



**PERAN WISATA KULINER LOKAL TERHADAP KEBERLANJUTAN DESTINASI:  
STUDI KASUS KULINER OLAHAN IKAN, KOTA AGUNG, TANGGAMUS**

Oleh

Surya Tri Esthi Wira Utama<sup>1\*</sup>, Enggar Dwi Cahyo<sup>2</sup>, Rahmattullah Harianja<sup>3</sup>, Agnes  
Tresia Silalahi<sup>4</sup>, Wahyu Dwi Prasetyo<sup>5</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Pariwisata, Institut Teknologi Sumatera

<sup>2</sup>Politeknik Negeri Lampung

<sup>4</sup>Program Studi Pariwisata, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur

<sup>5</sup>University of Melbourne

e-mail: \*<sup>1</sup>[surya.hutama@pariwisata.itera.ac.id](mailto:surya.hutama@pariwisata.itera.ac.id), <sup>4</sup>[agnes.tresia.fisip@upnjatim.ac.id](mailto:agnes.tresia.fisip@upnjatim.ac.id)

**Abstrak**

Kondisi fisik geografis Indonesia yang kaya akan hasil laut berperan dalam membentuk karakter masyarakat pesisir. Saat ini di Kecamatan Kota Agung terdapat beberapa para pelaku usaha wisata kuliner dengan hasil olahan laut dan beberapa produk yang sudah ada di Kota Agung, sehingga berpeluang untuk memperkuat identitas Kota Agung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran wisata kuliner olahan ikan di Kota Agung dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi. Metode yang digunakan adalah deskriptif yang bersumber dari data sekunder dan data primer. Hasil penelitian menjelaskan bahwa usaha wisata kuliner olahan hasil laut berpotensi meningkatkan dan mengembangkan Kota Agung. Kedekatan wisata kuliner terhadap beberapa aktivitas memberikan kemudahan para pelaku usaha wisata kuliner, baik dalam mendapatkan bahan baku sampai memasarkan produknya. Wisata kuliner saat ini berperan membentuk ikon Kota Agung sebagai kawasan wisata kuliner olahan ikan. Hal ini dapat berkontribusi dalam menarik wisatawan dan menciptakan wajah Kecamatan Kota Agung sebagai sentra wisata kuliner olahan ikan. Tingginya tingkat konsumsi terhadap produk olahan ikan oleh masyarakat lokal, menjadikan produk olahan ikan di Kecamatan Kota Agung secara bisnis akan tetap bertahan karena telah menjadi pola kebiasaan masyarakat. Berbagai kondisi ini menunjukkan bahwa peran wisata kuliner olahan ikan di Kecamatan Kota Agung sangat penting dan strategis untuk dikembangkan.

**Kata Kunci:** Peran dalam Pembangunan, Wisata Kuliner, Pengembangan Ekonomi Lokal

**PENDAHULUAN**

Kondisi fisik geografis Indonesia yang kaya akan hasil laut berperan dalam membentuk karakter masyarakat pesisir. Salah satunya Kabupaten Tanggamus yang berbatasan langsung dengan Teluk Semangka, sehingga memiliki berbagai aktivitas berbasis laut. Kecamatan Kota Agung yang merupakan pusat kegiatan Kabupaten Tanggamus memiliki beberapa infrastruktur seperti Pelabuhan, Perikanan, Destinasi Wisata dan Pusat Perkotaan, sehingga aktivitas ekonominya sangat bergantung pada aktivitas hasil laut. Kecamatan Kota Agung juga merupakan destinasi penting dari Travel Pattern Provinsi Lampung yaitu Pola Jalur Kota Agung-Suoh -

Pesisir Barat. Potensi ini membutuhkan pengelolaan yang dapat menggali potensi daerah lebih optimal, sehingga dapat membangun kemandirian suatu wilayah serta dapat mendorong tumbuhnya sektor lain. Salah satu hal yang dapat meningkatkan signifikansi kontributor proses lokalisasi sebagai tanggapan untuk meningkatkan persaingan global adalah dengan wisata kuliner. Produk makanan lokal dapat meningkatkan keberlanjutan ekonomi dan lingkungan baik dari sektor pariwisata maupun masyarakat, sehingga dapat menguntungkan kawasan dengan menarik lebih banyak pengunjung dan investasi [1].



Penting bagi destinasi wisata seperti Kota Agung dapat mengembangkan sumber daya makanan lokal dan memberikan perhatian terperinci pada bagaimana sumber daya tersebut disajikan dan dipromosikan kepada publik [2]. Selain itu, semakin tingginya minat orang luar terhadap produk lokal dapat merangsang kesadaran dan minat lokal untuk membantu dalam diversifikasi dan pemeliharaan keragaman, sehingga mendorong kebanggaan masyarakat dan penguatan identitas lokal dan budaya [3]. Pentingnya peran wisata kuliner, dapat mendukung dari keberlanjutan suatu destinasi, sehingga perlu adanya identifikasi terhadap performa wisata kuliner di Kota Agung. Keberadaan wisata kuliner, dapat berpeluang menjawab permasalahan Kabupaten Tanggamus terkait Pemasaran dan promosi wisata dirasa masih lemah dan terkendala minimnya sarana promosi yang tepat. Diharapkan melalui wisata kuliner lokal Kota Agung, dapat mewujudkan peran masakan dan cara makan sebagai integrasi antara kebutuhan manusia dengan upaya yang penting untuk mengenal identitas wilayahnya [4].

