

---

**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER PADA JOMBANG KULINER****Oleh****Denok Fitri Lestari<sup>1)</sup>, Purbowo<sup>2)</sup>, Khotim Fadhli<sup>3)</sup>****<sup>1,2,3</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah  
JL Garuda No. 09 Tambakberas Jombang, telp/fax 0321-853533****E-mail: <sup>1</sup>[Denoktyas45@gmail.com](mailto:Denoktyas45@gmail.com), <sup>2</sup>[Purbowo@unwaha.ac.id](mailto:Purbowo@unwaha.ac.id), <sup>3</sup>[Khotim@unwaha.ac.id](mailto:Khotim@unwaha.ac.id)****Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner, kabupaten jombang. penelitian ini melibatkan sample 7 orang yang berasal dari pengunjung dan pedagang. Data yang dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuensioner. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT serta matrik internal dan eksternal (IE). Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner yang dapat diterapkan adalah dengan melakukan kuadran I (Agresif) yaitu dengan mengoptimalkan kekuatan yang ada dengan cara memperbaiki kekurangan di tempat wisata jombang kuliner. Sehingga mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki maka akan dapat melakukan diversifikasi potensi wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan. Melalui beberapa cara yaitu membuat Kerjasama dengan beberapa pihak untuk mempromosikan wisata jombang kuliner, mengadakan pameran oleh-oleh, dan serta memperluas area kuliner.

**Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Wisata Kuliner, Jombang Kuliner, Jombang.**

**PENDAHULUAN**

Uniknya wisata kuliner di Indonesia, menurut Don Kardono “bukan hanya dari aspek makanan tetapi dari seni dan budayanya juga”. Hal ini yang membuat istimewa dimana bisa menjual paket seni dan budaya melalui makanan yang ada di setiap daerah-daerah. Hal ini wisata kuliner dapat tumbuh sangat positif. Dunia kuliner sangat terikat dengan area atau tempat, identitas dan budaya di setiap daerah-daerah. Upaya menjadikan ajang promosi segala aspek makanan di salah satu destinasi yang membutuhkan kreatifitas dalam pengembangan produk, proses, pemasaran dan menciptakan pengalaman bersama makanan.

Masih kata Don Kardono, ia memaparkan bahwa Wisata budaya memberi kontribusi 60% terhadap sektor industri pariwisata tanah air. Sekitar 45 % diantaranya merupakan wisata kuliner dan belanja. Berdasarkan produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif 35% dari RP 641 triliun atau sekitar RP 208,32

triliun diantaranya merupakan sumbangan kuliner. (Kemenpar, 2019)

Berdasarkan deskripsi yang dijelaskan diatas, tampak bahwa sebenarnya kabupaten jombang memiliki potensi yang cukup besar dan dapat dikembangkan sebagai daerah wisata yang menarik, terutama pada wisata kuliner. Oleh karena itu, melalui penelitian ini dengan judul strategi pengembangan wisata kuliner jombang di wilayah kabupaten jombang diharapkan dapat menjawab dan memberikan gambaran yang jelas tentang potensi wisata kuliner serta karakteristik wisatawan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan PAD dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, memperluas kesempatan membuka umkm dan meningkatkan rasa cinta terhadap lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat.

Banyaknya jenis makanan dan minuman menjadikan ciri khas setiap daerahnya. Dengan adanya program pemerintah dalam pengembangan wisata kuliner, kabupaten

jombang khususnya dinas kebudayaan dan pariwisata jombang ikut andil dalam pengembangan kuliner di kabupaten jombang. salah satunya membuat kegiatan Seperti “Jombang Kuliner” setiap harinya, yang menyediakan tempat untuk para kaki lima menjajakan dagangannya dari makanan tradisional hingga modern. Hal ini menjadikan salah satu tempat favorite bagi penggemar kuliner untuk mengunjunginya. Dengan adanya tempat jombang kuliner tersebut menjadi salah satu alasan wisatawan untuk datang ke jombang dan dengan banyaknya wisatawan yang mengunjungi dapat menimbulkan citra positif bagi kabupaten jombang. Dalam peningkatan citra untuk menargetkan jumlah kunjungan wisatawan memerlukan adanya strategi pemasaran yang baik. Peningkatan citra bisa ditingkatkan dari kuliner serta tempat yang strategis. Citra dari suatu destinasi pariwisata adalah kepercayaan, pemahaman, dan penilaian wisatawan terhadap suatu tempat yang dikunjungi.

