

## **STRATEGI PENGEMBANGAN KULINER TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER BERKELANJUTAN DI KECAMATAN SEMANU, GUNUNGKIDUL**

**Ira Resmayasari; Melewanto Patabang\*; Hana Kristianti; Helianthi Dewi**

Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi

IPB University, Bogor, Indonesia

<https://www.ipb.ac.id>

melewanto@yahoo.co.id\*

(\*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

**Abstract**—Traditional culinary heritage plays a crucial role as a cultural identity and a sustainable tourism attraction. This study aims to analyze the development strategy of traditional cuisine in Semanu District, Gunungkidul, using a descriptive qualitative approach with SWOT Analysis. The findings reveal key strengths in unique taste and traditional processing techniques (score 2.23), while weaknesses include conventional marketing and unstable raw material prices (score 1.01). Externally, opportunities arise from consumer preference and local resource potential (score 2.04), whereas threats stem from modern food competition and seasonal raw materials (score 1.00). The overall position of Semanu's traditional cuisine falls in quadrant I (internal score +1.22; external score +1.04), so an intensive growth strategy is recommended. This strategy should include recipe preservation, product diversification, culture-based innovation, digital marketing, quality improvement, and capacity building for local entrepreneurs. Thus, Semanu's traditional cuisine holds great potential as a sustainable culinary tourism attraction that supports cultural preservation and improves community welfare.

**Keywords:** culinary tourism, development strategy, SWOT analysis, traditional culinary.

**Abstrak**—Kuliner tradisional berperan penting sebagai identitas budaya sekaligus daya tarik wisata berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan kuliner tradisional di Kecamatan Semanu, Gunungkidul, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan Analisis SWOT. Hasil menunjukkan kekuatan utama terletak pada cita rasa khas dan teknik pengolahan tradisional (skor 2,23), sementara kelemahan pada pemasaran tradisional dan harga bahan baku (skor 1,01). Dari sisi eksternal, peluang muncul dari preferensi konsumen dan potensi sumber daya (skor 2,04), sedangkan ancaman berasal dari persaingan kuliner modern dan bahan musiman (skor 1,00). Posisi kuliner tradisional Semanu berada pada kuadran I (skor internal +1,22; eksternal +1,04), sehingga direkomendasikan strategi pertumbuhan yang intensif, meliputi pelestarian resep, diversifikasi produk, inovasi berbasis budaya, pemasaran digital, peningkatan kualitas, dan pelatihan pelaku usaha. Dengan demikian, kuliner tradisional Semanu berpotensi besar menjadi daya tarik wisata kuliner berkelanjutan yang mendukung pelestarian budaya dan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** wisata kuliner, strategi pengembangan, analisis SWOT, kuliner tradisional.

### **PENDAHULUAN**

Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia yang dikenal dengan kekayaan budaya, keindahan alam, serta kuliner tradisionalnya. Kuliner tradisional tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas budaya dan sosial, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan, solidaritas, serta menjadi simbol penghormatan dan warisan leluhur (Pugra et al.,

2025; Sadewo et al., 2025). Di tengah arus globalisasi dan modernisasi, kuliner tradisional tetap memainkan peran penting dalam memperkuat identitas nasional, menjaga hubungan sosial, serta menarik minat wisatawan. Kuliner tradisional memiliki peran signifikan dalam memperkuat identitas nasional dan etno-kultural. Konsumsi makanan tradisional terbukti meningkatkan rasa bangga dan resiliensi budaya, terutama pada komunitas yang aktif

melestarikan warisan kuliner (Abror et al., 2024; Poting, 2024). Bagi masyarakat diaspora, makanan tradisional berfungsi sebagai penghubung nostalgia sekaligus mempererat hubungan keluarga dan komunitas (Poting, 2024; Yasmeen & Fischer, 2024). Aktivitas memasak dan makan bersama juga memperkuat ikatan keluarga serta menjaga keberlangsungan tradisi (Yasmeen & Fischer, 2024).

Minat terhadap kuliner tradisional semakin meningkat seiring kejemuhan masyarakat terhadap makanan cepat saji serta berkembangnya wisata kuliner (Kowalczyk & Kubal-Czerwińska, 2020; Thampi & Priya, 2023). Namun, modernisasi menghadirkan tantangan berupa perubahan selera, penyederhanaan menu, hingga risiko hilangnya resep otentik (Mo et al., 2022; Çekiç, 2023). Beberapa hidangan unik, seperti dessert berbahan daging di Turki, bahkan terancam punah akibat pergeseran preferensi konsumen (Çekiç, 2023). Di Indonesia, kuliner tradisional menghadapi tantangan internal seperti harga, kualitas layanan, higienitas, lokasi usaha, keterbatasan sumber daya, mentalitas kewirausahaan, pemanfaatan teknologi, akses modal, serta ketiadaan sertifikasi halal. Tantangan eksternal meliputi persaingan dengan makanan cepat saji, promosi masif kuliner asing, perubahan gaya hidup, keterbatasan infrastruktur, serta dampak ekonomi akibat pandemic (Kusnedi et al., 2024; Mau et al., 2024; Mulyono & Rolando, 2024). Generasi muda cenderung kurang berminat karena kuliner tradisional dianggap rumit dan tidak praktis dibandingkan makanan modern. Modernisasi produk kadang menurunkan persepsi keaslian, meskipun inovasi digital seperti aplikasi resep mulai menarik perhatian generasi milenial (Aprikasari et al., 2024; Nugraha et al., 2024).