Saat ini di Kecamatan Kota Agung telah terdapat beberapa para pelaku usaha wisata kuliner dengan hasil olahan laut dengan beberapa produk yang sudah ada di Kota Agung, sehingga dapat menjadi peluang untuk memperkuat identitas Kota Agung. Beberapa produk tersebut berupa otak – otak, iwan, bakso ikan, sup ikan dan hasil olahan ikan lainnya yang merupakan olahan dari hasil tangkapan laut, sehingga berpotensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata kuliner dan dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan pengembangan daerah. Wisata Kuliner merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan yang memanfaatkan masakan serta suasana lingkungan sebagai objek tujuan wisata [5]. Wisata kuliner juga membawa pengalaman berwisata dengan aktivitas yang terkait makanan, dimana pembelajaran budaya dan transfer pengetahuan dari destinasi dan

masyarakatnya difasilitasi [6]. Pengembangan wisata kuliner disuatu wilayah memiliki nilai penting, salah satunya yaitu: menumbuhkan kembangkan potensi makanan asli daerah yang sudah mulai tergeser. Dalam era globalisasi yang penuh kompetisi, wisata kuliner bisa dijadikan ajang yang efektif untuk meraih peluang mengangkat makanan dan minuman khas daerah ke dunia internasional sebagai salah satu daya tarik pariwisata [7]. Berdasarkan kondisi wisata kuliner olahan ikan di Kota Agung, sehingga dibutuhkan kajian dan pemahaman bagaimana keberhasilan wisata kuliner dapat berperan dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi Kota Agung.

Potensi wisata kuliner yang dimiliki Kota Agung sebagai pusat kegiatan dapat mengkaitkan dalam rangka mewujudkan keberlanjutan destinasi Kota Agung. Peran wisata kuliner tidak hanya untuk menarik lebih banyak orang untuk mengunjungi tujuan atau menikmati makanan, tetapi juga pemanfaatan sumber daya lokal, kemampuan internal dan eksternal daerah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan dampak ekonomi [8]. Dari perspektif pengalaman wisatawan, dapat memanfaatkan makanan lokal secara efektif untuk mempertahankan dan menarik wisatawan [2] serta peran wisata kuliner dalam memasarkan destinasi kota agung. Besarnya potensi dan peran wisata kuliner dalam mengkaitkan aktivitas disekitarnya, sehingga perlu dilakukan penelitian berperan untuk mengidentifikasi peran wisata kuliner olahan ikan di Kota Agung dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi. Penelitian ini dapat menjadi bukti bahwa peran wisata kuliner dapat berperan dalam mewujudkan keberlanjutan suatu destinasi.

## METODE PENELITIAN

Keberadaan penelitian dibidang pariwisata kuliner, memiliki banyak sisi dan



mulai menjadi yang terdepan dalam teori geografi, kebijakan pariwisata, studi budaya, dan analisis sosiologi [9]. Melalui penelitian wisata kuliner dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi, peneliti melihat dari beberapa perspektif yaitu identifikasi usaha wisata kuliner dan perannya dalam menggerak ekonomi lokal, respon masyarakat terhadap wisata kuliner dan peran wisata kuliner dalam memperkuat keberlanjutan destinasi. Dalam menggambarkan kondisi tersebut, penelitian melakukan deskriptif yang bersumber dari data sekunder dan data primer. Data-data yang bersifat kuantitatif disajikan dalam tampilan grafik, yang untuk selanjutnya disajikan secara deskriptif. Data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi lapangan, persepsi pada 20 pelaku usaha kuliner dan persepsi pada pengunjung sebanyak 50 turis secara random yang berkunjung ke wisata kuliner di Kecamatan Kota Agung. Persepsi terhadap wisata kuliner, secara luas sebagai persepsi terhadap makan yang unik, berkesan, pengalaman, dan menyediakan cara untuk menghubungkan sistem makanan lokal dengan pengalaman turis [10]. Hasil identifikasi selanjutnya dikaitkan dan dideskripsikan mengenai peran wisata kuliner dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Kota Agung memiliki karakter fisik yang berada di pesisir pantai, sehingga menghasilkan olahan hasil laut sebagai bahan baku makanan khas Kabupaten Tanggamus. Hasil olahan tersebut berupa iwan, otak-otak, bakso ikan, pempek, dan olahan ikan nibung atau biasa dikenal dengan ikan marlin. Ikan nibung sebagai bahan baku merupakan ikan yang jarang ditemukan diberbagai perairan, namun cukup banyak ditemukan dan dijual di Kecamatan Kota Agung. Ikan Nibung sendiri juga diolah menjadi makanan yaitu sup ikan, ikan bakar yang memiliki kekhasan dari karakter ikan nibung.

