

Persepsi Wisatawan Terhadap Budaya Keplek Ilat di Malam Hari: Studi Kasus *Food Agripreneurship* dan *Culture-Local Wisdom* Dalam Mendukung Pengembangan Wisata Kuliner di Surakarta

Norbertus Citra Irawan^{1,*}, Mahananto¹, Nurul Sri Wahyuni²

¹Tunas Pembangunan University, Surakarta, Indonesia

²Mahasiswa Agribisnis, Fakultas Pertanian, Tunas Pembangunan University, Surakarta,
Indonesia

*Corresponding author: irawan@lecture.utp.ac.id

Abstract

This research highlights the impact of food agripreneurship and cultural-local wisdom, especially keplek ilat, on tourist satisfaction in exploring night culinary delights in Surakarta. The keplek ilat phenomenon has encouraged the development of food agripreneurship and local wisdom, but it is unclear to what extent this satisfies tourist expectations. The research used a case study and descriptive methods, with the research location chosen purposively in Surakarta City. Ten research locations were selected, with a total of 400 respondents. Data collection involves surveys, interviews, and questionnaires, using interval data analysis. The results show that tourists' perceptions of food agripreneurship and local wisdom, especially keplek ilat, significantly influence the level of satisfaction with visits to Surakarta. This research provides in-depth insight into the dynamics of interactions between culinary agripreneurs, tourists, and local culture in the context of nighttime culinary delights in Surakarta. The implications provide a valuable contribution to the development of strategies by the government and agripreneurs to improve the quality and attractiveness of culinary tourism in Surakarta. By highlighting the factors that influence tourist satisfaction, this research stimulates further reflection and action in optimizing the potential of Keplek Ilat as an attractive nighttime culinary destination in the city of Surakarta.

Keywords: *culinary tourism, culture-local wisdom, food agripreneurship, keplek ilat, perception*

Abstrak

Penelitian ini menyoroti dampak *food agripreneurship* dan *culture-local wisdom*, terutama keplek ilat, terhadap kepuasan wisatawan dalam menjelajahi kuliner malam di Surakarta. Fenomena keplek ilat telah mendorong perkembangan *food agripreneurship* dan kearifan lokal, namun belum jelas sejauh mana ini memuaskan harapan wisatawan. Penelitian menggunakan metode studi kasus dan deskriptif dengan lokasi penelitian dipilih secara purposive di Kota Surakarta. Sepuluh titik lokasi penelitian dipilih dengan total responden sebanyak 400 orang. Pengumpulan data melibatkan survei, wawancara, dan kuesioner, dengan analisis data menggunakan interval. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap *food agripreneurship* dan kearifan lokal, khususnya keplek ilat, secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan kunjungan di Surakarta. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang dinamika interaksi antara agripreneur kuliner, wisatawan, dan budaya lokal dalam konteks kuliner malam di Surakarta. Implikasinya memberikan sumbangan berharga untuk pengembangan strategi oleh pemerintah dan agripreneur guna meningkatkan kualitas serta daya tarik wisata kuliner di Surakarta. Dengan menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, penelitian ini merangsang refleksi dan tindakan lebih lanjut dalam mengoptimalkan potensi keplek ilat sebagai destinasi kuliner malam yang memikat di Kota Surakarta.

Kata Kunci: budaya kearifan lokal, keplek ilat, kewirausahaan pertanian pangan, persepsi,

Pendahuluan

Solo atau Kota Surakarta, tidak hanya dikenal sebagai pusat seni dan budaya, tetapi juga telah meraih popularitas sebagai destinasi kuliner malam yang menarik di Indonesia. Kota ini mempesona para pelancong dengan ragam tempat makan dan hidangan lezat yang ditawarkan pada malam hari. Dari kaki lima yang menyajikan makanan tradisional hingga restoran modern yang menawarkan inovasi kuliner, Solo memanjakan lidah pengunjungnya. Jalan-jalan di sepanjang kawasan kota menjadi hidup dengan aroma menggoda dari aneka masakan, menarik para pecinta kuliner untuk menjelajahi setiap sudutnya. Kuliner malam di Solo bukan hanya tentang kenikmatan rasa, tetapi juga tentang pengalaman sosial yang unik. Para pengunjung dapat merasakan kehangatan kota ini, bertemu dengan penduduk lokal, dan menyatu dengan kehidupan malam yang bersemangat. Keseluruhan, Solo bukan hanya destinasi kuliner yang menggugah selera, tetapi juga perjalanan gastronomi yang memperkaya pengalaman budaya para wisatawan (Imamah, 2017; Prasta, 2021; Saeroji & Wijaya, 2017; Sekar Jiwandari & Pardi, 2022).

Keplek ilat, istilah yang sering digunakan di wilayah Surakarta, merujuk pada aktivitas menikmati *ngemil* atau makan jajanan pinggir jalan (Widyarto, 2017). Ini mencerminkan budaya *ngemil* yang kuat di kota ini, di mana masyarakat menempatkan nilai tinggi pada pengalaman bersantap bersama keluarga dan teman. Fenomena *keplek ilat* sendiri membuka peluang besar bagi *food agripreneurship* di Solo. Pengusaha kuliner dapat merespon dengan menyajikan jajanan pinggir jalan yang menggabungkan kearifan lokal dan inovasi, menciptakan pengalaman kuliner yang memupuk tradisi sekaligus menarik konsumen (Yayusman et al., 2023). Ini bukan hanya bisnis kuliner, tetapi juga wujud pelestarian kearifan lokal melalui kegiatan ekonomi yang berkelanjutan dan memperkaya identitas budaya Solo.