Kabupaten Gunungkidul di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi kuliner tradisional yang melimpah. Makanan khas seperti sego abang (nasi merah), thiwul, gathot, jingkeng, belalang goreng, dan keripik rumput laut merupakan bagian dari identitas lokal sekaligus daya tarik wisata (Saputri & Widyaningsih, 2020). Kecamatan Semanu khususnya, dikenal dengan thiwul, nasi merah, walang goreng, dan jamu tradisional yang mencerminkan kearifan lokal sekaligus berpotensi menjadi daya tarik wisata kuliner. Namun, berdasarkan hasil survei di lapangan pengembangan wisata kuliner di wilayah ini belum optimal karena promosi terbatas, aksesibilitas rendah, dan diversifikasi produk yang belum maksimal. Pernyataan tersebut

didukung oleh laporan (Dinas Pariwisata Gunungkidul (2024) yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kuliner lokal masih mengandalkan pemasaran tradisional, kurang terhubung dengan jaringan wisata, serta belum memiliki paket wisata kuliner yang terintegrasi. Meskipun sejumlah studi telah membahas kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata, penelitian yang secara khusus menyoroti strategi pengembangan kuliner tradisional berbasis potensi lokal pada skala kecamatan, terutama dalam konteks keberlanjutan pariwisata pedesaan, masih sangat terbatas. Selain itu, penelitian ini memanfaatkan pendekatan teori pengembangan pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara nilai budaya, ekonomi lokal, dan daya dukung lingkungan sebagai dasar analisis strategi pengembangan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kuliner tradisional di Kecamatan Semanu serta merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner berbasis analisis SWOT agar berdaya saing dan berkelanjutan.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2024 di Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi penelitian mencakup lima desa: Pacarejo, Semanu, Ngeposari, Candirejo, dan Dadapayu. Lima desa ini dipilih karena memiliki potensi wisata kuliner tinggi yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif sederhana, bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kuliner tradisional serta merumuskan strategi pengembangannya dalam konteks pariwisata. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena social, budaya dan ekonomi kuliner tradisional secara mendalam serta relevan untuk perumusan strategi pengembangan berbasis potensi lokal.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mendeskripsikan jenis kuliner tradisional, teknik pengolahan, serta ketersediaannya di Kecamatan Semanu. Wawancara dilakukan terhadap 30 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling, terdiri dari wisatawan, masyarakat lokal, pelaku usaha kuliner, pemerintah, dan tokoh masyarakat. Wisatawan yang menjadi responden adalah yang sudah pernah berkunjung minimal 2 kali ke Gunung, masyarakat lokal adalah

masyarakat yang kegiatan kesehariannya berhubungan dengan pariwisata, pelaku usaha adalah pengusaha kuliner yang minimal sudah 2 tahun berusaha di wilayah studi, pemerintah adalah dinas pariwisata dan UMKM serta tokoh masyarakat yang memahami kuliner tradisional di Kabupaten Gunung Kidul.

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk memetakan potensi wisata kuliner. Analisis lanjutan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yaitu kerangka analisis strategis yang mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman untuk memahami posisi strategis suatu objek secara komprehensif. Faktor-faktor tersebut kemudian disusun dalam matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*), yaitu alat peringkasan yang digunakan untuk menilai pengaruh relatif masing-masing faktor internal dan eksternal melalui pemberian bobot dan rating sehingga menghasilkan gambaran kondisi strategis yang terukur (Benzaghta et al., 2021). Penentuan bobot SWOT dilakukan menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) yaitu metode pengambilan keputusan multikriteria yang bekerja dengan mengidentifikasi faktor-faktor SWOT terlebih dahulu, kemudian melakukan perbandingan berpasangan (pairwise comparison) antar faktor untuk menentukan tingkat kepentingan relatif masing-masing faktor. Proses ini menghasilkan bobot kuantitatif yang objektif untuk setiap faktor SWOT, sehingga memudahkan prioritas strategi yang akan diambil (Bisht, 2024; Liu et al., 2023; Singh & Ware, 2023; Prasetya, 2023)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Kuliner Tradisional

Kecamatan Semanu merupakan salah satu bagian kewilayahan dari Kabupaten Gunungkidul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan karakteristik sosial budaya masyarakat tradisional yang masih memegang teguh budaya luhur warisan nenek moyang sehingga kultur budaya tersebut perlu dilestarikan sebagai bentuk pengembangan yang memajukan. Kuliner tradisional yang memiliki potensi untuk diminati wisatawan di Kecamatan Semanu berdasarkan hasil identifikasi disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Potensi Sumberdaya Kuliner Tradisional Unggulan Semanu**