Beberapa Pelaku usaha wisata kuliner olahan ikan di Kecamatan Kota Agung terdapat Iwan Galau Ndek Yati, Iwan Gajah Mama Basma, Iwan Anne, dan Iwan Atun. Untuk usaha wisata kuliner otak-otak yaitu terdapat Otak-otak Cim Awa, Otak-otak Ibu Yuli, Otak-otak Pengsan, dan Otak-otak Ita. Untuk usaha wisata kuliner bakso ikan yaitu terdapat Bakso Ikan Lumayan 151, Bakso Ikan Mas Mancung, Bakso Ikan dan Mie Ayam Wonogiri, dan Bakso Ikan Saerah. Untuk usaha pempek dan olahan ikan nibung yaitu terdapat Pempek Mbak Ida, Lesehan Mbak Ninuk, Warung Abah Nibung Bakar, Rumah Makan Pondok Bambu, dan Rumah Makan Saung Bangkit (Gambar.1).



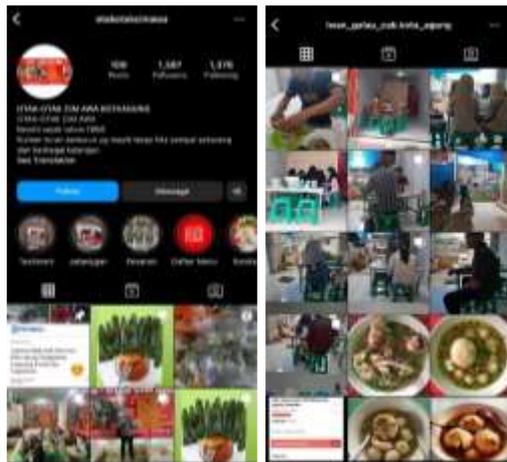
**Gambar 1. Diversifikasi Produk Olahan Kuliner Berbahan Baku Hasil Laut di Kecamatan Kota Agung, (a) Kuliner Iwan, (b) Kuliner Otak-Otak, (c) Sup Ikan Nibung, Dan (d) Iwan Galau Ndek Yati**  
(Sumber: Hasil Survei 2023)

Produk olahan ikan yang dihasilkan usaha wisata kuliner, memiliki masa simpan 24 jam diluar mesin pendingin dan dapat bertahan satu bulan bila disimpan di mesing pendingin. Hal ini dapat menjadi alternatif dan variasi produk pangan bagi masyarakat. Banyaknya diversifikasi produk olahan ikan, menunjukkan



tingginya potensi pengembangan wisata kuliner di Kecamatan Kota Agung. Para pelaku usaha di Kecamatan Kota Agung tentu tidak lepas dari adanya potensi perikanan yang berlimpah. Keputusan tentang di mana usaha ritel membeli makanan mungkin lebih dipengaruhi oleh hubungan sosial dan komitmen untuk membantu komoditas (pertanian dan perikanan) lokal dengan memaksimalkan keuntungan [10].

Dalam pemasaran produk kuliner, para pelaku usaha kuliner di Kecamatan Kota Agung sangat berkontribusi untuk membentuk citra Kota Agung sebagai suatu destinasi. Keberadaan wisata kuliner terbukti menjadi hal yang paling diingat para wisatawan saat berkunjung ke Kota Agung. Selain itu, dalam kepentingan bisnis para pelaku usaha sudah menggunakan media sosial dalam memasarkan produk. Salah satu media yang digunakan adalah Instagram pada Gambar 2, sehingga usaha wisata kuliner tidak hanya sebagai olahan namun juga berperan sebagai pemasaran produk olahan ikan di Kecamatan Kota Agung, Kabupaten Tanggamus.



**Gambar 2. Akun Sosial Media Usaha Olahan Ikan di Kecamatan Kota Agung**  
(Sumber: Hasil Survei 2023)

Pada hasil survey primer, menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha pengolahan ikan mempekerjakan karyawan yaitu keluarga dan masyarakat sekitar di Kecamatan Kota Agung.

Keberadaan tenaga kerja lokal ini memberikan dampak secara ekonomi dan penyerapan tenaga kerja lokal di Kecamatan Kota Agung. Kondisi ini, menjustifikasi bahwa produk olahan laut berpotensi dan terintegrasi dengan pengembangan ekonomi lokal di Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus.

Infrastruktur disekitar Kecamatan Kota Agung untuk mendukung pariwisata terdapat Pelabuhan Kota Agung, Pelelangan Ikan dan Terminal Kota Agung sebagai infrastruktur transportasi. Terdapat pula Pasar Kota Agung dan Pasar Ikan Kota Agung untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Terdapat pula Alun-alun, SPBU, Masjid, Hotel, Homestay, Wisma, Puskesmas, Klinik, Masjid, dan Polsek. Peran Kecamatan sebagai pusat dari Kabupaten Tanggamus memberikan kemudahan dalam menyediakan sarana prasarana yang memadai dalam mendukung aktivitas wisata kuliner. Sebagai salah satu infrastruktur utama yang berperan dalam menyediakan bahan baku usaha wisata kuliner, Pelabuhan Kecamatan Kota Agung juga didukung dengan tempat pelelangan ikan.