Fenomena kewirausahaan masyarakat berbasis makanan (*food agripreneurship*) dalam wisata kuliner malam di Solo menawarkan sisi menarik. Solo, yang terkenal dengan warisan budaya yang kaya, menyaksikan tren berkembangnya *food agripreneurship* di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelaku usaha ini secara aktif menggabungkan kearifan lokal ke dalam produk dan layanan mereka, memberikan kontribusi pada keunikan dan otentisitas suasana kuliner malam di Solo (Octastefani & Kusuma, 2022). Wisata kuliner malam di Solo menjadi sorotan sebagai wadah dinamis yang menampilkan beragam makanan lezat dan unik, sekaligus mencerminkan warisan budaya Indonesia. Menganalisis interaksi antara *food agripreneurship*, kearifan lokal, dan lanskap pariwisata di Solo dapat memberikan wawasan berharga bagi akademisi yang mempelajari kewirausahaan, pelestarian budaya, dan dampak ekonomi wisata kuliner terhadap bisnis lokal. Tren yang berkembang ini tidak hanya meningkatkan pengalaman gastronomi bagi wisatawan, tetapi juga memainkan peran penting dalam mendukung dan mempromosikan identitas budaya daerah tersebut (Testa et al., 2019).

Pengusaha makanan di Solo memegang peran krusial dalam memelihara dan menghidupkan nilai-nilai tradisi budaya daerah sebagai bentuk kearifan lokal. Dengan menciptakan hidangan khas dan unik, mereka tidak hanya menggugah selera, tetapi juga menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang ingin merasakan kekayaan kuliner daerah ketika mengunjungi Solo (Koerich & Müller, 2022). Lebih dari sekadar memuaskan selera, pengusaha makanan di Solo juga memainkan peran penting dalam mempromosikan dan mengenalkan budaya lokal melalui kreasi-kreasi kuliner mereka. Dengan demikian, wisatawan tidak hanya menikmati hidangan lezat, tetapi juga mendapatkan wawasan mendalam tentang keunikan budaya Solo (Zhang et al., 2019). Pengusaha makanan di Solo turut berkontribusi dalam mengenalkan kearifan lokal kepada wisatawan, membantu mereka memahami dan menghargai akar budaya yang tumbuh subur di Solo. Selain itu, peran pengusaha makanan ini menjadi semakin penting dalam pengembangan kewirausahaan masyarakat di Solo (Sims, 2009). Dengan membuka usaha kuliner malam, mereka tidak hanya menciptakan pengalaman kuliner yang memikat, tetapi

juga memberikan peluang kerja dan sumber penghasilan bagi masyarakat sekitar, menggerakkan roda perekonomian lokal (Scheyvens & Hughes, 2021).

Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu: Pertama, untuk menyelidiki persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan makanan (*food agripreneurship*) dan dampaknya terhadap kepuasan kunjungan di Kota Solo (Surakarta). Kedua, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi wisatawan terhadap kearifan lokal, khususnya *keplek ilat*, memengaruhi tingkat kepuasan kunjungan di destinasi tersebut. Kebaharuan penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensifnya terhadap aspek kewirausahaan makanan dan kearifan lokal, yang menciptakan ruang untuk pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman wisatawan. Pentingnya penelitian ini dapat diukur dari kontribusinya terhadap pengembangan strategi pariwisata dan promosi kuliner di Solo, memungkinkan pengambil kebijakan dan pelaku industri untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan. Manfaat penelitian ini melibatkan peningkatan daya tarik destinasi, pengembangan usaha kuliner lokal, serta kontribusi terhadap literatur akademis di bidang pariwisata, kewirausahaan, dan kearifan lokal.

Metode Penelitian

1. Metode Dasar Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode studi kasus dan deskriptif secara simultan. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, penelitian fokus pada investigasi mendalam terhadap persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan makanan dan budaya kearifan lokal *keplek ilat* di Kota Solo. Sementara itu, metode deskriptif digunakan untuk merinci dan menggambarkan karakteristik, pola, dan variabel yang ada, memastikan analisis yang komprehensif. Gabungan kedua metode ini memungkinkan penelitian untuk menguraikan fenomena dengan detail, menggali persepsi wisatawan, dan memberikan gambaran menyeluruh tentang hubungan antara kewirausahaan makanan, kearifan lokal, dan kepuasan kunjungan di destinasi tersebut (Priatmoko, Kabil, Purwoko, et al., 2021).

2. Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) di Kota Solo (Surakarta) dengan pertimbangan khusus. Kota ini dipilih karena menjadi pusat kuliner malam yang berkembang pesat dan memiliki kearifan lokal unik, serta menarik perhatian wisatawan. Pilihan tersebut mendukung fokus penelitian terhadap persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan makanan dan kearifan lokal *keplek ilat*, memastikan relevansi temuan dengan konteks kuliner dan pariwisata yang khas di Kota Solo.

Peneliti memilih 10 titik lokasi penelitian secara cermat untuk mencakup keragaman kuliner malam di Kota Solo. New Galabo Solo, Nasi Liwet Bu Wongso Lemu, Gudeg Ceker Margoyudan Bu Kasno, Sate Kere Yu Rebi, Harjo Bestik, Susu Segar Shi Jack Kadipolo, Sate Buntel Tambak Segaran, Pasar Malam Ngarsopuro, Angkringan Omah Semar di Jajar, dan Bakmi Jowo Bu Citro dipilih sebagai representasi kuliner yang beragam. Setiap lokasi memiliki keunikannya sendiri, mulai dari tradisional hingga inovatif. Pemilihan ini mendukung tujuan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang holistik terhadap persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan makanan dan kearifan lokal *keplek ilat* di berbagai konteks kuliner malam di Kota Solo. Dengan demikian, hasil penelitian dapat mencerminkan variasi dan kompleksitas pengalaman kuliner malam di destinasi ini (Selly Veronica et al., 2020).

