Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)
E-ISSN: 2720-9873 / https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index
https://dx.doi.org/10.31314/tulip.8.2.168-174.2025

Gastronomi sebagai Media Pengembangan Wisata Kuliner Melalui Pendekatan Tetrapreneur di Destinasi Gorontalo

Anggraeni M.S. Lagalo[1], Rika Fatimah PL[2]
[1] Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia
[2] Departemen Manajemen, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Corresponding Author rikafatimahpl@ugm.ac.id

Abstract:
Gastronomy serves as a strategic approach in the development of sustainable culinary tourism. Beyond its economic potential, gastronomy also represents cultural identity and promotes local economic empowerment. The province of Gorontalo is rich in distinctive culinary heritage, such as Binthe Biluhuta, Ilabulo, and Tiliaya, which remain underutilized in the region's tourism development. This study aims to analyze the strategic role of gastronomy in advancing culinary tourism as a primary vehicle for local economic empowerment through the Tetrapreneur approach. It also seeks to assess how this approach can contribute to building an inclusive and sustainable tourism ecosystem. The research employs a descriptive qualitative method through document analysis, including regional development plans, tourism and creative economy policies, and academic literature on gastronomy and the Tetrapreneur framework. The findings indicate that Gorontalo's gastronomic potential has significant development prospects, yet its utilization is constrained by limited innovation among MSMEs, weak digital promotion, and insufficient cross-sectoral collaboration. The Tetrapreneur approach which encompasses *sociopreneur*ship, *Ecopreneur* ship, *Tetrapreneur*ship, and *Culturpreneur*ship offers a strategic framework for integrating local values into tourism development. The study concludes that the integration of gastronomy into regional tourism policies, the implementation of Tetrapreneur training, and the strengthening of multi-stakeholder collaboration are essential to positioning gastronomy as a central pillar of sustainable tourism in Gorontalo.

Keywords: Gastronomy; Culinary Tourism; Tetrapreneur Model

Abstrak:
Gastronomi merupakan pendekatan strategis dalam pengembangan wisata kuliner berkelanjutan. Selain itu, gastronomi merepresentasikan identitas budaya sekaligus mendorong pemberdayaan ekonomi lokal. Provinsi Gorontalo memiliki kekayaan kuliner khas seperti Binthe Biluhuta, Ilabulo, dan Tiliaya yang belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam pengembangan pariwisata daerah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis gastronomi dalam pengembangan wisata kuliner sebagai media utama pemberdayaan ekonomi lokal melalui pendekatan Tetrapreneur. serta menilai bagaimana pendekatan ini mampu membentuk ekosistem pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi dokumentasi yakni kurang lebih 35 dokumen terhadap dokumen pembangunan daerah, kebijakan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, serta literatur akademik mengenai gastronomi dan Tetrapreneur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi gastronomi di Gorontalo memiliki prospek pengembangan yang signifikan, namun pemanfaatannya masih terkendala oleh keterbatasan inovasi UMKM, lemahnya promosi digital, dan kurangnya sinergi lintas sektor. Pendekatan Tetrapreneur yang mencakup nilai *sociopreneur*, *Ecopreneur* , *Tetrapreneur*, dan *Culturpreneur* menawarkan kerangka strategis untuk mengintegrasikan nilai-nilai lokal dalam pengembangan wisata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi gastronomi dalam kebijakan pariwisata daerah, pelatihan Tetrapreneur, dan penguatan kolaborasi lintas aktor sangat penting untuk menjadikan gastronomi sebagai pilar utama pariwisata berkelanjutan di Gorontalo.

Kata Kunci: Gastronomi; Wisata Kuliner; Tetrapreneur Model

Under the License CC BY-SA 4.0
Copyright© 2025, Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)

Pendahuluan

Sektor pariwisata semakin menegaskan perannya sebagai pilar utama ekonomi global. Menurut laporan terakhir world Travel & Tourism Council (WTTC) bahwa pariwisata menyumbang sekitar 10% dari PDB dunia di tahun 2024 atau setara dengan USD 10,9 triliun. Pertumbuhan ini menunjukkan peningkatan sekitar 8,5% dibandingkan tahun 2023, bahkan melampaui rekor pra-pandemi 2019 sekitar 6% (TornosNews, 2025). Menurut data terbaru dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO), jumlah kunjungan wisatawan internasional pada tahun 2024 mencapai sekitar 1,4 miliar, mengalami peningkatan sebesar 11% dibandingkan tahun sebelumnya, dan telah mencapai 99% dari tingkat kunjungan pra-pandemi tahun 2019 (World Tourism Barometer, 2025).Secara keseluruhan, tren ini menunjukkan bahwa pariwisata terus tumbuh ke tingkat yang lebih tinggi (World Travel & Tourism Council, 2025).