**Gambar 2 (a) Pasar Ikan atau TPI Kecamatan Kota Agung dan (b) Pelabuhan Kota Agung**  
(Sumber: Survei Lapangan, 2023)

Selain aktivitas perikanan, beberapa infrastruktur yang berperan mempermudah akses adalah keberadaan jalan utama lintas barat Sumatera dan terminal. Dimana keberadaan hal tersebut dapat mempermudah akses para wisatawan untuk memperoleh produk olahan ikan di Kecamatan Kota Agung. Jalan utama di Kecamatan Kota Agung merupakan akses antar Kabupaten ke sisi barat



Provinsi Lampung dan sisi barat Sumatera. Peran kemudahan akses dapat memperkuat peluang pemasaran dan penjualan produk kuliner semakin besar

Dalam rangka menarik wisata di Kota Agung dan Tanggamus, pemerintah menyelenggarakan festival antara lain Festival Teluk Semaka merupakan acara yang memberikan informasi secara lengkap dan menyeluruh atas keberadaan objek wisata dan potensi pariwisata, serta khasanah adat dan budaya yang ada di Kabupaten Tanggamus. Oleh karena itu, melalui festival ini akan dapat mengekspos objek wisata dan potensi pariwisata serta budaya daerah yang ada di Kabupaten Tanggamus. Festival selanjutnya adalah Festival Pangan Balak merupakan acara yang mengangkat tradisi budaya asli Lampung tanpa melupakan rangkaian kegiatan lainnya, karena nilai seninya ada dirangkaian kegiatan tersebut. Rangkaian kegiatan tersebut terdapat tarian, iringan makanan yang dibawa dengan talam peserta. Festival Pangan Balak sendiri meliputi berbagai kegiatan yaitu, pangan balak, hiburan, lomba pangan balak berupa penyajian rasa, nilai gizi, dan unsur tradisi/budaya. Namun kegiatan festival ini tidak secara kontinyu dilakukan dengan waktu yang ditetapkan, sehingga memiliki berbagai keterbatasan dalam menarik pengunjung.



**Gambar 2 (a) Festival Teluk Semaka dan (b) Festival Pangan Balak (Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata, 2023)**

Berdasarkan identifikasi terhadap usaha wisata kuliner olahan ikan di Kota Agung,

terdapat beberapa dimensi yang menjadi hal yang perlu meningkatkan kualitas wisata kuliner sebagai destinasi wisata yang berkembang. Secara umum terdapat 5 dimensi yang membentuk destinasi wisata kuliner yaitu Food and Dining Atmosphere, Fitur Makanan, Core Food Values, Food Specialty dan Keunikan Makanan [11]. Berdasarkan ke lima indikator tersebut yang telah dikalibrasi dari hasil observasi dan wawancara, terdapat beberapa hal yang kurang pada usaha wisata kuliner olahan hasil laut di Kecamatan Kota Agung, sebagai berikut:

- Suasana disekitar kawasan masih belum menarik dan berkualitas untuk mendukung wisata kuliner
- Kualitas dalam proses pengolahan makanan masih belum maksimal dalam mengikuti standart pengolahan makanan
- Nilai tambah bagi wisatawan dalam menikmati berkunjung masih terbatas
- Variasi makanan yang bisa lebih disesuaikan mulai dari makanan pembuka, makanan utama hingga penutup
- Kurangnya informasi terkait produk dan proses kuliner
- Event berupa festival makanan yang masih jarang diselenggarakan

Beberapa faktor tersebut mempengaruhi motivasi wisatawan untuk menikmati makanan dan minuman lokal di destinasi wisata. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah pengalaman budaya, prestise, keberlanjutan sosial dan lingkungan, dan hubungan interpersonal agar wisatawan termotivasi untuk menikmati makanan dan minuman lokal di destinasi wisata [12].

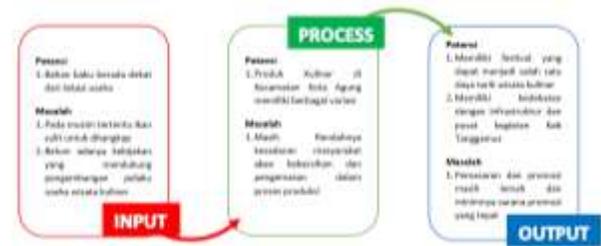
### Peran Wisata Kuliner Lokal Dalam Menggerak Ekonomi Lokal

Penelitian empiris untuk menunjukkan asumsi bahwa wisata kuliner berperan dalam menggerak ekonomi lokal, diwujudkan pada analisis rantai pasok. Memodelkan hubungan di antara berbagai praktik dan kinerja bisnis tindakan dapat dilakukan dengan menggunakan sampel yang lebih sistematis usaha wisata kuliner pada sektor tertentu [13]. Jika dilihat di detail, jelas bahwa ada perbedaan budaya yang dapat diamati: dalam bahan dasar dari mana makanan disiapkan; cara di mana itu diawetkan, disiapkan, dan matang; jumlah dan variasi yang tersedia setiap kali makan; itu selera yang disukai dan tidak disukai; adat dan tradisi dari menyajikan makanan; peralatan dan perlengkapan yang digunakan; dan keyakinan tertentu tentang sifat-sifat makanan tertentu [14]. Upaya pengembangan wisata kuliner sebagai UMKM dapat berperan untuk menjaga stabilitas ekonomi lokal, sehingga dapat memastikan bahan baku dari petani / nelayan lokal terserap secara optimal [15].