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian terdiri dari wisatawan yang mengunjungi Kota Solo (Surakarta) dan terlibat dalam kegiatan wisata kuliner di sejumlah lokasi yang telah dipilih dengan cermat sebagai fokus penelitian. Responden penelitian dipilih melalui *accidental sampling* dengan pendekatan penyebaran kuesioner kepada 400 responden. Proses pengumpulan data

berlangsung dari bulan Maret hingga Oktober 2023. Metode *accidental sampling* digunakan untuk memperoleh keragaman pendapat dari wisatawan yang secara kebetulan berpartisipasi, mencakup periode waktu yang cukup panjang untuk mengakomodasi variasi dalam kunjungan wisata kuliner di Kota Solo. Dengan demikian, penelitian ini memastikan representasi yang lebih luas dari pengalaman wisatawan selama periode waktu yang signifikan (Priatmoko, Kabil, Vasa, et al., 2021).

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggabungkan teknik wawancara dan observasi dengan panduan kuesioner. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan wisatawan di lokasi penelitian untuk mendapatkan insight mendalam tentang persepsi mereka terhadap kewirausahaan makanan dan kearifan lokal. Observasi dilakukan untuk merekam perilaku dan interaksi wisatawan dengan lingkungan sekitar. Selain itu, penyebaran kuesioner membantu mengumpulkan data kuantitatif untuk analisis lebih lanjut. Kombinasi metode ini memastikan keberagaman data dengan menyatukan dimensi kualitatif dan kuantitatif, menghasilkan pemahaman yang holistik tentang pengalaman wisatawan dalam konteks kuliner malam di Kota Solo (Park & Widyanta, 2022).

5. Metode Analisis Data

Skor kepuasan diukur dalam lima tingkat, di mana nilai 1 menunjukkan sangat tidak puas, nilai 2 kurang puas, nilai 3 cukup puas, nilai 4 puas, dan nilai 5 sangat puas. Skala ini memberikan nuansa yang jelas untuk merefleksikan berbagai tingkat kepuasan yang dapat dipersepsikan oleh responden, memberikan kerangka evaluatif yang komprehensif terhadap pengalaman mereka dalam wisata kuliner malam di Kota Solo. Data kepuasan diperoleh dengan mengalikan skor kepuasan dengan frekuensi untuk setiap responden. Misalnya, jika seorang responden memberikan skor 4 untuk kepuasan dan frekuensinya adalah 5, maka hasilnya adalah 20. Selanjutnya, total hasil ini dihitung untuk seluruh responden. Kemudian, untuk mendapatkan tingkat kepuasan rata-rata, jumlah total tersebut dibagi dengan jumlah responden. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih terperinci tentang tingkat kepuasan secara agregat, memungkinkan peneliti untuk menyajikan hasil dalam bentuk nilai rata-rata yang mencerminkan persepsi keseluruhan responden terhadap pengalaman kuliner malam di Kota Solo.

Tabel 1. Metode pengukuran tingkat kepuasan wisatawan

Tingkat Kepuasan Responden	Skor (xi)	Frekuensi (fi)	Jumlah (xi . fi)
Sangat Tidak Puas	1		
Kurang Puas	2		
Cukup Puas	3		
Puas	4		
Sangat Puas	5		

Sumber: Data primer

Penelitian ini menggunakan pendekatan distribusi frekuensi untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung. Peneliti membuat kelas interval dengan memanfaatkan nilai terbesar (5) dan nilai terkecil (1), menghasilkan rentang (range) sebesar 4. Dengan menghitung kelas interval range (0,8), peneliti kemudian membagi data ke dalam kategori kelas: 1) sangat tidak puas, 2) kurang puas, 3) cukup puas, 4) puas, dan 5) sangat puas. Proses ini memungkinkan penentuan kriteria tingkat kepuasan pengunjung berdasarkan rentang nilai yang dihasilkan. Dengan demikian, analisis distribusi frekuensi memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk memahami dan menggambarkan secara lebih rinci tingkat kepuasan pengunjung, memberikan wawasan yang berguna untuk perbaikan dan pengembangan layanan di tempat tujuan.

Perhitung nilainya dengan rumus statistik distribusi frekuensi sebagai berikut:

a. *Range* = data terbesar – data terkecil = 5 – 1 = 4

b. Kelas interval range : jumlah kelas = 4 : 5 = 0,8

Dari hasil kelas interval dapat ditentukan kriteria tingkat kepuasan pengunjung berikut:

Tabel 2. Kelas interval tingkat kepuasan wisatawan

No	Nilai Interval	Tingkat Kepuasan Responden
1	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Puas
2	1,81 – 2,60	Kurang Puas
3	2,61 – 3,40	Cukup Puas
4	3,41 – 4,20	Puas
5	4,21 – 5,00	Sangat Puas

Sumber: Data primer

Peneliti selanjutnya menyusun 10 indikator masing-masing terkait kewirausahaan pertanian pangan (*food agripreneurship*) dan budaya-kearifan lokal (*culture-local wisdom*) masyarakat kota Surakarta dalam menghasilkan produk kuliner. Setiap indikator dirancang untuk mencerminkan aspek krusial dari dua dimensi tersebut. Penelitian kemudian mengajukan pertanyaan terkait persepsi wisatawan terhadap masing-masing indikator ini, memungkinkan analisis yang mendalam terhadap bagaimana persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan pertanian pangan dan budaya-kearifan lokal di Kota Solo.

Tabel 3. Indikator kewirausahaan pertanian pangan (*food agripreneurship*) warga Kota Surakarta