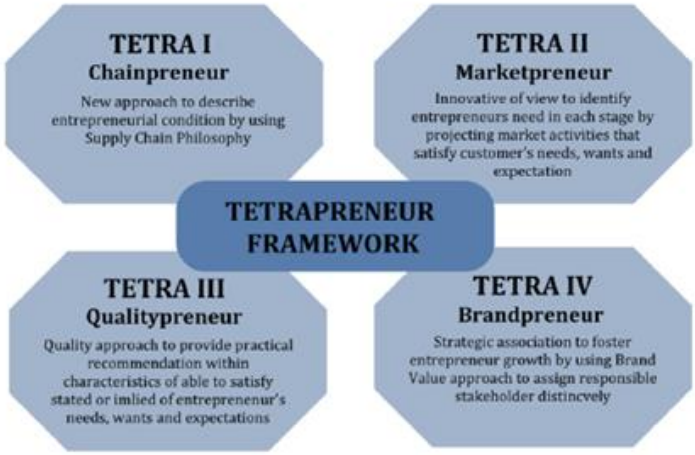
Salah satu segmen pariwisata yang berkembang pesat adalah wisata kuliner atau gastronomi. Seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman autentik, pengalaman kuliner tidak hanya menjadi pelengkap perjalanan, tetapi telah berkembang menjadi motivasi utama dalam memilih destinasi wisata (Hall, 2003). Gastronomi tidak lagi diposisikan sebagai daya tarik wisata, melainkan telah menjadi komponen strategis dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Peranannya mencakup pelestarian identitas budaya lokal, diversifikasi produk pariwisata, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui keterlibatan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam rantai pasok wisata kuliner (Anne-Mette Hjalager & Greg Richards, 2002). Gastronomi tidak lagi dipahami sebagai kegiatan konsumsi makanan, namun juga sebagai entitas budaya, ekonomi, dan sosial yang dapat diangkat menjadi kekuatan pengembangan wisata (Giampiccoli & Mnguni, 2022). Gastronomi sebagai perwujudan identitas kuliner suatu wilayah, berperan penting dalam membentuk identitas dan daya tarik sebuah destinasi wisata kuliner yang menarik wisatawan serta membentuk pengalaman otentik (Wachyuni, 2024). Melalui gastronomi, makanan lokal diposisikan sebagai warisan budaya yang sarat akan nilai historis dan narasi sosial, sekaligus berfungsi sebagai komoditas ekonomi dalam konteks pariwisata (Richards, 2021).

Di berbagai negara, wisata gastronomi dimanfaatkan sebagai media untuk memperkenalkan identitas lokal, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif (Resmi et al., 2023). Menurut Global Culinary Tourism Market bahwa nilai pasar wisata kuliner global mencapai USD 11,5 miliar pada tahun 2025 dan diperkirakan naik menjadi USD 13,58 miliar pada tahun 2024, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 19,9% (2024-2030). Indonesia menduduki posisi tertinggi dalam survei Global Data, dengan 71% wisatawannya mengambil perjalanan bertema gastronomi (Global Data Culinary Tourism Market, 2025). Di Indonesia, potensi gastronomi belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai bagian integral dari strategi pariwisata daerah (Ghassani, 2022). Provinsi Gorontalo dengan warisan kuliner khasnya memiliki peluang untuk mengembangkan wisata gastronomi berbasis nilai lokal diantaranya Binthe Biluhuta (Sop Jagung), Ilabulo (olahan sagu dan ayam/hati), Tiliaya (kudapan) serta sayur Putungo (sayur kelapa muda) (Dinpar Prov. Gorontalo, 2024). Potensi ini sayangnya belum sepenuhnya tergali dan terintegrasi dalam paket wisata yang menarik. Pengembangan wisata kuliner di Gorontalo membutuhkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, yang tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga pada penguatan ekosistem lokal.