**Gambar 3. Rantai Produksi Wisata Kuliner Olahan Ikan Kota Agung**  
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Pada gambar 3 diatas menggambarkan hasil survey terhadap para pelaku usaha yang selanjutnya diwujudkan dalam analisis rantai produksi terhadap pelaku usaha wisata kuliner. Pada analisis tersebut menggambarkan, aktivitas pelaku usaha wisata kuliner mampu menyerap hasil laut dari nelayan. Selain itu, produk kuliner olahan ikan dapat menambah usia makanan, sehingga dapat mempertahankan harga produk lebih lama. Berdasarkan analisis tersebut, ditemukan beberapa potensi dan masalah yang dihadapi pada setiap tahapannya.



**Gambar 4. Potensi dan Masalah berdasarkan Alur Olahan Ikan**  
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

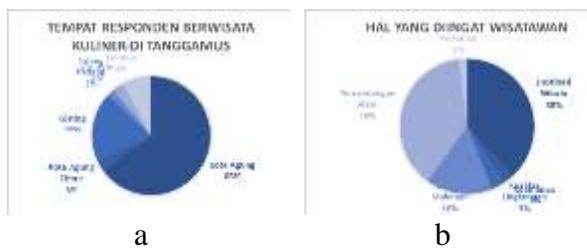
Pada gambar 4 ditemukan beberapa potensi dan permasalahan mulai dari tahap input hingga output. Permasalahan yang dihadapi pada tahap input, para pelaku usaha wisata kuliner hasil olahan laut sulit untuk mendapatkan ikan karena nelayan pada musim tertentu seperti pada bulan Juni-Juli sulit untuk menangkap ikan. Pada tahap proses, yang menjadi masalah adalah masih rendahnya kesadaran pelaku usaha wisata kuliner terhadap kebersihan dalam memproduksi. Pada tahap output yaitu pemasaran dan promosi masih lemah serta minimnya sarana promosi yang tepat, hal tersebut dikarena masih kurangnya pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Pelaku Usaha. Strategi pemasaran merupakan hal yang diperlukan, sehingga dapat memasarkan jasa kuliner dan dibutuhkan dukungan dari banyak pihak terutama pemerintah [16]. Produk usaha wisata kuliner tersebut dapat disampaikan kepada konsumen melalui berbagai saluran distribusi, seperti pasar, festival, atau restoran [13].

### Peran Wisata Kuliner Lokal Sebagai Identitas Kota Agung

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa Wisata Kuliner di Kecamatan Kota Agung memiliki potensi yang cukup baik. Responden yang disurvei terdiri dari usia 19-30 tahun sebesar 48%, selanjutnya 31-40 sebanyak 36%, dan 41-50 sebanyak 16% dengan berbagai latar pekerjaan dan pendidikan. Responden berkunjung ke Kabupaten Tanggamus dapat lebih dari 5 kali

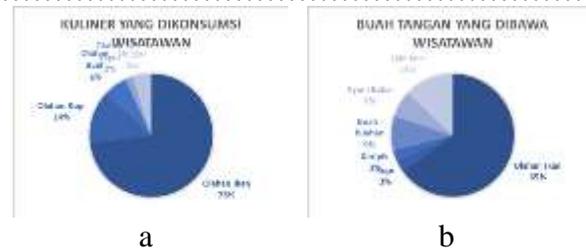


dengan menggunakan kendaraan pribadi untuk melakukan urusan bisnis/pekerjaan, berwisata, dan sebagainya. Saat mendengar Kabupaten Tanggamus hal yang terbesit bagi responden yaitu Pemandangan Alam dan Destinasi Wisata, selanjutnya Olahan Makanan, Kualitas Lingkungan, Keamanan, dan Pertanian. Pengalaman yang dirasakan para wisatawan dapat mengingatkan wisatawan tentang perjalanan tersebut, perjalanan potensial, sehingga dapat memunculkan perjalanan di masa mendatang [17].



**Gambar 5. (a) Tempat Responden Berwisata Kuliner di Tanggamus, (b) Hal yang diingat wisatawan di Tanggamus**  
(Sumber: Hasil Survei, 2023)

Pada gambar 5 (a) menunjukkan Kota Agung adalah tempat yang paling populer di antara responden untuk berwisata kuliner. Kota Agung, sebagai ibu kota Kabupaten Tanggamus, tampaknya menawarkan kuliner yang menarik dan berkualitas, menjadikannya destinasi utama bagi para pecinta makanan. Namun keberadaan makanan lokal, berdasarkan gambar 5 (b) menunjukkan bahwa pemandangan alam dan destinasi wisata masih menjadi top of mind bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Tanggamus. Keberadaan makanan dengan 16% menjadikannya sebagai salah satu faktor penting yang mengingatkan wisatawan pada Kabupaten Tanggamus. Ini menunjukkan bahwa kuliner lokal memiliki daya tarik yang cukup besar dan menjadi salah satu aspek yang meninggalkan kesan mendalam bagi para wisatawan.



**Gambar 6. (a) Kuliner yang dikonsumsi wisatawan, (b) Buah tangan yang dibawa wisatawan**  
(Sumber: Hasil Survei, 2023)

Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa para responden memilih untuk mengkonsumsi olahan ikan nibung dengan 73% dibandingkan olahan lainnya. Tentunya hal ini menjadi pengalaman umum para turis yang sering dilakukan individu di rumah (seperti makan di luar) untuk dapat lebih berkesan saat bepergian. Aktivitas perjalanan dapat mengubah "non-acara" seperti makan menjadi kenangan [18], sehingga juga dapat diwujudkan melalui buah tangan. Hal tersebut juga disurvei kepada responden terkait buah tangan yang paling diingat responden saat berkunjung Kabupaten Tanggamus. Dari hasil survey menunjukkan yaitu Produk otak – otak sebesar 46%, selanjutnya disusul oleh, Produk Iwan, Produk Kopi, Produk Bakso Ikan, dan Produk Ikan Lainnya.