No	Nama Kuliner	Deskripsi
1	Thiwul	Makanan pokok dari tepung gaplek yang dikukus dan biasanya disajikan dengan kelapa parut. Masih eksis sebagai pengganti beras, kini tersedia juga dalam bentuk tiwul instan di pusat oleh-oleh.
2	Tempe/Tahu Bacem	Lauk pauk populer bercita rasa manis, terbuat dari tempe atau tahu. Harganya murah (±Rp1.000/pcs) dan mudah ditemukan, kaya manfaat gizi.
3	Sayur Brongkos	Olahan daging sapi dengan bumbu khas yang dimasak lama hingga bumbu meresap. Digemari masyarakat dengan harga sekitar Rp30.000/porsi.
4	Sayur Lombok Ijo	Sayuran berbahan utama cabai hijau dengan bumbu rempah sederhana. Hidangan sehari-hari masyarakat Semanu, dijual Rp10.000-Rp30.000/porsi.
5	Puli Tempe	Panganan berbahan nasi padat yang disajikan bersama tempe bacem. Dijual mulai Rp2.000 per porsi sederhana.
6	Walang Goreng	Belalang goreng khas Gunungkidul, sumber protein tinggi. Harga bervariasi, sekitar Rp50.000/toples tergantung musim.
7	Bakpia Kering	Jajanan dari tepung terigu berisi kacang hijau manis. Dikonsumsi sehari-hari dan dijual sekitar Rp10.000/porsi.
8	Ungker/Ulat Jati	Olahan ulat jati yang digoreng dengan bumbu sederhana. Dijual sekitar Rp35.000/porsi sebagai kuliner ekstrem khas Semanu.
9	Apem Goreng	Kue tradisional dari tepung beras dan santan, dipanggang atau digoreng. Dijual sekitar Rp1.000/pcs.
10	Pathilo	Olahan singkong berbentuk kerupuk bulat. Dibuat dari pati singkong, dijual sekitar Rp10.000/bungkus dengan berbagai varian rasa.
11	Wedang Jahe	Minuman tradisional dari rebusan jahe dengan tambahan gula atau madu. Dijual mulai Rp 3.000/gelas.
12	Teh Pecut	Minuman teh hitam manis khas Yogyakarta, populer di Semanu. Dijual sekitar Rp 6.000/bungkus.

Sumber : (Hasil Penelitian. 2025)

Berdasarkan hasil identifikasi pada Tabel 1, Kecamatan Semanu memiliki potensi kuliner tradisional yang beragam, mulai dari makanan pokok, lauk pauk, sayuran, jajanan, hingga minuman. Keberagaman ini menunjukkan bahwa masyarakat setempat masih menjaga warisan

budaya kuliner leluhur sekaligus beradaptasi dengan kebutuhan wisata kuliner.

Pertama, kategori makanan pokok diwakili oleh Thiwul yang hingga kini masih dikonsumsi sebagai pengganti beras. Eksistensinya tetap terjaga melalui inovasi produk instan yang dipasarkan di toko oleh-oleh, sehingga memperluas jangkauan konsumen dan menambah nilai ekonomi. Kedua, kategori lauk pauk dan sayuran seperti Tempe/Tahu Bacem, Sayur Brongkos, dan Sayur Lombok Ijo menunjukkan keterikatan dengan pola konsumsi sehari-hari masyarakat. Hidangan ini memiliki keunggulan dari segi cita rasa, ketersediaan bahan, serta harga yang terjangkau. Brongkos, misalnya, menjadi daya tarik karena membutuhkan teknik memasak khusus dengan waktu lama, yang menambah keunikan kuliner ini. Ketiga, kategori jajanan sangat dominan, antara lain Puli Tempe, Walang Goreng, Bakpia Kering, Ungker/Ulat Jati, Apem Goreng, dan Pathilo. Ragam jajanan ini tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi harian, tetapi juga menjadi produk khas yang bernilai jual tinggi, terutama pangan ekstrem seperti Walang Goreng dan Ungker Jati yang telah menjadi identitas kuliner Gunungkidul. Sementara itu, kudapan seperti Apem dan Pathilo menegaskan peran singkong sebagai bahan pangan lokal yang diolah secara kreatif. Keempat, kategori minuman seperti Wedang Jahe dan Teh Pecut memperlihatkan pengaruh budaya tradisional dalam menjaga kesehatan sekaligus memberi alternatif sajian khas. Kedua minuman ini mudah ditemui dengan harga terjangkau sehingga dapat menarik wisatawan yang ingin merasakan nuansa tradisional khas pedesaan.

Secara keseluruhan, potensi kuliner tradisional di Semanu memiliki nilai strategis bagi pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal. Keragaman jenis makanan dan minuman yang tersedia tidak hanya mencerminkan identitas budaya, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat melalui kegiatan produksi, distribusi, dan penjualan. Oleh karena itu, upaya pelestarian sekaligus inovasi produk kuliner tradisional menjadi kunci dalam memperkuat daya tarik wisata kuliner di Kecamatan Semanu.