## LANDASAN TEORI

### A. Manajemen Strategi

Secara umum ruang lingkup kajian manajemen strategi sangat luas baik dari segi internal dan eksternal. Namun secara umum ruang lingkup kajian manajemen bergerak atas dasar pemahaman sebagai berikut, yaitu :

- Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategi kepada internal perusahaan khususnya perbaikan yang bersifat sustainable (berkemajuan)
- Menempatkan konstruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan. Artinya fokus kerja dalam pencapaian kedua sisi tersebut mengacu kepada konstruksi manajemen strategis.
- Menjadikan ilmu manajemen strategi sebagai base thinking dalam membangun berbagai rencana termasuk rencana

produksi, pemasaran, personalia, dan keuangan.

Dalam strategi mendefinisikan manajemen strategis sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis terfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. (Fahmi, 2013)

### B. Pengembangan Pariwisata

Menurut pada penelitian (Jannah et al., 2020) Inskeep pada tahun 1991 mengatakan “The Local cuisine reflects the history and culture of an area and can be an attraction for many tourist. In addition to providing good quality food for tourists, efforts should be made to promote any dishes unique to the areamost tourists enjoy at least trying to local cuisine” (Inskeep, 1991). Menurut Edward Inskeep masakan lokal dapat mencerminkan sejarah dan kebudayaan daerah dan yang dapat dijadikan atraksi pariwisata Dengan syarat makanan yang disajikan berkualitas untuk wisatawan/pengunjung, makanan yang dihasilkan harus unik/ berbeda dengan daerah lain dan sebagian besar turis menikmati atau paling tidak mencoba masakan local.(Jannah et al., 2020)

Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata tersebut agar menjadi lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya. Untuk mendapat atau menarik minat pengunjung untuk mengunjunginya. (Arfai et al., 2021)

### C. Kuliner dan Citra Destinasi

Menurut (Kurniawan, 2010) Food Image dalam kaitannya dengan destination / tempat wisata yang harus dianggap sebagai konsep yang unik karena sejumlah karakteristik

makanan yang tangible dapat mencerminkan keunikan suatu destinasi tertentu, wisata kuliner yang berperan dalam perkembangan pariwisata kuliner, karena suatu obyek wisata akan terasa jenuh dan kurang menarik apabila dalam suatu obyek wisata tersebut tidak didukung oleh suatu tempat untuk menikmati makanan khas daerah atau khas nusantara. Akan tetapi dengan seiring majunya zaman dan beranekaragam bentuk makanan modern, maka para pelaku wisata kuliner

**D. Analisis SWOT**

Menurut Freddy (2013) analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau disebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Jadi, apabila disimpulkan dari kedua pengertian di atas analisis SWOT adalah suatu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). (Arfai et al., 2021)

Tabel 1 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, (Rangkuti, 2017)

Table 2 matriks faktor strategi eksternal (EFAS)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Sumber: Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, (Rangkuti, 2017)

**METODE PENELITIAN**

Desain dari penelitian ini merupakan semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian ini hanya mengenai pengumpulan dan analisis data yang ada dilapangan (Nazir, 2009:84).

**1. Jenis Data**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang mendeskriptifkan atau menggambarkan variabel – variabel penelitian apa adanya tanpa melakukan rekayasa – rekayasa, pada wisata kuliner di jombang kuliner Kabupaten Jombang dengan melakukan survei dan pendekatan secara langsung kepada responden yang

berhubungan dengan penelitian tersebut. Adapun jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

#### a. Data kuantitatif

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena termasuk data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka – angka yang didapatkan dari hasil penilaian langsung penelitian yang meliputi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan dari Pengunjung dan Penjual di jombang kuliner Kabupaten Jombang.

#### b. Data Kualitatif

Sering disebut penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alami (*natural setting*); disebut juga sebagai *ethnographi*; karena pada awalnya metode ini banyak digunakan untuk penelitian bidang *a* Yaitu data yang bukan dalam bentuk angka – angka atau tidak dapat dihitung, dan diperoleh dari hasil wawancara berupa tanggapan yang diberikan oleh responden berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan kondisi di jombang kuliner Kabupaten Jombang.

### 2. Lokasi, Waktu dan Kegiatan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama bulan januari hingga maret tahun 2022 di objek wisata malam jombang kuliner di jalan Dr. Sutomo No. 15 Sengon kecamatan jombang kabupaten jombang. penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) di objek wisata jombang kuliner.