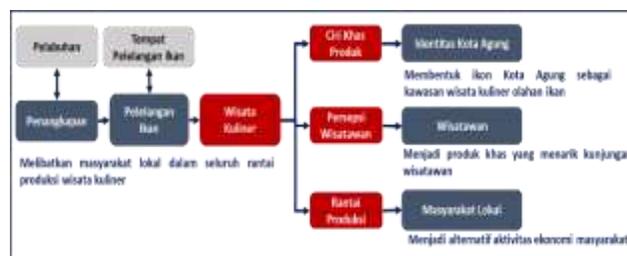
Keberadaan aktivitas kuliner merupakan suatu kesempatan untuk pengalaman makanan dan minuman yang tak terlupakan, sehingga dapat berkontribusi signifikan terhadap motivasi dan perilaku bepergian [19]. Peneliti melihat bahwa produk olahan ikan di Kecamatan Kota Agung telah menunjukkan kekhasan produk lokal, kedekatannya dengan pusat kota besar yang mempermudah akses wisatawan dan pengunjung, sehingga dapat berimplikasi pada tumbuhnya kemauan konsumen untuk membayar lebih untuk produk berkualitas yang lebih sehat dan mengurangi dampak terhadap lingkungan saat memproduksinya [20]. Dari hasil identifikasi menunjukkan bahwa



pengalaman makanan di Kecamatan Kota Agung dirasa merupakan hal yang standar atau dirasa cukup untuk kepuasan perjalanan mereka [18]. Keseluruhan data dan penjelasan diatas, menunjukkan wisata kuliner olahan ikan di Kota Agung memiliki peran dalam memperkuat identitas Kota Agung dan lebih luas lagi bagi Kabupaten Tanggamus.

### Peran Wisata Kuliner Dalam Memperkuat Keberlanjutan Destinasi

Berdasarkan berbagai identifikasi profil para pelaku usaha wisata kuliner olahan ikan di Kecamatan Kota Agung, terdapat ke empat komponen utama yang terkait yaitu aktivitas perikanan, aksesibilitas dan aktivitas wisata. Berdasarkan keterkaitan para pelaku usaha wisata kuliner di Kecamatan Kota Agung, menunjukkan bahwa wisata kuliner dapat berperan terhadap beberapa komponen pembangunan disuatu daerah. Wisata kuliner dapat melibatkan beberapa sektor perekonomian daerah yang sering memiliki sedikit interaksi: nelayan, perusahaan ritel, restoran, dan prosesor [10]. Kebiasaan mengkonsumsi makanan lokal dari suatu destinasi yang dikunjungi dalam kehidupan sehari-hari dianggap sebagai perantara yang baik dari dampak ekonomi positif yang disebabkan oleh wisata kuliner, implikasinya tersebut tidak hanya berdampak pada pariwisata tetapi juga pada sektor pertanian pangan lokal [21].



**Gambar 6 Kerangka Potensi Keterkaitan Wisata Kuliner dalam membentuk keberlanjutan destinasi Kota Agung**  
(Sumber: Hasil Analisis, 2023)

Keberadaan wisata kuliner, dapat meningkatkan interaksi dari hulu ke hilir hasil

olahan laut, sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas (Gambar 6). Dalam menjaga interaksi yang stabil antara komponen dan perikanan maka perlu adanya tempat penyimpanan untuk menyimpan bahan dasar ikan pada saat musim ikan sulit ditangkap. Keberadaan wisata kuliner di Kecamatan Kota Agung menunjukkan bahwa, keberadaan wisata kuliner dapat berperan sebagai ujung tombak interaksi antara manusia, hewan dan lingkungan secara inklusif, progresif dan kepedulian secara etis [22]. Selanjutnya untuk meningkatkan kualitas produksi maka perlu adanya upaya peningkatan kesadaran terhadap operasional pengolahan hasil laut untuk menjadi lebih berkualitas berupa kebersihan dan kualitas bahan baku yang digunakan. Adanya keterkaitan pelaku usaha wisata kuliner dengan masyarakat lokal, pengguna jalan lintas barat dan pengunjung wisata lain sehingga perlu adanya upaya untuk meningkatkan promosi dan pemasaran sektor pariwisata melalui sosial media, kerja sama, serta mengikuti suatu kegiatan untuk mengenalkan kuliner khas Kecamatan Kota Agung. Meningkatnya pemasaran dan identitas produk kuliner, sehingga dapat menjadi wadah untuk menambah nilai dari branding destinasi, serta berpeluang untuk berkontribusi pada pemasaran destinasi [23]. Dalam meningkatkan keterkaitan dan interaksi wisata kuliner secara keseluruhan maka perlu adanya kerja sama antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah dan meningkatkan destinasi wisata potensial di Kecamatan Kota Agung. Keberadaan wisata kuliner di Kota Agung selain dapat mempertahankan hasil produksi, melestarikan budaya Lampung di Kabupaten Tanggamus, juga dapat menjadi mata pencaharian bagi masyarakat.