Keberagaman kuliner tersebut tidak hanya menunjukkan kelestarian tradisi pangan masyarakat Semanu, tetapi juga memiliki potensi sebagai identitas kultural yang membedakan destinasi ini dari wilayah lain. Hal ini sejalan dengan pandangan Di-Clemente et al. (2020) bahwa kuliner lokal berperan sebagai pembentuk citra destinasi dan meningkatkan

pengalaman wisata berbasis budaya. Selain itu, inovasi produk seperti thiwul instan menunjukkan bahwa masyarakat telah melakukan adaptasi pasar tanpa menghilangkan nilai tradisional, sehingga berdampak pada peningkatan nilai ekonomi dan daya tarik kuliner lokal. Oleh karena itu, potensi ini perlu diarahkan dalam strategi pengembangan yang terintegrasi dengan sektor pariwisata.

### Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis potensi kuliner ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan wisata kuliner di Kecamatan Semanu. Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui pendekatan analisis SWOT.

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal kekuatan dan kelemahan bedaraskan hasil analisis secara rinci disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Faktor Internal Kekuatan dan Kelemahan**

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
1 Menu kuliner memiliki cita rasa yang khas dan berbeda	0,16	5,00	0,81
2 Kuliner banyak manfaat dan memiliki gizi tinggi	0,11	4,00	0,43
3 Teknik dan prosedur pembuatan mempunyai ciri khas tersendiri dan tradisional	0,14	4,50	0,61
4 Tingkat kesadaran dan pengetahuan sumber daya manusia terhadap kuliner masih cukup tinggi	0,11	3,50	0,38
<b>Total Kekuatan</b>			2,23
<b>Kelemahan</b>			
1 Tidak adanya jaminan penggunaan bahan baku aman/ tidak berbahaya, seperti bahan pengawet.	0,11	2,00	0,22
2 Pemasaran yang belum modern dan kurang efektif	0,16	2,50	0,41
3 Harga kuliner yang tidak stabil mengikuti harga bahan baku	0,14	2,00	0,27
4 Variasi produk kurang bersaing	0,08	1,50	0,12
<b>Total Kelemahan</b>			1,01

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Hasil analisis pada Tabel 1 menunjukkan bahwa kekuatan utama kuliner tradisional di Kecamatan Semanu terletak pada cita rasa khas (skor 0,81).



Keunikan ini menjadi pembeda signifikan, sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan mengenai kuliner lokal seperti *thiwul*, nasi merah, dan walang goreng. Menurut Martin et al. (2021) dan Di-Clemente et al. (2020) otentisitas kuliner merupakan daya tarik wisata yang mendorong kunjungan ulang. Faktor berikutnya adalah teknik pembuatan tradisional (skor 0,61) yang menjaga keaslian rasa sekaligus menghadirkan nilai budaya, sejalan dengan UNESCO (2021) yang menempatkan kuliner sebagai warisan budaya takbenda. Selain itu, kandungan gizi alami (skor 0,43) serta kesadaran masyarakat dalam pelestarian (skor 0,38) menjadi kekuatan tambahan. Dengan total skor kekuatan sebesar 2,23, faktor-faktor ini menunjukkan bahwa kuliner tradisional Semanu memiliki modal besar untuk dikembangkan dalam kerangka wisata kuliner.

Meskipun memiliki kekuatan dominan, kuliner tradisional Semanu juga dihadapkan pada sejumlah kelemahan dengan total skor 1,01. Kelemahan terbesar adalah pemasaran yang masih tradisional (skor 0,41), sebagaimana disebutkan dalam pendahuluan bahwa promosi belum memanfaatkan teknologi digital. Literatur juga menekankan bahwa digitalisasi promosi adalah strategi penting untuk meningkatkan daya saing Setyawati, 2024; Wibawati & Prabhawati, 2021). Selain itu, ketidakstabilan harga bahan baku (skor 0,27) membuat harga jual kurang kompetitif, sementara keamanan bahan baku (skor 0,22) masih belum terstandar. Variasi produk yang terbatas (skor 0,12) juga menjadi kelemahan, terutama bagi generasi muda yang cenderung menyukai inovasi. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Mo et al. (2022) dan Çekiç (2023) yang menyoroti risiko homogenisasi kuliner dan menurunnya minat generasi muda terhadap makanan tradisional. Temuan ini memperlihatkan bahwa kekuatan kuliner tradisional Semanu tidak hanya terletak pada keunikan rasa, tetapi juga pada nilai budaya yang terkandung di dalam proses pengolahan dan konsumsi sehari-hari. Dengan demikian, pelestarian teknik pembuatan dan transfer pengetahuan antar generasi menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal peluang dan ancaman bedaraskan hasil analisis secara rinci disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Faktor Eksternal Peluang dan Ancaman