No	Indikator	Definisi Operasional
1	Tingkat Inovasi Produk Pangan	Tingkat inovasi dalam mengembangkan produk pangan yang berbeda, unik, dan bernilai tambah (Trigo et al., 2020)
2	Kualitas Produk Pangan	Standar kualitas produk pertanian pangan yang memenuhi persyaratan dan harapan konsumen (Zhao et al., 2021)
3	Diversifikasi Produk	Variasi produk yang ditawarkan memiliki berbagai pilihan dan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Bijmolt et al., 2021)
4	Kemasan dan Penyajian	Desain kemasan yang menarik dan presentasi produk yang menarik bagi konsumen (Marques da Rosa et al., 2019)
5	Harga Terjangkau	Penilaian terhadap kesesuaian harga dengan kualitas makanan (Vera Zambrano et al., 2019)
6	Daya Tarik Visual	Penilaian terhadap daya tarik visual dalam presentasi makanan (Hagen, 2021)
7	Pemasaran dan Promosi	Penilaian terhadap efektivitas pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh <i>agripreneur</i> (Hartawati et al., 2023)
8	Responsif terhadap Konsumen	Pengalaman terhadap responsifnya <i>agripreneur</i> terhadap kebutuhan dan permintaan konsumen (Kokins et al., 2021)
9	Diskon	Penilaian terhadap ketersediaan diskon atau promosi khusus yang menarik (Palazon & Delgado-Ballester, 2009)
10	Kualitas Pelayanan	Persepsi terhadap standar pelayanan dan keramahan <i>agripreneur</i> dalam memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan (Yoganandan et al., 2022)

Sumber: Data primer

Tabel 4. Indikator budaya kearifan lokal (*culture-local wisdom*) warga Kota Surakarta

No	Indikator	Definisi Operasional
1	Bahan Baku Lokal	Penggunaan bahan baku lokal yang merupakan bagian integral dari identitas kuliner masyarakat setempat (Barska & Wojciechowska-Solis, 2020)
2	Citra Rasa Tradisional	Makanan memiliki citra rasa khas dan tradisional dalam hidangan yang disajikan (Herminingrum, 2019)
3	Teknik Memasak Tradisional	Penggunaan teknik memasak tradisional yang mewarisi kearifan lokal (Chen et al., 2021)
4	Adat dan Ritual Kuliner	Keterlibatan adat dan ritual dalam penyajian dan konsumsi makanan (Reddy & van Dam, 2020)
5	Cara Penghidangan Yang Khas	Tampilan unik dalam penyajian makanan yang mencerminkan tradisi lokal (Piramanayagam et al., 2020)
6	Kearifan Lingkungan	Penggunaan metode ramah lingkungan dalam memproduksi dan menyajikan makanan (Ncube et al., 2020)
7	Penggunaan Ramuan Tradisional	Penggunaan ramuan tradisional dalam memperkaya cita rasa makanan (Martínez-Álvarez et al., 2020)
8	Warisan Keluarga	Penerusan resep dan metode masak yang menjadi warisan keluarga (Burnette et al., 2020)
9	Keterlibatan Kesenian	Pemanfaatan seni dalam penyajian makanan rupa lokal dalam penyajian makanan (Dhir et al., 2020)
10	Cara Penyajian Tradisional	Penggunaan alat penyajian tradisional atau cara penyajian yang khas (Zhang et al., 2019)

Sumber: Data primer

Hasil Dan Pembahasan

1. Distribusi Frekuensi Responden

Kriteria konsumen kuliner malam di Solo cenderung bervariasi sesuai dengan preferensi individu, serta dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia, pendidikan, dan tingkat penghasilan. Preferensi individu mencakup selera kuliner, kecenderungan diet, dan ekspektasi terhadap pengalaman kuliner. Faktor usia dapat memengaruhi kecenderungan menu, sedangkan tingkat pendidikan mungkin memengaruhi apresiasi terhadap inovasi kuliner. Penghasilan juga berperan dalam memengaruhi sejauh mana konsumen bersedia membayar untuk pengalaman kuliner. Dengan memahami keragaman ini, pemangku kepentingan di industri kuliner dapat merancang strategi yang lebih terarah untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi beragam dari konsumen di Kota Solo.

Tabel 5. Distribusi konsumen wisata kuliner malam di Kota Surakarta

Data Responden	Σ	Persentase (%)
Usia (Tahun)		
≤30	114	28,50%
31-40	134	33,50%
41-50	68	17,00%
51-60	44	11,00%

>60	40	10,00%
Pendidikan		
SD	14	3,50%
SMP	68	17,00%
SMA	151	37,75%
PT	167	41,75%
Penghasilan Bulanan (Rp)		
≤ 1.500.000	38	9,50%
1.500.001 sd 2.500.000	226	56,50%
2.500.001 sd 5.000.000	79	19,75%
> 5.000.001	57	14,25%
TOTAL	400	100,00%

Sumber: Data primer (2023)

Analisis informasi usia wisatawan kuliner malam di Solo menunjukkan pola konsumsi yang berbeda. Hasil observasi menunjukkan bahwa kelompok usia ≤ 30 lebih terbuka terhadap inovasi kuliner, memperkuat konsep *food agripreneurship* dengan mendukung variasi menu yang inovatif. Kelompok 31-40 dan 41-50 dapat mencerminkan preferensi yang lebih stabil dan kecenderungan mencari pengalaman kuliner yang mendalam, mendorong *food agripreneurship* untuk menawarkan hidangan tradisional yang diperkaya dengan kearifan lokal. Kelompok usia 51-60 dan >60 mungkin cenderung mencari keseimbangan antara kenikmatan tradisional dan modern, memungkinkan *food agripreneurship* untuk memadukan elemen budaya dan inovasi dalam menu. Keseluruhan, data ini mencerminkan peluang bagi *food agripreneurship* di Solo untuk menghadirkan pengalaman kuliner yang memanfaatkan kearifan lokal dan menciptakan daya tarik yang beragam bagi wisatawan dari berbagai kelompok usia.

Profil pendidikan wisatawan kuliner malam di Solo mencerminkan keragaman, dengan mayoritas memiliki tingkat pendidikan tinggi (SMA 37,75% dan PT 41,75%). Tingginya proporsi wisatawan dengan latar belakang pendidikan tinggi dapat dihubungkan dengan peluang untuk mengintegrasikan pendekatan *food agripreneurship* yang lebih inovatif dan kompleks. Pelaku usaha kuliner dapat merespon dengan menciptakan menu yang lebih kreatif dan eksklusif, sejalan dengan preferensi konsumen yang mungkin lebih terbuka terhadap inovasi dan keunikan. Di samping itu, interaksi antara wisatawan dengan latar belakang pendidikan beragam dapat mendukung pertukaran pengetahuan dan apresiasi terhadap kearifan lokal, mendorong praktik *culture-local wisdom* di dalam pengalaman kuliner malam di Solo. Ini menciptakan iklim yang kondusif bagi pengembangan *food agripreneurship* yang menggabungkan inovasi, kearifan lokal, dan interaksi edukatif.