Keterkaitan lain dapat digambarkan, bagaimana peran wisata kuliner pada Gambar 6, memiliki peran dalam menarik kunjungan wisatawan dan menjadi identitas Kota Agung. Persepsi positif wisatawan terhadap keberadaan



wisata kuliner, menjadi top of mind para wisatawan ketika berkunjung ke Kota Agung. Wisata kuliner merupakan bagian integral dari budaya masyarakat dan destinasi. Wisata kuliner sangat berbeda dari sekadar makan di suatu lokasi selama bepergian, sehingga dapat mengasumsikan bahwa makanan dan minuman lokal punya cerita di belakang mereka yang dapat mengungkapkan beberapa aspek budaya lokal [8]. Berdasarkan persepsi wisatawan, wisata kuliner olahan ikan Kota Agung dianggap memiliki tradisi, lokalitas dan keunikan, sehingga perlu adanya eksplorasi lebih mendalam terkait kuliner di Kota Agung berdasarkan sejarah serta warisan makanan [24].

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan dari hasil kajian mampu menjelaskan bahwa usaha wisata kuliner olahan hasil laut berpotensi meningkatkan dan mengembangkan Kota Agung. Potensi terhadap rantai usaha pengolahan ikan menjadi peluang untuk mengembangkan usaha kuliner sebagai destinasi wisata yang potensial di Kota Agung. Hasil survey menunjukkan bahwa wisatawan akan mengingat produk laut berupa iwak, bakso ikan, otak – otak sebagai produk yang akan dibawa pulang kembali ketempat asalnya. Wisata kuliner olahan ikan Kota Agung secara tidak langsung ikut berkontribusi dalam memasarkan Kota Agung dan Kabupaten Tanggamus melalui penyajian produk, kekhasan bahan baku dan media pemasaran usaha yang dilakukan. Meskipun terdapat beberapa kekurangan sebagai keterbatasan dari kelengkapan wisata kuliner, namun keterbatasan tersebut mampu membentuk citra destinasi Kota Agung.

Kedekatan wisata kuliner terhadap beberapa aktivitas memberikan kemudahan para pelaku usaha wisata kuliner, baik dalam mendapatkan bahan baku sampai memasarkan produknya. Kondisi lain yang menjadi potensi

pengembangan wisata kuliner adalah kedekatan jarak dengan infrastruktur, destinasi wisata, dan keberadaan di pusat kota. Keterkaitan rantai usaha tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata kuliner dapat berimplikasi pada aktivitas lain di Kecamatan Kota Agung. Mulai dari aktivitas perikanan, pariwisata hingga pemenuhan pangan domestic. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas usaha kuliner berpotensi mengkaitkan berbagai aktivitas sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan Kota Agung sebagai destinasi.

Wisata kuliner saat ini telah berperan untuk membentuk ikon Kota Agung sebagai kawasan wisata kuliner olahan ikan. Hal ini dapat berkontribusi dalam menarik wisatawan dan menciptakan wajah Kecamatan Kota Agung sebagai sentra wisata kuliner olahan ikan. Artikel ini membuktikan bahwa produk "lokal" dapat menarik minat wisatawan dalam sejumlah tingkatan, mulai dari permintaan sederhana akan produk "khas" yang dapat dibeli dan dikonsumsi sebagai simbol tempat, hingga pencarian yang kompleks dan mendalam untuk rasa diri yang lebih autentik [1]. Peran lain dari usaha wisata kuliner adalah mengembangkan perekonomian lokal berupa bahan baku dan tenaga kerja yang melibatkan kelokalan Kecamatan Kota Agung. Selain itu, sebagai olahan ikan yang memiliki gizi dan harga terjangkau, usaha kuliner olahan ikan berperan sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan dan kemandirian pangan bagi masyarakat lokal di Kecamatan Kota Agung di Kabupaten Tanggamus. Tingginya tingkat konsumsi terhadap produk olahan ikan oleh masyarakat lokal, menjadikan produk olahan ikan di Kecamatan Kota Agung secara bisnis akan tetap bertahan karena telah menjadi pola kebiasaan masyarakat. Berbagai kondisi ini menunjukkan bahwa peran dari wisata kuliner olahan ikan di Kecamatan Kota Agung sangat penting dan strategis untuk dapat dikembangkan.

### **Saran**



Saran untuk penelitian lanjutan ada[5] agar dapat berfokus pada model pengembangan diversifikasi produk olahan ikan yang dapat dijadikan sebagai souvenir dengan kualitas tahan lama, sehingga mampu menjangkau ke seluruh Nusantara.

