

Bisnis Kuliner dan Kreativitas Lokal: Tinjauan Bibliometrik

Loso Judijanto¹, Abdul Hadi Malik²

¹IPOSS Jakarta, Indonesia dan losojudijantobumn@gmail.com

²Politeknik Tunas Pemuda Tangerang dan abdulhadimalik@politeknik-tunaspemuda.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara sektor kuliner dan pariwisata, khususnya dalam konteks kuliner sebagai daya tarik wisata, serta peran keberlanjutan dan inovasi dalam bisnis kuliner. Menggunakan pendekatan bibliometrik, penelitian ini menganalisis tren literatur terkini mengenai "culinary tourism," keberlanjutan, dan inovasi dalam bisnis kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kuliner lokal berperan penting dalam memperkaya pengalaman wisata dan membentuk identitas budaya suatu destinasi. Selain itu, penerapan prinsip keberlanjutan dan inovasi, serta penggunaan digital marketing, terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis kuliner. Implikasi praktis penelitian ini memberikan panduan bagi pelaku usaha kuliner untuk memanfaatkan potensi yang ada dalam sektor pariwisata dan bisnis dengan mengintegrasikan kreativitas lokal dan teknologi. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan literatur dan data primer, yang membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut.

Kata Kunci: Kuliner, Pariwisata, Keberlanjutan, Inovasi, Digital Marketing, Ekonomi Kreatif.

ABSTRACT

This research aims to analyze the relationship between the culinary and tourism sectors, specifically in the context of cuisine as a tourist attraction, as well as the role of sustainability and innovation in the culinary business. Using a bibliometric approach, this study analyzes current literature trends on "culinary tourism," sustainability, and innovation in the culinary business. The results show that local cuisine plays an important role in enriching the tourist experience and shaping the cultural identity of a destination. In addition, the application of sustainability and innovation principles, as well as the use of digital marketing, has proven effective in increasing the competitiveness of culinary businesses. The practical implications of this research provide guidance for culinary business actors to take advantage of the potential that exists in the tourism and business sectors by integrating local creativity and technology. However, this study has limitations in terms of literature coverage and primary data, which opens up opportunities for further research.

Keywords: Culinary, Tourism, Sustainability, Innovation, Digital Marketing, Creative Economy.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif sangat bergantung pada industri kuliner, yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan memainkan peran penting dalam memperkenalkan budaya lokal ke masyarakat internasional. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), bidang kuliner memberikan kontribusi terbesar terhadap ekonomi kreatif Indonesia. Bidang ini memberikan peluang bagi bisnis untuk membuat produk yang menggambarkan kekayaan budaya lokal. Bisnis kuliner di Indonesia berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberagaman budaya dan warisan kuliner. Fenomena ini tidak terbatas pada restoran atau toko makanan; itu juga mencakup berbagai jenis bisnis kuliner yang inovatif yang menggabungkan elemen budaya dengan inovasi produk (KID, 2024). Bisnis kuliner dapat menjadi simbol identitas lokal yang kaya sekaligus memberikan peluang ekonomi yang signifikan bagi para pelaku usaha.

Kreativitas menjadi penting untuk membedakan produk kuliner di pasar yang semakin kompetitif seiring dengan pertumbuhan pesat bisnis kuliner. Bisnis kuliner melibatkan banyak

elemen kreatif, termasuk penyajian, pengembangan produk makanan yang berbeda, dan strategi pemasaran yang kreatif (Surya, 2025). Ada bukti bahwa menggabungkan kreativitas lokal dengan inovasi yang berkelanjutan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan sambil mempertahankan keunikan budaya lokal. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kreativitas lokal dapat digunakan dalam industri kuliner untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan (Lubis et al., 2025).

Namun, tidak banyak penelitian yang secara khusus menyelidiki hubungan antara perkembangan industri kuliner dan kreativitas lokal. Ini terjadi meskipun banyak penelitian yang membahas aspek kreativitas dalam bisnis kuliner. Banyak penelitian saat ini berfokus pada aspek teknologi atau strategi global, tetapi mereka mengabaikan potensi kreatif lokal yang besar. (Nugroho et al., 2025). menyatakan bahwa sebagian besar penelitian tentang industri kuliner berfokus pada adopsi teknologi, tetapi tidak mempelajari kontribusi dan penerapan kreativitas lokal. Oleh karena itu, penting untuk menemukan tren terbaru dalam literatur tentang bisnis kuliner dan kreativitas lokal dengan menggunakan pendekatan bibliometrik. Ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana kedua komponen ini berinteraksi satu sama lain dan mempengaruhi perkembangan industri kuliner.

