-0094>
- Muhara, F. Z., Majid, A., & Muttaqin, A. (2022). Communication Effectiveness of Makassar Tourism Services in Promoting Epe Banana as Culinary Tourism on Social Media at Losari Beach Pallet. 3(1), 99–108. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i1.99>
- Pavlidis, G., & Μαρκαντωνάτος, Σ. (2020). Gastronomic Tourism in Greece and Beyond: A Thorough Review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100229. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100229>
- Peranginangin, Jasanta (2023) The Influence of Brand Image, Product Uniqueness, and

- Customer Satisfaction on Repurchase Intentions in the Culinary Business, *Advances in Business, Economic, and Management Research*, No. 244
- Peranginangin, Jasanta (2025), *Manajemen Desa Wisata*, PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa, Jakarta.
- Putri, W. K., Hakim, L., & Indriyani, S. (2017). Plants Diversity for Ethnic Food and the Potentiality of Ethno-Culinary Tourism Development in Kemiren Village, Banyuwangi, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 5(3), 161–168.
<https://doi.org/10.21776/ub.jito.de.2017.005.03.04>
- Resmi, I. C., Dhewanto, W., & Dellyana, D. (2023). *Gastronomy Tourism: Local Food and Tourism Experience in Bandung*. 1804–1810.
https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_190
- Sembiring, T. Peranginangin, J., & Kartika, G 2024) Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Sabajaya Publishing.
- Sukenti, K. (2014). Gastronomy Tourism in Several Neighbor Countries of Indonesia: A Brief Review. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 2(2), 55–63.
<https://doi.org/10.21776/ub.jito.de.2014.002.02.03>
- Sutiadiningsih, A., Mahfud, T., Dang, V. H., PURWIDIANI, N., WATI, G. R., & DEWI, I. H. P. (2024). The Role of Gastronomy Tourism on Revisit and Recommendation Intentions: The Mediation Analysis of Tourist Satisfaction. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 195–202.
<https://doi.org/10.30892/gtg.52118-1195>
- Tatawinarta, B., Anggraeni, W., & Mogi, A. H. (2025). Inovasi Kuliner Peranakan Cirebon Di Restoran Marina Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Kota Cirebon. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(6). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i6.59918>
- Yoo, J., Park, J., & Cho, M. (2022). Cocreation of Gastronomy Experience Through Cooking Classes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3230–3252.
<https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2021-1152>