[6]

### Ucapan Terima Kasih

Dalam proses penyusunan ini tentu tidak lepas dari dukungan Pemerintah Daerah Kabupaten Tanggamus dalam memberikan data terkait kepariwisataan. Diharapkan melalui penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keberhasilan peran wisata kuliner dalam mewujudkan keberlanjutan destinasi Kota Agung, sehingga meningkatkan nilai tambah produk tersebut.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Sims, 2009, Food, place and authenticity. Local food and the sustainable tourism experience, *Journal of Sustainable Tourism*. No. 3, Vol. 17, 321–336: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669580802359293>. [8]
- [2] Q. Chen and R. Huang, 2019, Understanding the role of local food in sustaining Chinese destinations, *Current Issues in Tourism*. No. 5, Vol. 22, 544–560: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2018.1444020>. [9]
- [3] C. M. Hall, 2008, Introduction: Culinary Tourism and Regional Development: From Slow Food to Slow Tourism?, *Tourism Review International*. No. 4, Vol. 9, 303–305: <https://www.semanticscholar.org/paper/Special-Issue%3A-Culinary-tourism-and-regional-Hall/a631ef3935b2eb9b1d63b3506a5e144085399e42>. [10]
- [4] C. M. Hall, 2020, Improving the recipe for culinary and food tourism? The need for a new menu, *Tourism Recreation Research*. No. 2, Vol. 45, 284–287: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2019.1694243>. [11]
- D. Prayogi, 2017, Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal, *Jurnal Pariwisata Pesona*. No. 1, Vol. 2, 1–13: <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/1260>.
- J. S. Horng and C. T. (Simon) Tsai, 2010, Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis, *Tourism Management*. No. 1, Vol. 31, 74–85: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517709000144>.
- E. Besra, 2012, Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. No. 1, Vol. 12, 74–101: <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/402>.
- J. S. Horng and C. T. Tsai, 2012, Exploring Marketing Strategies for Culinary Tourism in Hong Kong and Singapore, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. No. 3, Vol 17, 277–300: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10941665.2011.625432>.
- S. Everett and C. Aitchison, 2008, The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England, *Journal of Sustainable Tourism*. No. 2, Vol. 16, 150–167, doi: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.2167/jost696.0>.
- G. P. Green and M. L. Dougherty, 2008, Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as a Community Development Strategy, *Community Development*. No. 3, Vol. 39, 148–158: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15575330809489674>.
- M. Shahrin, A. Karim, B.-L. Chua, and H. Salleh, 2002, Malaysia as A Culinary Tourism Destination: International Tourists' Perspective, *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*. 63–78: <https://fhtm.uitm.edu.my/images/jthca/Vol1Issue3/Chap-4.pdf>.



- [12] R. Testa, A. Galati, G. Schifani, A. M. Di Trapani, and G. Migliore, 2019, Culinary tourism experiences in agri-tourism destinations and sustainable consumption-Understanding Italian tourists' motivations, *Sustainability (Switzerland)*. No. 17, Vol. 11, 1–17: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/17/4588>.
- [13] S. L. J. Smith and X. Honggen, 2008, Culinary tourism supply chains: A preliminary examination, *Journal of Travel Research*, No. 3, Vol. 46, 289–299: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00470287506303981>.
- [14] S. Wijaya, 2019, Indonesian food culture mapping: A starter contribution to promote Indonesian culinary tourism, *Journal of Ethnic Foods*. No. 1, Vol. 6, 1–10: <https://journalofethnicfoods.biomedcentral.com/articles/10.1186/s42779-019-0009-3>.
- [15] S.T.E.W. Hutama, M.I. Hadi., dan H.B. Wijaya, 2021, Measure the Readiness of Food MSME System to Save Food System through the Market System During Pandemic COVID-19 (Case Study: SME Snack Food Cluster, *Indonesian Journal of Planning and Development*. No. 1, Vol. 6, 28–37: <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ijpd/article/view/9521>.
- [16] Y. Kristiana, M. T. Suryadi, and S. R. Sunarya, 2018, Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang, *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*. No. 1, Vol. 9: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/3604>.
- [17] M. J. Stone, S. Migacz, and E. Wolf, 2019, Beyond the journey: the lasting impact of culinary tourism activities, *Current Issues in Tourism*. No. 2, Vol. 22, 147–152: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2018.1427705>.
- [18] M. J. Stone, S. Migacz, and E. Sthapit, 2021, Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory, *Journal of Hospitality and Tourism Research*. Vol. 46, 1–11: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1096348021994171>.
- M. C. Ottenbacher and R. J. Harrington, 2013, A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation, *Journal of Hospitality and Tourism Research*. No. 1, Vol. 37, 3–28: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1096348011413593>.
- A. Montanari and B. Staniscia, 2009, Culinary tourism as a tool for regional re-equilibrium, *European Planning Studies*. No. 10, Vol. 17, 1463–1483: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654310903141656>.
- E. Di-Clemente, J. M. Hernández-Mogollón, and T. López-Guzmán, 2020, Culinary tourism as an effective strategy for a profitable cooperation between agriculture and tourism, *Social Sciences*. No. 3, Vol. 9: <https://www.mdpi.com/2075-4698/14/9/172>.
- N. Neuman, 2018, An imagined culinary community: stories of morality and masculinity in 'Sweden—the new culinary nation', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. No. 2, Vol. 18, 149–162: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2017.1338616>.
- F. X. Yang, I. K. A. Wong, X. S. Tan, and D. C. W. Wu, 2020, The role of food festivals in branding culinary destinations, *Tourism Management Perspectives*. Vol. 34: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973620300386>.
- T. Zhang, J. Chen, and B. Hu, 2019, Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience, *Sustainability (Switzerland)*. No. 12, Vol. 11, 1–18: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/12/3437>.



.....  
HALAMAN INI SENGAJA  
DIKOSONGKAN