Data penghasilan bulanan wisatawan kuliner malam di Solo menunjukkan variasi signifikan, dengan mayoritas (56,5%) berada pada kisaran Rp 1.500.001 hingga 2.500.000. Tingginya persentase dalam kategori ini dapat dihubungkan dengan peluang bagi *food agripreneurship* untuk menyajikan opsi kuliner yang terjangkau, mempertimbangkan batasan anggaran sebagian besar wisatawan. Sementara itu, untuk kategori di atas Rp 5.000.001, ada peluang bagi pengusaha kuliner untuk menawarkan pengalaman yang lebih eksklusif dan mewah. Terkait *culture-local wisdom*, sensitivitas terhadap harga dapat menginspirasi inovasi dalam menyajikan hidangan tradisional dengan kearifan lokal, menjaga keselarasan dengan nilai dan preferensi wisatawan dari berbagai lapisan ekonomi. Ini menciptakan lingkungan bisnis yang

inklusif dan menunjukkan keberlanjutan *food agripreneurship* di Solo.

2. Persepsi Wisatawan Terhadap Kewirausahaan Makanan (*Food Agripreneurship*) Dalam Mendukung Kepuasan Wisata Kuliner Malam Hari di Surakarta

Persepsi wisatawan terhadap *food agripreneurship* di Surakarta berperan krusial dalam membentuk kepuasan mereka terhadap pengalaman kuliner *keplek ilat* malam. Tingkat inovasi produk pangan menciptakan daya tarik dan keunikan yang memuaskan wisatawan. Kualitas produk pangan dan diversifikasi produk memainkan peran dalam memenuhi ekspektasi akan cita rasa dan variasi menu. Kemasan dan penyajian yang estetik menciptakan pengalaman visual yang memikat. Harga terjangkau mengakomodasi berbagai lapisan ekonomi, sementara daya tarik visual dan pemasaran yang efektif memperkuat keinginan mencoba. Responsif terhadap konsumen, diskon, dan kualitas pelayanan membangun hubungan positif, meningkatkan kepuasan secara keseluruhan. Integrasi elemen-elemen ini menciptakan lingkungan kuliner yang menarik dan mendukung kearifan lokal, menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan di malam hari di Surakarta.

Tabel 6. Persepsi wisatawan terhadap *food agripreneurship* dalam mendukung kepuasan wisata kuliner *keplek ilat* di Surakarta

No	Indikator Kepuasan	Rerata	Rangking	Kategori
1	Tingkat Inovasi Produk Pangan	4,11	5	Puas
2	Kualitas Produk Pangan	4,16	4	Puas
3	Diversifikasi Produk	3,89	8	Puas
4	Kemasan dan Penyajian	4,05	6	Puas
5	Harga Terjangkau	4,55	1	Sangat Puas
6	Daya Tarik Visual	4,49	2	Sangat Puas
7	Pemasaran dan Promosi	3,93	7	Puas
8	Responsif terhadap Konsumen	3,51	10	Puas
9	Diskon	4,30	3	Sangat Puas
10	Kualitas Pelayanan	3,75	9	Puas

Sumber: Data primer (2023)

Dari tabel 6, dapat dijelaskan bahwa wisatawan memberikan penilaian "sangat puas" terhadap tiga indikator utama: Harga Terjangkau (Rerata 4,55), Daya Tarik Visual (Rerata 4,49), dan Diskon (Rerata 4,30). Hal ini mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas makanan, menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dengan nilai yang diberikan. Selain itu, penilaian positif terhadap daya tarik visual dalam presentasi makanan menunjukkan perhatian terhadap aspek estetika dan presentasi kuliner. Ketersediaan diskon atau promosi juga dinilai tinggi, menandakan bahwa pengunjung sangat mengapresiasi inisiatif yang menarik untuk memberikan nilai tambah pada pengalaman kuliner mereka. Kepuasan yang tinggi terhadap aspek-aspek ini menciptakan fondasi yang kuat untuk menjaga daya tarik *food agripreneurship* di Surakarta.

Dari tabel 6, dapat dijelaskan bahwa wisatawan memberikan penilaian "puas" terhadap tiga indikator utama: Kualitas Produk Pangan (Rerata 4,16), Tingkat Inovasi Produk Pangan (Rerata 4,11), dan Kemasan dan Penyajian (Rerata 4,05). Meskipun kategori ini tidak mencapai level "sangat puas," penilaian "puas" menandakan bahwa wisatawan masih menghargai standar kualitas produk pertanian pangan yang memenuhi harapan mereka. Tingkat inovasi dalam pengembangan produk pangan dan desain kemasan yang menarik masih diakui sebagai aspek positif yang mendukung kepuasan. Ini menegaskan pentingnya untuk terus meningkatkan dan mempertahankan standar kualitas, inovasi, serta presentasi produk agar tetap relevan dan menarik bagi pengunjung di konteks kuliner malam di Solo.

Tabel 6 menggambarkan bahwa wisatawan memberikan penilaian untuk beberapa aspek dengan kategori "puas." Pemasaran dan Promosi (Rerata 3,93), meskipun berada di peringkat 7, tetap mencerminkan pengakuan terhadap upaya promosi *agripreneur*. Diversifikasi Produk (Rerata 3,89) dan Kualitas Pelayanan (Rerata 3,75) menunjukkan harapan yang dapat ditingkatkan tetapi tetap memadai. Responsif terhadap Konsumen (Rerata 3,51) memberikan sinyal untuk lebih meningkatkan tanggapan terhadap kebutuhan dan permintaan pelanggan. Wisatawan mungkin menginginkan variasi produk yang lebih beragam dan peningkatan dalam pelayanan dan responsifitas. Evaluasi ini mengindikasikan bahwa ada ruang untuk meningkatkan aspek-aspek ini agar dapat lebih memenuhi ekspektasi konsumen dalam mengembangkan *food agripreneurship* di Solo.