Tantangan utama dalam pengembangan wisata kuliner di Gorontalo mencakup keterbatasan inovasi usaha kuliner, lemahnya jejaring pemasaran, serta minimnya integrasi antar pemangku kepentingan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, pendekatan Tetrapreneur yang dikembangkan

oleh Rika Fatimah (2019) dapat menjadi solusi yang menggabungkan empat elemen utama yaitu *Sociopreneur* (nilai sosial), *Ecopreneur* (kelestarian lingkungan), *Tetrapreneur* (inovasi teknologi), dan *Culturpreneur* (nilai budaya). Pendekatan ini juga menggabungkan empat aktor utama yakni pelaku usaha, komunitas, akademisi dan pemerintah dalam satu ekosistem inovasi berbasis kewirausahaan gotong royong dan kearifan lokal (Fathma et al., 2024)

Pengembangan wisata gastronomi melalui pendekatan Tetrapreneur merekonstruksi posisi gastronomi sebagai entitas multidimensional yang mecakup fungsi sosial, ekonomi, ekologis, dan kultural. Gastronomi berperan sebagai medium pemberdayaan sosial, penguatan struktur ekonomi lokal, pelestarian nilai-nilai budaya, serta adaptasi terhadap keberlanjutan Melalui pendekatan Tetrapreneur, gastronomi tidak hanya dilihat dari aspek komoditas makanan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan sosial, penguatan jejaring ekonomi lokal dan konservasi budaya. Pendekatan Tetrapreneur mengintegrasikan empat dimensi kewirausahaan ke dalam satu model strategis.



Gambar 1. Tetrapreneur Framework

Sumber: (Fatimah & Ajidin, 2022)

Selanjutnya, dengan mengadopsi pendekatan Tetrapreneur dalam pengembangan wisata diharapkan mampu mengakselerasi terbentuknya ekosistem pariwisata gastromomi yang inklusif, Tangguh, dan berkelanjutan secara holistic di Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Gatronomi sebagai media utama dalam pengembangan wisata kuliner dengan mengintegrasikan pendekatan Tetrapreneur serta melihat sejauh mana pendekatan ini mampu mendorong sektor pariwisata dan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi dokumentasi, yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana gastronomi dapat dimanfaatkan sebagai media pengembangan wisata kuliner melalui pendekatan Tetrapreneur di Gorontalo. Sumber data yang dikaji mencakup berbagai dokumen strategis diantaranya; (1) Rencana pembangunan daerah Provinsi Gorontalo; (2) Kebijakan-kebijakan terkait sektor pariwisata dan ekonomi kreatif; (3) Tujuh literatur akademik dan publikasi ilmiah mengenai konsep atau pendekatan Tetrapreneur, gastronomi, wisata kuliner, serta inovasi sosial. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi tematik, yaitu (1) mengidentifikasi dengan mengumpulkan dan menandai informasi penting dari dokumen literatur lalu membuat kode awal; (2) Kategorisasi

dilakukan dengan mengelompokkan kode menjadi tema utama terkait gastronomi, UMKM, Kebijakan dan Tetrapreneur; (3) Interpretasi yakni menafsirkan makna, menghubungkan dan implikasi tema untuk menjawab tujan penelitian, kemudian menghubungkannya dengan teori dan praktik Tetrapreneur. Proses ini dilakukan untuk memahami bagaimana konsep gastronomi dapat diberdayakan dalam kerangka pemberdayaan sosial, pelestarian lingkungan, inovasi teknologi, dan penguatan budaya lokal melalui kolaborasi lintas sektor.

Hasil dan Pembahasan

Temuan utama penelitian ini mengenai peran strategis gastronomi sebagai media penegmbangan wisata kuliner di Provinsi Gorontalo melalui pendekatan Tetrapreneur Analisis dilakukan dengan menelaah kontribusi masing-masing dimensi *sociopreneur*, *Ecopreneur* , *Tetrapreneur*, dan *Culturpreneur* dalam membentuk ekosistem pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Temuan yang disajikan mencerminkan bagaimana nilai-nilai kewirausahaan sosial, keberlanjutan lingkungan, inovasi teknologi, serta pelestarian budaya lokal terintegrasi dalam praktik pengembangan wisata gastronomi, yang selanjutnya dibahas dalam kerangka teoritik dan kontekstual untuk menilai efektivitas serta potensi replikasinya di daerah lain.