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
1 Sumberdaya kuliner berpotensi alami karena lokasi yang strategis	0,16	4	0,65
2 Lidah masyarakat Indonesia yang masih berminat tinggi/ suka dengan cita rasa kuliner tradisional	0,11	4,5	0,49
3 Suasana/View dan cuaca yang mendukung untuk mengkonsumsi kuliner tradisional	0,14	3,5	0,47
4 Tingkat konsumsi tinggi di hari-hari libur nasional karena wisatawan berdatangan	0,11	4	0,43
<b>Total Peluang</b>			2,04
<b>Ancaman</b>			
1 Faktor cuaca mempengaruhi kualitas produk	0,14	2,5	0,34
2 Bahan baku musiman	0,16	2	0,32
3 Persaingan produk dengan makanan modern/cepat saji yang lebih variatif dan menarik	0,11	2	0,22
4 Banyak competitor sejenis diluar daerah	0,08	1,5	0,12
<b>Total Ancaman</b>			1

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan peluang yang cukup besar dengan total skor 2,04. Peluang utama berasal dari potensi sumber daya dan lokasi strategis (skor 0,65), yang sesuai dengan pendahuluan bahwa Gunungkidul merupakan bagian penting dari destinasi wisata Yogyakarta. Literatur menegaskan bahwa kuliner lokal memperkuat daya tarik destinasi (Jokom et al., 2023). Preferensi masyarakat terhadap cita rasa tradisional (skor 0,49) juga memperlihatkan adanya pasar potensial, hal ini sejalan dengan hasil penelitian Di-Clemente et al. (2020) yang menekankan tren wisatawan dalam mencari pengalaman otentik. Suasana lingkungan yang mendukung (skor 0,47) semakin memperkuat daya tarik, karena pengalaman kuliner berbasis lingkungan sesuai dengan tren pariwisata berkelanjutan (Thampi & Priya, 2023). Terakhir, lonjakan konsumsi pada hari libur (skor 0,43) menjadi peluang penting bagi pengembangan event kuliner, sebagaimana ditunjukkan dalam literatur tentang festival kuliner sebagai strategi promosi (Komaladewi et al., 2025).

Kuliner tradisional Semanu juga menghadapi ancaman dengan total skor 1,00. Ancaman terbesar adalah faktor cuaca (skor 0,34) yang

memengaruhi kualitas produk, terutama yang berbahan segar. Bahan baku musiman (skor 0,32) menimbulkan risiko ketidakpastian dalam produksi, sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan tentang keterbatasan sumber daya lokal. Persaingan dengan kuliner modern (skor 0,22) juga menjadi tantangan, karena makanan cepat saji menawarkan variasi dan kemasan lebih menarik. Selain itu, kompetitor dari luar daerah (skor 0,12) memperketat persaingan, sejalan dengan literatur yang menyoroti homogenisasi kuliner akibat globalisasi (Çekiç, 2023). Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi yang mampu mengoptimalkan peluang melalui penguatan identitas lokal, sekaligus mengantisipasi ancaman melalui inovasi dan pengelolaan rantai pasok yang lebih adaptif. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi langkah penting dalam merumuskan arah pengembangan wisata kuliner Semanu secara berkelanjutan.

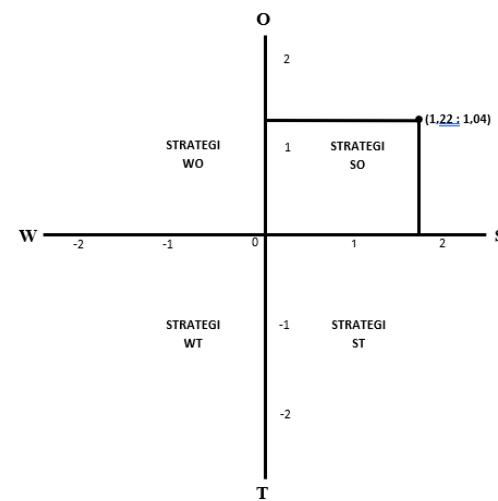
### Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut, selanjutnya dilakukan pemetaan posisi pengembangan kuliner tradisional Semanu ke dalam matriks SWOT untuk menentukan strategi pengembangan yang paling tepat. Strategi pengembangan dirumuskan berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya yang didasarkan pada nilai skor tiap-tiap faktor. Berdasarkan tabel hasil analisis matriks SWOT, total skor kekuatan sebesar 2,23; kelemahan 1,01; peluang 2,04; dan ancaman 1,00. Nilai positif pada faktor internal (+1,22) dan eksternal (+1,04) menunjukkan bahwa kuliner tradisional di Kecamatan Semanu berada pada kuadran I. Hal ini berarti strategi pengembangan diarahkan pada strategi agresif, yakni memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal, sambil tetap mengantisipasi kelemahan dan ancaman. Analisis skor ini kemudian digambarkan dalam bentuk diagram kartesius untuk mengetahui posisi strategis utama seperti disajikan pada Gambar 1 dan rumusan strateginya pada Tabel 4.