Budaya *keplek ilat* di Kota Surakarta memberikan dorongan signifikan bagi perkembangan *food agripreneurship*, menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan wisata kuliner malam. *Keplek ilat*, sebagai manifestasi dari kegemaran ngemil dan menikmati jajanan pinggir jalan, membangkitkan minat konsumen terhadap variasi kuliner lokal. Inisiatif *food agripreneurship* yang merangkul kearifan lokal dan inovasi kuliner menciptakan menu yang menarik dan menggoda selera para wisatawan. Kebersamaan dalam menikmati makanan bersama keluarga dan teman juga mendorong pelaku usaha untuk menciptakan pengalaman kuliner yang lebih menyatu dengan budaya setempat. Dalam konteks ini, *food agripreneurship* tidak hanya menjalankan bisnis, tetapi juga turut memperkaya dan melestarikan warisan budaya melalui pengalaman kuliner yang unik, menciptakan daya tarik khusus bagi wisatawan malam di Kota Surakarta.

3. Persepsi Wisatawan Terhadap Budaya Kearifan Lokal (Culture-Local Wisdom) Dalam Mendukung Kepuasan Wisata Kuliner Malam Hari di Surakarta

Persepsi wisatawan terhadap budaya kearifan lokal di Surakarta menjadi elemen kunci dalam meningkatkan kepuasan dalam wisata kuliner malam. Penghargaan terhadap bahan baku lokal menciptakan keterhubungan dengan komunitas dan mendukung keberlanjutan ekonomi lokal. Citra rasa tradisional memuaskan selera dan memberikan keunikan kuliner yang mencerminkan akar budaya. Penggunaan teknik memasak tradisional dan adat serta ritual kuliner menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan autentik. Kearifan lingkungan dan penggunaan ramuan tradisional menekankan pada praktik yang ramah lingkungan dan nilai kesehatan. Warisan keluarga yang dijaga dan keterlibatan seni rupa dalam penyajian menciptakan pengalaman kuliner yang lebih personal dan bermakna. Secara keseluruhan, aspek-aspek budaya kearifan lokal ini bukan hanya memperkaya pengalaman kuliner malam, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung kepuasan wisatawan di Surakarta.

Tabel 7. Persepsi wisatawan terhadap *culture-local wisdom* dalam mendukung kepuasan wisata kuliner *keplek ilat* di Surakarta

No	Indikator Kepuasan	Rerata	Rangking	Kategori
1	Bahan Baku Lokal	4,51	2	Sangat Puas
2	Citra Rasa Tradisional	4,65	1	Sangat Puas
3	Teknik Memasak Tradisional	4,46	3	Sangat Puas
4	Adat dan Ritual Kuliner	3,29	9	Cukup Puas
5	Cara Penghidangan Yang Khas	4,29	4	Sangat Puas
6	Kearifan Lingkungan	3,04	10	Cukup Puas
7	Penggunaan Ramuan Tradisional	4,03	5	Puas
8	Warisan Keluarga	3,94	6	Puas
9	Keterlibatan Kesenian	3,52	8	Puas
10	Cara Penyajian Tradisional	3,86	7	Puas

Sumber: Data primer (2023)

Tabel 7 memberikan gambaran positif terkait persepsi wisatawan terhadap berbagai aspek budaya kearifan lokal dalam wisata kuliner malam di Surakarta. Citra rasa tradisional memimpin dengan rerata 4,65, menunjukkan bahwa makanan di Kota Solo dikenal memiliki rasa khas dan tradisional yang sangat memuaskan. Bahan baku lokal mendapatkan skor tinggi (rerata 4,51), mencerminkan penghargaan terhadap penggunaan bahan baku lokal yang menjadi bagian integral dari identitas kuliner masyarakat setempat. Penggunaan teknik memasak tradisional (rerata 4,46) memberikan nilai tambah pada pengalaman kuliner dengan mewarisi kearifan lokal. Cara penghidangan yang khas (rerata 4,29) menunjukkan bahwa tampilan unik dalam penyajian makanan mencerminkan tradisi lokal. Keseluruhan, tingginya penilaian dan kategorisasi "Sangat Puas" menegaskan bahwa budaya kearifan lokal berperan signifikan dalam memuaskan dan memikat selera *keplek ilat* wisatawan malam di Surakarta.

Tabel 7 mencerminkan tingkat kepuasan yang baik terhadap aspek budaya kearifan lokal dalam wisata kuliner malam di Surakarta. Penggunaan ramuan tradisional (rerata 4,03) menandakan bahwa pengunjung mengapresiasi sentuhan tambahan ramuan tradisional dalam menciptakan citra rasa makanan yang unik. Warisan keluarga (rerata 3,94) menunjukkan bahwa penerusan resep dan metode masak keluarga memberikan nilai tambah pada pengalaman kuliner, mempertahankan warisan budaya. Cara penyajian tradisional (rerata 3,86) menunjukkan bahwa wisatawan menghargai penggunaan alat penyajian tradisional atau cara penyajian yang khas dalam penyajian makanan. Meskipun keterlibatan kesenian (rerata 3,52) mendapatkan skor lebih rendah, wisatawan masih memberikan penilaian "puas," menandakan bahwa seni rupa lokal dalam penyajian makanan masih memberikan nilai tambah pada pengalaman kuliner. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa aspek budaya kearifan lokal berkontribusi positif terhadap kepuasan *keplek ilat* pengunjung kuliner malam di Surakarta.