### 3. Penentuan Sample

Penentuan sampel dilakukan secara sengaja *purposive sampling* dimana sasaran sampel yang diteliti telah memiliki karakteristik yang ditentukan sehingga tidak mungkin diambil sampel lain yang tidak memenuhi karakteristik yang telah ditetapkan *purposive sampling* disebut juga sebagai sampel penilaian atau pakar adalah jenis nonprobabilitas. Tujuan utamanya yaitu menghasilkan sampel yang secara logis dapat dapat dianggap mewakili populasi (Mulyatiningsih, 2017) . dari informan yang berjumlah sebanyak 7 responden yang

diyakini dapat memberikan keterangan terhadap faktor internal dan eksternal dari pengelolaan wisata malam jombang kuliner.

Tabel 3 : *informan penelitian*

No	Informan	Jumlah
1.	Informan pengunjung jombang kuliner	4
2.	Informan penjual kaki lima jombang kuliner	3

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu: 1). Wawancara, suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara langsung dengan tujuan mendapatkan informasi yang benar. 2). Observasi langsung dilakukan dengan pengamatan langsung ke lokasi penelitian jombang kuliner, dengan mengidentifikasi strategi pengembangan obyek tersebut. 3). Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data tertulis bersumber pada catatan-catatan, arsip-arsip, gambar atau foto pada lokasi penelitian.

### Metode Analisis Data

Pada penelitian ini terdapat beberapa titik focus penelitian, yaitu Teknik analisis data untuk menemukan factor internal dan eksternal yang mempengaruhi peningkatan kunjungan wisata jombang kuliner dilakukan dengan metode Merumuskan strategi pengembangan dalam upaya peningkatan kunjungan pada wisata jombang kuliner, penelitian ini didukung oleh analisis IFAS, EFAS dan matrix SWOT. Analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumberdaya internal perusahaan (strength and weaknes) dengan situasi eksternalnya (opportunity and threahrt). Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dan strategi yang berhasil (pearce II, John A., 2013).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)**

Matrik IFAS merupakan gabungan antara faktor kekuatan (S) dan kelemahan (W) dengan menghitung bobot dan rating. Nilai bobot (B) didapatkan dengan menghitung total dari keenam informan kemudian dibagi dengan angka 100 sedangkan rating (R) rata-rata didapatkan dari keenam informan (stakeholder) yang dilibatkan. Tujuannya untuk mendapatkan total skor (BxR) yang digunakan untuk menentukan titik koordinat dalam merumuskan suatu strategi pengembangan.

**Analisis Matrik EFAS (External Factor Analysis Summary)**

Matrik EFAS merupakan gabungan antara faktor peluang (O) dan ancaman (T) dengan menghitung bobot dan rating. Tidak berbeda jauh dengan matrik IFAS, nilai bobot didapatkan dengan menentukan skala prioritas dengan persetujuan responden utama sedangkan rating rata-rata didapatkan dari seluruh responden (stakeholder) yang dilibatkan.

**Merumuskan sebuah strategi prioritas melalui diagram SWOT berdasarkan Analisis IFAS Dan EFAS**

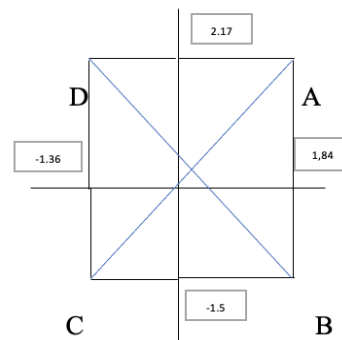
Dalam merumuskan suatu strategi prioritas, diperlukan beberapa langkah-langkah untuk mendapatkan hasil yang tepat untuk digunakan sebagai acuan dasar dalam pembangunan dan pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner. Berikut langkah-langkah penentuan diagram analisis SWOT:

1. Menentukan nilai skor (BobotxRating) dari kedua faktor baik IFAS maupun EFAS sebagai berikut:

*Tabel 4 : Nilai Faktor Internal dan Eksternal*

FAKTOR INTERNAL		FAKTOR EKSTERNAL	
Kekuatan (S)	1,84	Peluang (O)	2,17
Kelemahan (W)	-1,36	Ancaman (T)	-1,5

2. Membuat diagram analisis SWOT dengan menggunakan titik koordinat bidang antara sumbu X dan sumbu Y sebagai berikut:



3. Menentukan koordinat titik perpotongan X dan Y antara diagonal AC dengan diagonal BD sebagai berikut:

E = Perpotongan antara AC dan BD

A = Mempunyai koordinat (1,84 ; 2,17)

B = Mempunyai koordinat (1,84 ; -1,5)

C = Mempunyai koordinat (-1,36 ; -1,5)

D = Mempunyai koordinat (-1,36 ; 2,17)