#### 1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Berdasarkan strategi SO pada Tabel 4, pemanfaatan cita rasa khas dan teknik pembuatan tradisional yang menjadi kekuatan utama diarahkan untuk mendukung peluang berupa preferensi masyarakat terhadap kuliner tradisional dan potensi sumber daya lokal.

Strategi ini diwujudkan melalui upaya menjaga kualitas produk dan cita rasa khas dengan melestarikan resep asli yang diwariskan lintas generasi. Hal ini sejalan dengan literatur yang menegaskan pentingnya otentisitas kuliner sebagai daya tarik wisata (Martin et al., 2021; UNESCO, 2021). Selain itu, pada Tabel 4 juga menunjukkan bahwa pengembangan wisata kuliner berbasis suasana pedesaan dapat menjadi daya tarik tambahan, terutama pada musim liburan ketika jumlah kunjungan wisatawan meningkat.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 1. Diagram Kartesius Analisis SWOT potensi sumberdaya kuliner di Kecamatan Semanu

#### 2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Berdasarkan strategi WO pada Tabel 4, kelemahan berupa pemasaran tradisional, harga bahan baku tidak stabil, dan variasi produk terbatas diatasi dengan memanfaatkan peluang berupa meningkatnya konsumsi saat hari libur dan tingginya preferensi masyarakat terhadap kuliner tradisional. Strategi yang dihasilkan adalah dukungan kelembagaan untuk pengaturan harga dan pasokan bahan baku musiman, sehingga kestabilan harga terjamin. Selain itu, pada Tabel 4 juga merekomendasikan inovasi produk melalui diversifikasi rasa dan pengemasan modern agar menarik bagi generasi muda. Literatur menegaskan bahwa diversifikasi produk dapat meningkatkan daya saing kuliner lokal (Çekiç, 2023). Terakhir, pemasaran digital kreatif yang tercantum pada tabel SWOT perlu dikembangkan untuk memperluas promosi kuliner Semanu.

Tabel 4. Analisis Matriks SWOT Pengembangan Potensi Wisata Kuliner di Kecamatan Semanu

	<b>Internal</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
		S.1 Menu kuliner memiliki cita rasa yang khas dan berbeda S.2 Kuliner banyak manfaat dan memiliki gizi tinggi S.3 Teknik dan prosedur pembuatan mempunyai ciri khas tersendiri dan tradisional S.4 Tingkat kesadaran dan pengetahuan terhadap kuliner masih cukup tinggi	W.1 Tidak adanya jaminan penggunaan bahan baku aman/ tidak berbahaya, seperti bahan pengawet. W.2 Penawaran yang belum modern dan kurang efektif W.3 Harga kuliner yang tidak stabil mengikuti harga bahan baku W.4 Variasi produk kurang bersaing
<b>Peluang (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>	
0.1 Sumberdaya kuliner berpotensi alami karena lokasi yang strategis 0.2 Lidah masyarakat Indonesia yang masih berminat tinggi/ suka dengan cita rasa kuliner tradisional 0.3 Suasana/View dan cuaca yang mendukung untuk mengkonsumsi kuliner tradisional 0.4 Tingkat konsumsi tinggi di hari-hari libur nasional karena wisatawan berdatangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjaga cita rasa khas yang bermanfaat menyesuaikan lidah masyarakat umum (S1,S2,02)</li> <li>Menjaga keaslian ciri khas kuliner tradisional dengan potensi sumberdaya alam sekitar (S3,01)</li> <li>Membuat program wisata kuliner yang didukung dengan suasana/view alam tradisional untuk menarik wisatawan lebih banyak terutama saat di hari raya/libur nasional (S4,03,04)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan patroli dan pembekalan dengan kegiatan kepariwisataan dan penyesuaian bantuan harga bahan baku yang tidak stabil mengikuti musim wilayah (W3,01)</li> <li>Melakukan pengemasan yang terbaik dan menambah variasi produk dengan beragam rasa (W1,04)</li> <li>Meningkatkan pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pengunjung dengan memanfaatkan suasana/view atau testimoni wisatawan yang pernah berkunjung (W2,02,03)</li> </ul>	
<b>Ancaman (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>	
T.1 Faktor cuaca mempengaruhi kualitas produk T.2 Bahan baku musiman T.3 Persaingan produk dengan makanan modern/cepat saji yang lebih variatif dan menarik T.4 Banyak competitor sejenis diluar daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan banyak inovasi yang lebih variatif tanpa menghilangkan ciri khas kuliner tradisional tersebut (S1,T3)</li> <li>Mendiskusikan informasi yang solutif terkait hal-hal yang mempengaruhi kualitas produk (S3,T1,T2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperkuat, meningkatkan dan menjaga kualitas produk sebaik mungkin dalam hal panen,pemotongan,pengemasan ataupun penyimpanan dan ketersedian bahan baku kuliner (W1,T2)</li> <li>Mengadakan sosialisasi program sertifikasi halal secara gratis (W1,T4)</li> <li>Mengadakan pelatihan rutin menunjang pemasaran wisata kuliner (W4,T4)</li> </ul>	