Dari Tabel 7, terlihat bahwa indikator adat dan ritual kuliner (rerata 3,29) dan kearifan lingkungan (rerata 3,04) mendapatkan penilaian "Cukup Puas." Adat dan ritual kuliner menunjukkan keterlibatan dalam penyajian dan konsumsi makanan yang masih dapat ditingkatkan. Ini mencerminkan bahwa pengunjung mungkin ingin lebih banyak pengalaman interaktif dan mendalam terkait tradisi kuliner lokal. Di sisi lain, kearifan lingkungan menunjukkan bahwa wisatawan menginginkan lebih banyak metode ramah lingkungan dalam produksi dan penyajian makanan. Oleh karena itu, pengembangan inisiatif lingkungan yang lebih berkelanjutan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Secara keseluruhan, meskipun dua indikator ini mendapat penilaian cukup puas, pengembangan adat dan ritual kuliner yang lebih menarik serta praktik ramah lingkungan dapat lebih menggugah minat dan kepuasan wisatawan, semakin memperkaya pengalaman kuliner malam di Surakarta. Persepsi positif terhadap budaya kearifan lokal dalam konteks ini dapat lebih diperkuat dengan pengintegrasian lebih banyak elemen budaya dan praktik lingkungan yang berkelanjutan dalam industri kuliner.

Rendahnya skor kepuasan terkait adat dan ritual kuliner serta kearifan lingkungan dalam konteks budaya *keplek ilat* di Surakarta menunjukkan potensi pengembangan lebih lanjut dalam pertunjukan wisata kuliner. Penekanan pada interaktivitas dan mendalamnya pengalaman wisatawan dengan adat dan ritual kuliner dapat meningkatkan daya tarik budaya *keplek ilat*. Demikian pula, integrasi praktik lingkungan yang lebih berkelanjutan dapat memperkaya nilai tambah bagi pengunjung yang semakin menyadari keberlanjutan. Dengan memperkuat elemen-elemen ini dalam industri kuliner malam, Surakarta dapat mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, memberikan pengalaman yang lebih kaya dan mendalam bagi wisatawan yang tertarik dengan *keplek ilat* dan kearifan lokal yang unik.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menggambarkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kewirausahaan makanan (*food agripreneurship*) dan kearifan lokal, terutama *keplek ilat*, memiliki dampak signifikan pada tingkat kepuasan kunjungan di Kota Solo (Surakarta). Temuan observasi di lapangan memperkuat fakta bahwa interaksi positif antara agripreneur kuliner dan wisatawan, serta promosi kearifan lokal, berkontribusi pada pengenalan dan penilaian positif terhadap kuliner malam di Solo. Meskipun begitu, terdapat beberapa indikator yang belum memberikan kepuasan optimal kepada wisatawan. Strategi peningkatan dapat difokuskan pada indikator seperti adat dan ritual kuliner serta kearifan lingkungan. Dalam meningkatkan adat dan ritual kuliner, perlu dilakukan pengembangan acara atau pertunjukan yang memperkaya pengalaman wisatawan terkait aspek adat dan ritual dalam penyajian makanan. Selain itu, untuk meningkatkan kearifan lingkungan, *agripreneur* kuliner dapat memperkenalkan metode-produksi dan penyajian yang lebih ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan baku organik atau daur ulang material dalam proses produksi. Rekomendasi kebijakan pengelolaan wisata kuliner *keplek ilat* malam hari bagi pemerintah kota Surakarta dapat melibatkan penguatan regulasi terkait pelestarian kearifan lokal, pengembangan program pelatihan untuk agripreneur kuliner dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, serta peningkatan infrastruktur untuk mendukung keberlanjutan usaha kuliner. Pemerintah juga dapat memfasilitasi kolaborasi antara agripreneur dengan pihak terkait, seperti komunitas lokal atau lembaga pendidikan, untuk memperkaya aspek budaya dan kreativitas kuliner. Saran membangun bagi *agripreneur* kuliner di Solo termasuk mempertahankan inovasi dalam produk, memperkuat kerjasama dengan pemerintah dan pihak terkait, serta menjaga keberlanjutan dalam praktik agribisnis. Pengembangan kemitraan dengan produsen lokal, pelibatan dalam acara budaya, dan penerapan praktik ramah lingkungan dapat menjadi strategi bagi *agripreneur* dalam meningkatkan daya saing dan daya tarik wisata kuliner *keplek ilat* di Surakarta.

Daftar Pustaka

- Barska, A., & Wojciechowska-Solis, J. (2020). E-Consumers and Local Food Products: A Perspective for Developing Online Shopping for Local Goods in Poland. *Sustainability*, 12(12), 4958. <https://doi.org/10.3390/su12124958>
- Bijmolt, T. H. A., Broekhuis, M., de Leeuw, S., Hirche, C., Roederkerk, R. P., Sousa, R., & Zhu, S. X. (2021). Challenges at the marketing–operations interface in omni-channel retail environments. *Journal of Business Research*, 122, 864–874. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.034>
- Burnette, C. E., Lesesne, R., Temple, C., & Rodning, C. B. (2020). Family as the Conduit to Promote Indigenous Women and Men’s Enculturation and Wellness: “I Wish I Had Learned Earlier.” *Journal of Evidence-Based Social Work*, 17(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/26408066.2019.1617213>
- Chen, J., Zhu, B., Ngo, C.-W., Chua, T.-S., & Jiang, Y.-G. (2021). A Study of Multi-Task and Region-Wise Deep Learning for Food Ingredient Recognition. *IEEE Transactions on Image Processing*, 30, 1514–1526. <https://doi.org/10.1109/TIP.2020.3045639>
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Malibari, A. (2020). Food waste in hospitality and food services: A systematic literature review and framework development approach. *Journal of Cleaner Production*, 270, 122861. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122861>
- Hagen, L. (2021). Pretty Healthy Food: How and When Aesthetics Enhance Perceived Healthiness. *Journal of Marketing*, 85(2), 129–145. <https://doi.org/10.1177/0022242920944384>
- Hartawati, Wiraatmaja, J., Jeffrie, & Nurbasari, A. (2023). The Influence of Online Customer Reviews, Prices, and Sales Promotions on Buying Interests in the Tokopedia Marketplace. *The Journal of Management, Digital Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 40–49. <https://doi.org/10.58857/JMDBE.2023.v01.i01.p04>