Metode bibliometrik dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pola penelitian dalam bisnis kuliner dan inovasi yang terkait dengan kreativitas lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari publikasi ilmiah yang telah diterbitkan mengenai topik ini dan menemukan tren dan perbedaan dalam literatur saat ini (FAJRIYAH, 2023). Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu mengembangkan literatur yang lebih luas tentang peran kreativitas lokal dalam bisnis kuliner dan bagaimana hal itu berdampak pada perekonomian lokal dan global. Dengan menggunakan bibliometrik, penelitian ini juga dapat menemukan hubungan antara peneliti, lembaga, dan negara dalam pengembangan bisnis kuliner yang berbasis pada kreativitas lokal.

Selain itu, penelitian bibliometrik memungkinkan untuk melihat peran masing-masing negara dan wilayah dalam memajukan industri kuliner, serta menganalisis kolaborasi antarpeneliti dan lembaga yang terlibat dalam topik ini. Studi ini juga dapat memberikan gambaran tentang peluang yang mungkin belum banyak dijajaki oleh para peneliti atau praktisi kuliner dengan memetakan dinamika penelitian kuliner di seluruh dunia. Sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang potensi industri kuliner lokal di Indonesia dan bagaimana inovasi lokal dapat membuat perbedaan besar dalam pasar kuliner global (Latifah, 2020).

Banyak penelitian yang ada tentang perkembangan bisnis kuliner, tetapi sebagian besar tidak mempelajari secara menyeluruh hubungan antara kreativitas lokal dan perkembangan industri kuliner, terutama dalam konteks Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana kreativitas lokal diterapkan dalam bisnis kuliner dan kontribusinya terhadap inovasi produk dan pemasaran, serta bagaimana perkembangan ini terlihat dalam publikasi ilmiah melalui analisis bibliometrik. Dengan demikian, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis literatur yang ada tentang kreativitas lokal dan bisnis kuliner dengan menggunakan pendekatan bibliometrik. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tren penelitian dalam bidang ini, menganalisis hubungan antara kreativitas lokal dan bisnis kuliner, dan juga menemukan celah dalam penelitian yang dapat menjadi subjek penelitian tambahan.

METODE PENELITIAN

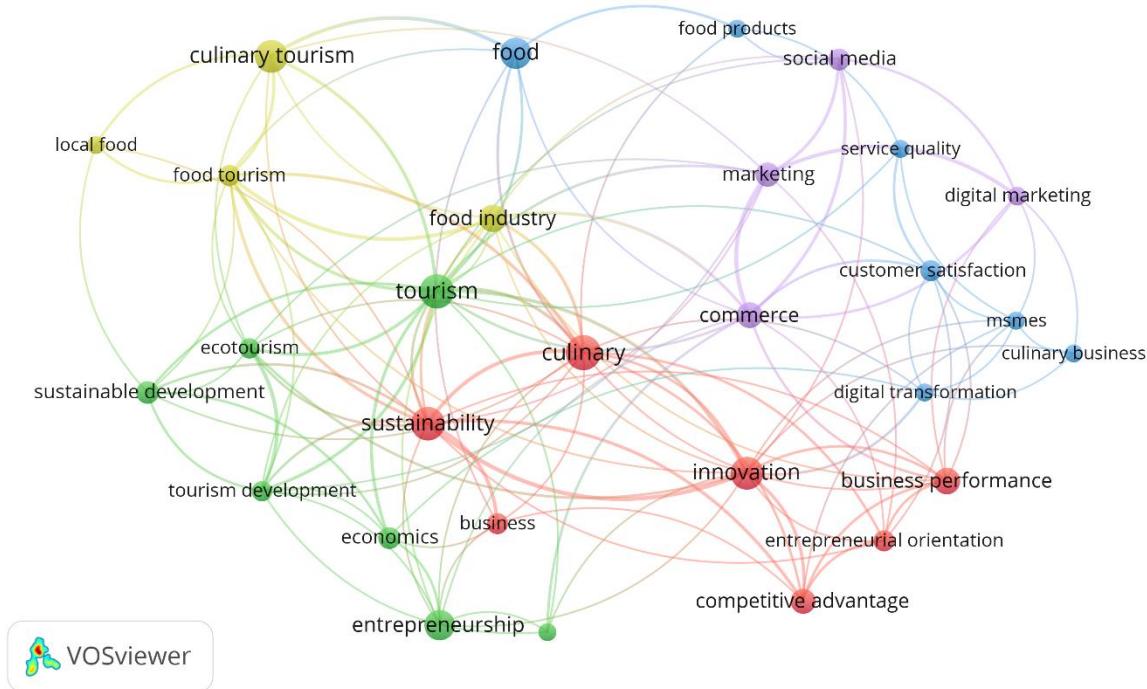
Untuk menganalisis literatur yang sudah diterbitkan tentang bisnis kuliner dan kreativitas lokal, metode bibliometrik digunakan. Metode ini dipilih karena mampu mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara penelitian sebelumnya di bidang ini. Untuk mendapatkan data penelitian ini, kata kunci seperti "bisnis kuliner", "kreativitas lokal", "industri kuliner Indonesia", dan "ekonomi kreatif" digunakan untuk melakukan pencarian sistematis dalam berbagai database akademik, seperti Scopus, Google Scholar, dan Web of Science. Untuk memastikan bahwa data yang digunakan mencerminkan tren dan kemajuan terkini dalam bidang tersebut, artikel yang diterbitkan selama lima tahun terakhir (2017–2022) dipilih melalui filter. Peneliti juga menilai standar kualitas publikasi, seperti faktor dampak jurnal dan kuartil jurnal, untuk memastikan bahwa sumber yang digunakan valid dan relevan (Aleixandre-Tudó et al., 2020).