A. Potensi Gastronomi Lokal Gorontalo

Potensi gastronomi lokal di Gorontalo menunjukkan perkembangan yang signifikan dan menjanjikan sebagai salah satu pendorong utama sektor pariwisata daerah. Sektor akomodasi dan makanan-minuman memberikan kontribusi lebih dari 2% terhadap PDRB Kota Gorontalo pada periode 2014–2018, menjadikannya salah satu sektor unggulan setelah jasa lainnya. Industri makanan dan minuman di Gorontalo juga tercatat mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, mencapai 71,47% pada tahun 2023, mencerminkan meningkatnya peran sektor ini dalam perekonomian lokal. Selain itu, data menunjukkan bahwa Kota Gorontalo memiliki ratusan restoran dan puluhan akomodasi yang mendukung peningkatan jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara (Badan Pusat Statistik Kota Gorontalo, 2024).

Provinsi Gorontalo memiliki kekayaan kuliner khas yang unik dan belum tereksplorasi, seperti Binte Biluhuta, yang telah diakui sebagai Warisan Budaya Tak benda Indonesia, serta Bubur Diniyohu dan Sate Tuna, menjadi identitas budaya yang kuat sekaligus daya tarik wisata gastronomi.

Makanan ini tidak hanya menjadi komoditas konsumsi, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya dan sejarah masyarakat lokal. Namun, potensi ini belum dikembangkan secara sistematis sebagai bagian dari paket wisata tematik, dan belum terintegrasi dalam strategi pengembangan wisata berbasis identitas lokal.

B. Pengembangan Wisata Kuliner di Gorontalo

Pengembangan wisata kuliner di Gorontalo menghadapi sejumlah hambatan struktural, diantaranya:

1. Rendahnya kapasitas inovasi dan kreativitas UMKM atau produk kuliner lokal.
2. Minimnya platform promosi digital.
3. Ketiadaan jejaring lintas sektor yang kuat.
4. Kurangnya integrasi antara pelaku usaha kuliner, pemerintah, akademisi dan komunitas dalam pengembangan produk wisata kuliner
5. Belum adanya roadmap pengembangan wisata kuliner daerah yang komprehensif.

Hal tersebut menyebabkan potensi Gastronomi Gorontalo belum mampu bersaing secara nasional maupun internasional sebagai destinasi wisata kuliner unggulan dan berkelanjutan. Sehingga, strategi yang diusulkan meliputi, pelatihan terpadu Tetrapreneur, integrasi gastronomi dalam rencana induk pariwisata daerah, dan pendampingan inovasi berbasis riset kolaboratif.

C. Penerapan Pendekatan Tetrapreneur

Pendekatan Tetrapreneur Fatimah, (2019) terbukti relevan dan strategis sebagai solusi dari tantangan tersebut. Empat dimensi utama dalam pendekatan ini dijabarkan sebagai berikut:

1. ***Ecopreneur*** **(Tetra 1)**

   Penekanan pada keberlanjutan lingkungan tercermin dari penggunaan bahan pangan lokal, teknik memasak ramah lingkungan, dan pengelolaan limbah makanan. Temuan mengenai penggunaan bahan lokal, teknik masak ramah lingkungan, dan pengelolaan limbah kuliner menunjukkan adanya kecenderungan praktik *Ecopreneur* pada UMKM kuliner Gorontalo. Ketika dikaitkan dengan model *Ecopreneur* (Tetra 1) menjadi fondasi pengembangan wisata kuliner berkelanjutan. Analisis ini memperkuat argumen bahwa gastronomi Gorontalo memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata berbasis keberlanjutan dan identitas lokal.

2. ***Sociopreneur*** **(Tetra 2)**

   Analisis dokumen menunjukkan bahwa Gastronomi telah menjadi media pemberdayaan sosial, terutama dalam meningkatkan partisipasi Perempuan, generasi muda dan kelompok rentan melalui pelatihan wirausaha, peningkatan kualitas produk lokal, dan pengembangan komunitas kuliner. Dalam konsep Tetrapreneur, pilar *Sociopreneur* menegaskan bahwa gastronomi berpotensi menjadi instrumen pembangunan sosial yang menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus meningkatkan kapasitas komunitas. Dengan demikian, gastronomi Gorontalo memilik peran strategis sebagai fondasi ekosistem pariwisata kuliner yang inklusif dan berbasis Masyarakat.