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

### 3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Berdasarkan strategi ST pada Tabel 4, ancaman berupa persaingan kuliner modern, keterbatasan bahan musiman, dan faktor cuaca diantisipasi dengan memanfaatkan kekuatan seperti cita rasa khas, teknik pembuatan tradisional, dan kesadaran masyarakat lokal. Strategi utama adalah inovasi produk yang lebih variatif namun tetap mempertahankan keaslian, sehingga dapat bersaing dengan kuliner modern tanpa kehilangan identitas budaya. Pada Tabel 4 juga menunjukkan pentingnya kerja sama antara masyarakat dan pemerintah dalam mengatasi faktor cuaca dan menjaga pasokan bahan baku, agar produksi tetap stabil sepanjang tahun.

### 4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Berdasarkan strategi WT pada Tabel 4, kelemahan berupa keterbatasan variasi produk, pemasaran tradisional, dan harga bahan baku yang tidak stabil dihadapkan dengan ancaman berupa persaingan dengan kuliner modern dan kompetitor luar daerah. Strategi yang muncul adalah peningkatan kualitas produk secara menyeluruh, mulai dari pemilihan bahan baku,

proses pengolahan, hingga pengemasan dan penyimpanan. Pada Tabel 4 juga menekankan perlunya pelatihan berkelanjutan bagi pelaku usaha kuliner di bidang manajemen usaha, pemasaran digital, dan sertifikasi halal agar produk lebih dipercaya wisatawan. Hal ini sejalan dengan literatur yang menyebutkan bahwa penguatan kapasitas SDM menjadi kunci keberlanjutan kuliner tradisional (Wibawati & Prabhawati, 2021). Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan wisata kuliner tradisional di Kecamatan Semanu memiliki prospek yang kuat melalui pendekatan berbasis kearifan lokal dan inovasi produk. Namun, keberhasilan strateginya memerlukan dukungan kelembagaan, peningkatan kapasitas pelaku usaha, serta integrasi pemasaran digital yang mampu menjangkau wisatawan secara lebih luas. Dengan demikian, kolaborasi antara pemerintah daerah, komunitas pelaku kuliner, dan sektor pariwisata menjadi kunci dalam mewujudkan pengembangan wisata kuliner yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kuliner tradisional di Kecamatan Semanu memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata kuliner berkelanjutan. Hasil analisis SWOT menempatkan posisi pengembangan pada kuadran I, sehingga strategi yang tepat adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang melalui pemeliharaan resep asli, inovasi produk, diversifikasi olahan, digitalisasi pemasaran, dan peningkatan kapasitas pelaku usaha. Penerapan strategi tersebut diharapkan tidak hanya mendukung pelestarian budaya, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penguatan ekonomi berbasis pariwisata.

*Novelty* penelitian ini terletak pada penerapan analisis berbasis potensi lokal pada skala kecamatan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata kuliner yang berkelanjutan, yang belum banyak dibahas dalam studi-studi sebelumnya. Secara teoritis, penelitian ini menegaskan bahwa kuliner tradisional berfungsi sebagai modal budaya dan identitas destinasi yang dapat diintegrasikan secara strategis dalam pembangunan pariwisata. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena belum mengukur dampak ekonomi dan keterlibatan stakeholder secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada penyusunan model implementasi strategi dan evaluasi dampaknya secara terukur melalui pendekatan partisipatif dan analisis ekonomi pariwisata.

## REFERENSI

- Abror, K. T., Zennika, T., Putri, E. P. M., & Yukuri, K. A. (2024). Peran Makanan Tradisional Dalam Menguatkan Identitas Nasional. *Jurnal Budaya Nusantara*, 7(1), 24-35.  
<https://doi.org/10.36456/jbn.vol7.no1.8834>
- Aprikasari, M., Oktavia, S., & Atmojo, W. (2024). Metode Multimedia Development Life Cycle dalam Pembuatan Aplikasi Resep Masakan Nusantara untuk Melestarikan Budaya Indonesia. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 21(1), 92-97.  
<https://doi.org/10.36080/bit.v21i1.2977>
- Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 54-72.
- Bisht, A. S. (2024). Strategic approach to accelerating regional bioenergy development: bioelectricity for emission reduction and sustainability. *Energy and Climate Change*, 5, 100162.  
<https://doi.org/10.1016/j.egycc.2024.100162>
- Çekici, İ. (2023). Think outside the box: traditional meat desserts in the culture of Turkish cuisine. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1), 34 (2023). <https://doi.org/10.1186/s42779-023-00196-1>
- Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J., & Campón-Cerro, A. (2020). Tourists' involvement and memorable food-based experiences as new determinants of behavioural intentions towards typical products. *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2319–2332.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1631265>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. (2023). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2023*. Gunungkidul: Pemerintah Kabupaten Gunungkidul.
- Jokom, R., Widjaja, D., Kristanti, M., & Wijaya, S. (2023). Culinary and destination experiences on behavioral intentions: an insight into local Indonesian food. *Journal of Foodservice Business Research*, 28(1), 145-162.  
<https://doi.org/10.1080/15378020.2023.2229574>
- Komaladewi, R., Rhiswandi, R., Mulyani, I., Setyadi, M., & Herdianie, R. (2025). Promotional Strategies for Culinary Tourism in Enhancing Destination Image and Increasing the Revenue of Micro Enterprises in Wanayasa, Purwakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 271-278.  
<https://doi.org/10.32815/jpm.v6i1.2612>
- Kowalczyk, A., & Kubal-Czerwińska, M. (2020). Traditional and Regional Cuisine in Urban Space. *Gastronomy and Urban Space*. (pp. 135-157). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-34492-4_6)
- Kusnedi, R., Arafah, W., Ingkadijaya, R., & Oktadiana, H. (2024). Prioritizing the Development of Indonesian Culinary Businesses Over the Legal Transition of International Food Businesses in Relation