- Herminingrum, S. (2019). The genealogy of traditional Javanese cassava-based foods. *Journal of Ethnic Foods*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0015-5>
- Imamah, F. M. (2017). Seeking for Berkah: the Celebration of Kiai Slamet. *Kawalu: Journal of Local Culture*, 4(1), 85. <https://doi.org/10.32678/kawalu.v4i1.778>
- Koerich, G. H., & Müller, S. G. (2022). Gastronomy knowledge in the socio-cultural context of transformations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 100581. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100581>
- Kokins, G., Straujuma, A., & Lapiņa, I. (2021). The Role of Consumer and Customer Journeys in Customer Experience Driven and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 185. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030185>
- Marques da Rosa, V., Spence, C., & Miletto Tonetto, L. (2019). Influences of visual attributes of food packaging on consumer preference and associations with taste and healthiness. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 210–217. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12500>
- Martínez-Álvarez, Ó., Calvo, M. M., & Gómez-Estaca, J. (2020). Recent Advances in Astaxanthin Micro/Nanoencapsulation to Improve Its Stability and Functionality as a Food Ingredient. *Marine Drugs*, 18(8), 406. <https://doi.org/10.3390/md18080406>
- Ncube, L. K., Ude, A. U., Ogunmuyiwa, E. N., Zulkifli, R., & Beas, I. N. (2020). Environmental Impact of Food Packaging Materials: A Review of Contemporary Development from Conventional Plastics to Polylactic Acid Based Materials. *Materials*, 13(21), 4994. <https://doi.org/10.3390/ma13214994>
- Octastefani, T., & Kusuma, B. M. A. (2022). Exploring Taiwanese Street Food in Contemporary Indonesian Society: Between Nostalgia and Gastrodiplomacy. *Journal of Governance*, 7(4). <https://doi.org/10.31506/jog.v7i4.15663>
- Palazon, M., & Delgado-Ballester, E. (2009). Effectiveness of price discounts and premium promotions. *Psychology & Marketing*, 26(12), 1108–1129. <https://doi.org/10.1002/mar.20315>
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- Piramanayagam, S., Sud, S., & Seal, P. P. (2020). Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention. *Anatolia*, 31(2), 316–330. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1747232>
- Prasta, M. (2021). Wisata Kuliner Kota Surakarta dan Strategi Mengembangkan Wisata Kuliner Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(1), 37–47. <https://doi.org/10.53691/jpi.v17i1.134>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Purwoko, Y., & Dávid, L. D. (2021). Rethinking Sustainable Community-Based Tourism: A Villager's Point of View and Case Study in Pampang Village, Indonesia. *Sustainability*, 13(6), 3245. <https://doi.org/10.3390/su13063245>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Vasa, L., Pallás, E. I., & Dávid, L. D. (2021). Reviving an Unpopular Tourism Destination through the Placemaking Approach: Case Study of Ngawen Temple, Indonesia. *Sustainability*, 13(12), 6704. <https://doi.org/10.3390/su13126704>
- Reddy, G., & van Dam, R. M. (2020). Food, culture, and identity in multicultural societies: Insights from Singapore. *Appetite*, 149, 104633. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104633>
- Saeroji, A., & Wijaya, D. A. (2017). Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.22146/jpt.24968>
- Scheyvens, R., & Hughes, E. (2021). Can tourism help to “end poverty in all its forms everywhere”? The challenge of tourism addressing SDG1. In *Activating Critical Thinking to Advance the Sustainable Development Goals in Tourism Systems* (pp. 215–233). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003140542-13>
- Sekar Jiwandari, & Pardi, P. (2022). Telaah Kinerja Keuangan Usaha Kuliner di Surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 547–556. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1685>

- Selly Veronica, Nurlisa Ginting, & Amy Marisa. (2020). Local Wisdom-Based on Development of the Environment and Atmosphere Aspect of Berastagi Night Tourism. *International Journal of Architecture and Urbanism*, 4(2), 144–155. <https://doi.org/10.32734/ijau.v4i2.4515>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., & Migliore, G. (2019). Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption—Understanding Italian Tourists’ Motivations. *Sustainability*, 11(17), 4588. <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- Trigo, J. P., Alexandre, E. M. C., Saraiva, J. A., & Pintado, M. E. (2020). High value-added compounds from fruit and vegetable by-products – Characterization, bioactivities, and application in the development of novel food products. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 60(8), 1388–1416. <https://doi.org/10.1080/10408398.2019.1572588>
- Vera Zambrano, M., Dutta, B., Mercer, D. G., MacLean, H. L., & Touchie, M. F. (2019). Assessment of moisture content measurement methods of dried food products in small-scale operations in developing countries: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 88, 484–496. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2019.04.006>
- Widyarto, E. (2017). *Mudik ke Solo? Jangan Lupa “Keplek Ilat” di 10 Kuliner ini*. Timesindonesia.Co.Id. <https://timesindonesia.co.id/kuliner/150805/mudik-ke-solo-jangan-lupa-keplek-ilat-di-10-kuliner-ini>
- Yayusman, M. S., Yaumidin, U. K., & Mulyasari, P. N. (2023). On considering Australia: exploring Indonesian restaurants in promoting ethnic foods as an instrument of Indonesian gastrodiploamacy. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s42779-023-00207-1>
- Yoganandan, G., Rahman, A. A. A., Vasan, M., & Meero, A. (2022). Evaluating agripreneurs’ satisfaction: exploring the effect of demographics and emporographics. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00193-9>
- Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11(12), 3437. <https://doi.org/10.3390/su11123437>
- Zhao, X., Wang, P., & Pal, R. (2021). The effects of agro-food supply chain integration on product quality and financial performance: Evidence from Chinese agro-food processing business. *International Journal of Production Economics*, 231, 107832. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107832>