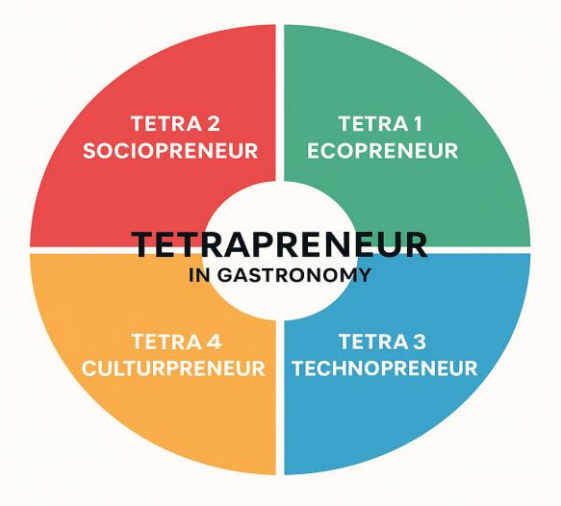
3. ***Tetrapreneur*** **(Tetra 3)**

   Analisis dokumen memperlihatkan bahwa digitalisasi melalui inovasi e-catalog kuliner, Platform reservasi, dan Storytelling media sosial menjadi instrument penting dalam visibilitas gastronomi lokal. Temuan ini berkaitan erat dengan pilar *Tetrapreneur* (Tetra 3) dalam konsep Tetrapreneur yang menekankan inovasi teknologi sebagai penggerak efisiensi dan daya saing. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan promosi kuliner Gorontalo, tetapi juga berperan sebagai katalis integrasi ekosistem wisata kuliner yang modern dan berkelanjutan.

4. ***Culturpreneur*** **(Tetra 4)**

   Dalam konsep Tetrapreneur, *Culturpreneur* berperan sebagai penanda identitas yang memperkaya nilai ekologi (*Ecopreneur*), pemberdayaan sosial (*Sociopreneur*) dan inovasi digital (*Tetrapreneur*). Nilai budaya yang terintegrasi ke dalam produk kuliner meningkatkan kualitas narasi (story-driven marketing), memperkuat diferensiasi destinasi, dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna. Oleh karena itu, temuan mengenai integrasi kuliner dalam festival budaya, narasi sejarah, dan ritual keagamaan menunjukkan bahwa gastronomi Gorontalo tidak hanya menghadirkan cita rasa, tetapi juga menjadi media pewarisan budaya yang memperkuat karakter destinasi wisata.

Berikut model pendekatan Tetrapreneur berbasis Gasrtonomi dalam pengembangan wisata kuliner di Gorontalo.



Gambar 2. Tetrapreneur Gastronomi di Gorontalo

Sumber: Penulis, (2025)

D. Sinergi Antarsektor dalam Ekosistem Gastronomi

Pendekatan Tetrapreneur juga menekankan pentingnya sinergi antar aktor: pelaku usaha (UMKM dan chef lokal), komunitas (tokoh adat, pemuda), akademisi (peneliti, pendamping inovasi), dan pemerintah (perencana kebijakan, fasilitator pelatihan). Para aktor tersebut mulai menujukkan sinyal kerjasama. Beberapa komunitas kuliner telah menjalin kemitraan dengan akademisi untuk mendokumentasikan resep tradisional, melakukan pelatihan kewirausahaan, serta mempromosikan kuliner Gorontalo melalui event lokal.

Namun, kerja sama ini masih bersifat sporadis dan belum terlembagakan dalam kebijakan daerah. Masih diperlukan fasilitasi lintas sektor, regulasi khusus, dan investasi publik-swasta yang konsisten untuk memperkuat ekosistem wisata gastronomi.

Kesimpulan

Gastronomi di Gorontalo memiliki potensi besar sebagai media pengembangan wisata kuliner berbasis budaya dan kearifan lokal. Namun, pengembangan tersebut masih menghadapi tantangan besar berupa lemahnya inovasi, promosi, integrasi antar-aktor, dan keterbatasan dukungan kebijakan. Pendekatan Tetrapreneur menjadi solusi konseptual dan praktis yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai sosial (*sociopreneur*), lingkungan (*ecopreneur*), teknologi (*technopreneur*), dan budaya (*culturpreneur*) dalam kerangka pengembangan wisata kuliner yang inklusif dan berkelanjutan.