- to Traditional Nusantara Cuisine. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1275-1284  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2682>
- Liu, Z., Duan, X., Cheng, H., Liu, Z., Li, P., & Zhang, Y. (2023). Empowering high-quality development of the Chinese sports education market in light of the "double reduction" policy: a hybrid SWOT-AHP analysis. *Sustainability*, 15(3), 2107. <https://doi.org/10.3390/su15032107>
- Martin, C., Izquierdo, C., & Laguna-García, M. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100911. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100911>
- Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., Artana, I., & Ariawan, I. (2024). Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local Communities in Surabaya, 6(2), 123-134. *Greenomika*. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3>
- Mo, H., Yin, S., & Liu, Y. (2022). The Development of Traditional Food in Tourist Destinations from the Perspective of Dramaturgy. *Sustainability*, 14(24), 16900. <https://doi.org/10.3390/su142416900>
- Mulyono, H., & Rolando, B. (2024). Savoring The Success: Cultivating Innovation And Creativity For Indonesian Culinary MSMEs Growth. *Economics and Business Journal, 2(4)*, 413-428. (*ECBIS*). <https://doi.org/10.47353/ecbis.v2i4.142>
- Nugraha, Z., Wibowo, I., Muhammad, M., & Sugiarti, Y. (2024). Perancangan Knowledge Management System Resep Masakan Indonesia Menggunakan Model SECI, 15(3), 116-123. *Jurnal Ilmiah Informatika Global*. <https://doi.org/10.36982/jiig.v15i3.4885>
- Potîng, T. (2024). Traditional cuisine, a true identity marker. *Studia Universitatis Moldaviae. Seria Științe Umanistice*, 1(11), 3, 163-167. [https://doi.org/10.59295/sum11\(3\)2024\\_25](https://doi.org/10.59295/sum11(3)2024_25)
- Prasetya, P. (2023). Determination of Business Strategy with SWOT and AHP. *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, 9, 263-280. [doi.org/10.22441/jimb.v9i2.21571](https://doi.org/10.22441/jimb.v9i2.21571)
- Pugra, I. W., Kencanawati, A. A. A. M., & Kurniawan, I. G. W. A. (2025). The cultural significance of traditional foods in shaping Indonesian social identity: Challenges and preservation strategies. *Journal of Language, Literature, Social and Cultural Studies*, 3(2), 21-31. <https://doi.org/10.58881/jllscs.v3i1.318>
- Sadewo, P. A., Maftuh, B., Setiadi, E. M., & Sundawa, D. (2025). Gastronomy In The Perspective Of Local Wisdom Of Lampung Community. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 13(2), 104-118. <https://doi.org/10.22202/mamangan.v13i2.8866>
- Saputri, A., & Widyaningsih, Y. (2020). Management of Culinary Tourism Products in Gunung Kidul Districts. In *2nd International Conference on Social, Applied Science, and Technology in Home Economics (ICONHOMECS 2019)* (pp. 196-199). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200218.031>
- Setyawati, R. (2024). Review of culinary tourism development policy in Indonesia. *Journal of Rural Tourism*, 1(1), 31-36. <https://doi.org/10.70310/73b9am45>
- Singh, M., & Ware, N. (2023). SWOT and AHP analysis for quality and reliability culture in public design centres of India. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 30(3), 368-384. <https://doi.org/10.1504/ijicbm.2023.135326>
- Thampi, A., & Priya, M. (2023). From traditional to continental to inter-continental and back in search of the roots: A culinary journey of the typical Malayalee. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100723. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100723>
- UNESCO. (2021). *Intangible cultural heritage and traditional gastronomy*. UNESCO Publishing.
- Wibawati, D., & Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia untuk Mempromosikan Wisata Kuliner sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1), 36-44. <https://doi.org/10.19184/jtc.v5i1.21108>
- Yasmeen, B., & Fischer, F. (2024). Food Choices of Contemporary Cuisine and Traditional Foods: Effects on Family Ties. *Nutrients*, 16(23), 4126. <https://doi.org/10.3390/nu16234126>