4. Menghitung nilai titik perpotongan diagonal AC dan BD melalui persamaan sumbu sebagai berikut:

- Nilai persamaan diagonal AC

$$\frac{X - X1}{X2 - X1} = \frac{Y - Y1}{Y2 - Y1}$$

$$= \frac{X - 1,84}{-1,36 - 1,84} = \frac{Y - 2,17}{-1,5 - 2,17}$$

$$= \frac{X - 1,84}{-3,2} = \frac{Y - 2,17}{-3,67}$$

$$= (X - 1,84)(-3,67) = (Y - 2,17)(-3,2)$$

$$= -3,67x + 6,75 = -3,2y + 6,94$$

$$= -3,67x + 3,2y = 6,94 - 6,75$$

$$= -3,67x + 3,2y = 0,19 \dots \text{persamaan 1}$$

- Nilai persamaan diagonal BD

$$\frac{X - X1}{X2 - X1} = \frac{Y - Y1}{Y2 - Y1}$$

$$= \frac{X - 1,84}{-1,36 - 1,84} = \frac{Y - (-1,5)}{2,17 - (-1,5)}$$

$$= \frac{X - 1,84}{-1,36 - 1,84} = \frac{Y - (-1,5)}{2,17 - (-1,5)}$$

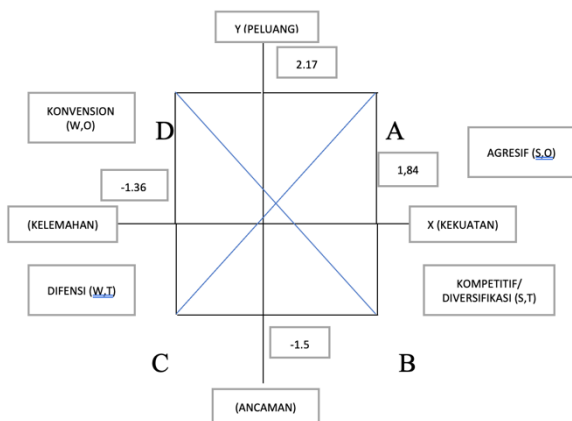
$$\begin{aligned} &= \frac{X - 1,84}{-3,2} = \frac{Y + 1,5}{3,67} \\ &= (x - 1,84)(3,67) = (y + 1,5)(-3,2) \\ &= 3,67x - 6,75 = -3,2y - 4,8 \\ &= 3,67x + = -4,8 + 6,75 \\ &= 3,67x + 3,2y = 1,95 \dots \text{persamaan 2} \end{aligned}$$

- Menentukan nilai X dengan metode eliminasi

$$\begin{aligned} &= -3,67x + 3,2y = 0,19 \dots \text{persamaan 1} \\ &= 3,67x + 3,2y = 1,95 \dots \text{persamaan 2} \\ &= -3,67x - 3,67x = 0,19 - 1,95 \\ &= -7,34x = -1,79 \\ &x = \frac{-1,79}{-7,34} = 0,24 \end{aligned}$$

- Menentukan nilai Y dengan metode substitusi dari nilai X

$$\begin{aligned} &= 3,67x + 3,2y = 1,95 \dots \text{persamaan 2} \\ &= 3,67(0,24) + 3,2y = 1,95 \\ &= 0,88 + 3,2y = 1,95 \\ &= 3,2y = 1,95 - 0,88 \\ &= 3,2y = 1,07 \\ &y = \frac{1,07}{3,2} = 0,33 \end{aligned}$$



Maka nilai titik perpotongan diagonal tersebut terdapat pada sumbu X sebesar 0,24 dan sumbu Y sebesar 0,33 yang terletak pada kuadran I yaitu langkah untuk Agresif dengan strategi yang harus di terapkan yaitu strategi S.O. Langkah Agresi yaitu mengoptimalkan kekuatan yang ada dengan cara memperbaiki kekurangan di tempat wisata jombang kuliner.

Sehingga mampu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki maka akan dapat melakukan diversifikasi potensi wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan.

Sehingga diperoleh ranking pada masing-masing kuadran sebagai berikut:

Table 5 : Rangking Strategi

KUADRAN	Posisi titik	Luas	Rangking	Strategi
I (A)	(2,17; 1,84)	3,99 cm	1	S,O
II (D)	(2,17; -1,36)	2,95 cm	2	W,O
III (C)	(-1,5; -1,36)	2,04 cm	4	W,T
IV (B)	(-1,5; 1,84)	2,76 cm	3	S,T

Table 6 : Solusi Masing-masing Kuadran

KUADRAN	KETERANGAN
I (Agresif)	Memiliki banyak strategi untuk mengembangkan karena pada posisi yang menguntungkan
II (Konvensional)	Mengevaluasi fasilitas pada lokasi
III (Difensi)	Mempertahankan kualitas dengan efisiensi dan efektivitas
IV (Kompetitif)	Melakukan pengembangan / diversifikasi lokasi

### KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- Kekuatan jombang kuliner dapat menjadi potensi wisata kuliner yang dapat berkembang dengan baik. Wisata ini akan menjadi alternatif berkumpulnya keluarga bagi masyarakat setempat / daerah sekitarnya. Dengan pilihan kuliner yang beraneka ragam dari yang murah hingga yang mahal, tradisional sampai modern, dan bahkan makan berat sampai ringan.
- Strategi prioritas yang dapat diterapkan sebagai Langkah utama dalam mengembangkan wisata kuliner di jombang kuliner yaitu strategi S.O dengan luas 3,99 cm<sup>2</sup> yang terletak pada kuadran I (agresif). Strategi ini ada lima macam diantaranya : (1) Membuat Kerjasama dengan pihak Guk-Yuk jombang untuk mempromosikan Wisata jombang kuliner. (2) Membangun beberapa titik spot foto serta pernak Pernik lainnya di Kawasan

jombang kuliner untuk menjadikannya sebagai ciri khas. (3) Mengadakan pameran oleh-oleh / produk khas jombang di Kawasan tersebut yang membuat produk jombang & wisata jombang kuliner dapat dikenal jauh di luar daerah. (4) Menjadikan jombang kuliner sebagai tempat kuliner yang paten. Tidak berubah-ubah tempat di setiap perubahan pemimpin yang baru. (5)Memperluas area kuliner.

### Saran

Penelitian ini harus memberikan sesuatu yang berguna untuk berkembangnya ilmu pengetahuan, baik dari instansi pemerintah, swasta, atau bahkan masyarakat umum. Maka dari itu dalam penelitian yang di lakukan mengenai *strategi pengembangan wisata kuliner di jombang kuliner*. Peneliti menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Diperlukannya penelitian lebih lanjut mengenai factor yang mempengaruhi jumlah kunjungan sebelum dan sesudah pengembangan.
2. Untuk meningkatkan daya Tarik masyarakat maka pemerintah memberikan perhatian lebih terhadap wisata kuliner di jombang kuliner.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arfai, W., Manokwari, D., Riantoro, D., & Aninam, J. (2021). Analisis SWOT untuk Strategi pengembangan obyek wisata hutan bakau kormun wasidori arfai di manokwari. *Lensa Ekonomi*, 15(1), 151–172.
- [2] Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- [3] Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi*. CV Alfabeta.
- [5] Hilmiyah, N., Permana, E., Haryani Hatta, I., Widyaningsih, M., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila, F. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PELAKU UMKM KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(2).
- [6] Jannah, D. N., Septemuryantoro, S. A., & Putri, R. (2020). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Situasi Covid-19 Simpang Lima Kota Semarang. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 344–352. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- [7] Kemenpar. (2019, October 2). *Kuliner Miliki Peran Penting di Pariwisata Indonesia*. Lifestle.Okezone.Com.
- [8] Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
- [9] Kurniawan, F. (2010). *Potensi Wisata Kuliner dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta*.
- [10] Mulyatiningsih, E. (2017). *Riset Terapan (pendidikan & teknik)*. UNY Press.
- [11] Nisak, Z. (2014). *Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif*.
- [12] pearce II, John A., and R. B. R. (2013). manajemen strategis. In dedy A. H. and D. E. Irawan (Ed.), *manajemen strategis* (12th ed.). Salemba Empat.
- [13] prof. Dr. Ir. Amos Neolaka, M. P. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik* (A. Kamsyach (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- [14] Prof. DR. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis* (Prof. DR. Sugiyono (ed.); 18th ed.). ALFABETA.
- [15] Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [16] Saputra, A. D. (2011). *Strategi Pengembangan Taman Kuliner Condongcatur Depok Sleman dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan*.
- [17] Sasongko, I., Setiawan, A., & Purnama, Y. S. (2019). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang. *Perencanaan Wilayah Dan Kota*,

- 3, 34–67.
- [18] Semiawan, P. D. C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Kompas Gramedia.
- [19] solihin, ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. In A. Maulana (Ed.), *Manajemen Strategik* (9th ed.). Erlangga.
- [20] Sugiyono. (2017). *metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi revisi)* (Prof. DR. Sugiyono (ed.)). ALFABETA.
- [21] Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (I). PUSTAKABARUPRESS.
- [22] www.jombangkab.go.id. (2022, May 1). *kabupaten jombang*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Jombang](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Jombang).
- [23] Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Teknobuga*, 6(1), 1–9.