Meskipun potensi gastronomi Gorontalo cukup besar, tantangan struktural seperti lemahnya inovasi, promosi, dan koordinasi antar pemangku kepentingan masih menjadi hambatan utama. Untuk itu, diperlukan; (1) Integrasi gastronomi dalam dokumen perencanaan pariwisata daerah; (2) Peningkatan kapasitas aktor lokal melalui pelatihan Tetrapreneur; (3) Fasilitasi kebijakan yang berpihak pada UMKM kuliner lokal; (4) Promosi digital yang memperkuat identitas budaya kuliner Gorontalo. Dengan strategi ini, gastronomi Gorontalo dapat menjadi pilar utama dalam pengembangan destinasi wisata kuliner yang otentik, inklusif, dan berkelanjutan di tingkat nasional dan global.

Referensi

Anne-Mette Hjalager, & Greg Richards. (2002). Tourism and Gastronomy.

Badan Pusat Statisktik Kota Gorontalo. (2024). Statistik Potensi Desa Kota Gorontalo 2024 - Badan Pusat Statistik Kota Gorontalo.

C.M. Hall, L. S. R. M. N. M. and B. C. (2003). Lin, Y. (2006). C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis and B. Cambourne, Editors, Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets, Butterworth Heinemann, Oxford (2003) ISBN 0-7506-5503-8 (392pp., £24.99). International Journal of Hospitality Management. International Journal of Hospitality Management.

Dinpar Prov. Gorontalo. (2024). Rencana Kerja (RENJA) Dinas Pariwisata Provinsi Gorontalo Tahun 2025.

Fatimah, P. L., & Ajidin, Z. A. (2022). Halal Approach on Food Product Design in the Village Level. JUREI (Jurnal Riset Ekonomi Indonesia), 2(1). https://ejournal.uinmybatusangkar.ac.id/ojs/index.php/jurei/article/view/5797

Fathma, Azizah, Rizki, D., & Fatimah, R. (2024). The Empowerment of Mosque-Based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) with a Marketpreneur Approach and Maqashid Syariah. International Journal of Nusantara Islam, 12(1), 1–18. https://doi.org/10.15575/ijni.v12i1.321 35

Ghassani, S. A. (2022). Identifikasi Potensi Gastronomy Tourism Di Kota Malang. Warta Pariwisata, 20(2). https://doi.org/10.5614/wpar.20 2.20.2 .03

Giampiccoli, A., & Mnguni, E. M. (2022). Conceptualizing a General Model of Gastronomic Tourism in Relation to Development and Tourism Development. Annales Universitatis Mariae Curie- Sklodowska. Sectio B, 77, 73–89. https://doi.org/10.17951/B.2022.77.0.7 3-89

Global Data Culinary Tourism Market. (2025, June 12). Gastronomy Travel: Key Market Trends, Projects, Destinations, Challenges and Opportunities, 2025 Update.

Resmi, I. C., Dhewanto, W., & Dellyana, D. (2023). Gastronomy Tourism: Local Food and Tourism Experience in Bandung. The Journal Gastronomy Tourism, 10(2). https://doi.org/10.17509/gastur.v10i2.6 3659

Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. In International Journal of Contemporary Hospitality Management (Vol. 33, Issue 3, pp. 1037– 1058). Emerald Group Holdings Ltd. https://doi.org/10.1108/IJCHM-10- 2020-1217

Rika Fatimah, P. (2019). Mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-BUMDes) untuk Melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa dengan Menggunakan Model Tetrapreneur. Jurnal Studi Pemuda, 7(2), 122. https://doi.org/10.22146/studipemudau gm.39551

TornosNews. (2025, April). Tornos News | WTTC: Global tourism to soar over the next 10 years - Contribution to $16.5 trillion in 2035.

World Tourism Barometer. (2025). World Tourism Barometer: January 2025 | UN Tourism. https://en.unwto-ap.org/news/worldtourismbarometer_jan2025/

World Travel & Tourism Council. (2025). Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR).

Wachyuni, S. Sandi. (2024). Gastronomi Indonesia sebagai identitas budaya dan daya tarik wisata. Mata Kata Inspirasi.