Pemetaan frekuensi publikasi dan analisis hubungan antarpeneliti adalah dua langkah utama dalam analisis bibliometrik ini. Pada tahap pertama, para peneliti menentukan jumlah publikasi tahunan yang terkait dengan topik yang dipilih dan menentukan bidang penelitian mana yang paling banyak diterbitkan. Dengan cara ini, minat terhadap bisnis kuliner dan kreativitas lokal dapat diidentifikasi selama periode waktu tertentu. Pada tahap kedua, kolaborasi antarpeneliti diidentifikasi melalui analisis co-citation dan analisis jaringan. Selain itu, topik-topik yang sering dibahas bersama dalam publikasi yang ada juga dikelompokkan. Peneliti dapat menemukan hubungan antarpenulis dengan menggunakan metode ini. Mereka juga dapat membuat peta penelitian yang menunjukkan hubungan antara bisnis kuliner dan kreativitas lokal dalam berbagai konteks penelitian (Zhu et al., 2020).

Selanjutnya, data dianalisis dengan VOSviewer dan Bibliometrix, yang memungkinkan visualisasi peta penelitian dan analisis statistik menyeluruh. VOSviewer memetakan kata kunci, penulis, dan artikel yang sering dikutip dalam literatur serta mengidentifikasi hubungan yang muncul antara topik-topik tersebut. Sementara itu, Bibliometrix menghitung indikator bibliometrik seperti indeks h, faktor pengaruh, dan analisis co-authorship untuk menentukan tingkat kolaborasi antara peneliti dan lembaga di bidang ini (Aria & Cuccurullo, 2017). Hal yang diharapkan dari hasil analisis ini adalah untuk memberikan gambaran yang menyeluruh tentang bagaimana penelitian akademik mengenai bisnis kuliner dan kreativitas lokal berkembang, serta untuk memberikan wawasan tentang celah-celah penelitian yang perlu diperbaiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemetaan Jaringan Kata Kunci



Gambar 1. Visualisasi Jaringan

Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 1 menunjukkan Grafik yang ditampilkan di atas merupakan hasil analisis bibliometrik yang menggambarkan hubungan antara berbagai konsep dan topik terkait dengan industri kuliner dan sektor terkaitnya. Dalam grafik ini, terlihat berbagai kata kunci yang saling terhubung dan dikelompokkan dalam berbagai warna, masing-masing mewakili tema atau kategori yang relevan. Misalnya, kata kunci yang berwarna hijau, seperti "culinary tourism," "food tourism," dan "sustainable development," menunjukkan hubungan yang erat antara kuliner dan pariwisata, khususnya dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis makanan yang berkelanjutan. Topik ini menunjukkan pentingnya kuliner sebagai bagian integral dari pengalaman wisata dan bagaimana konsep keberlanjutan semakin diterapkan dalam sektor ini.

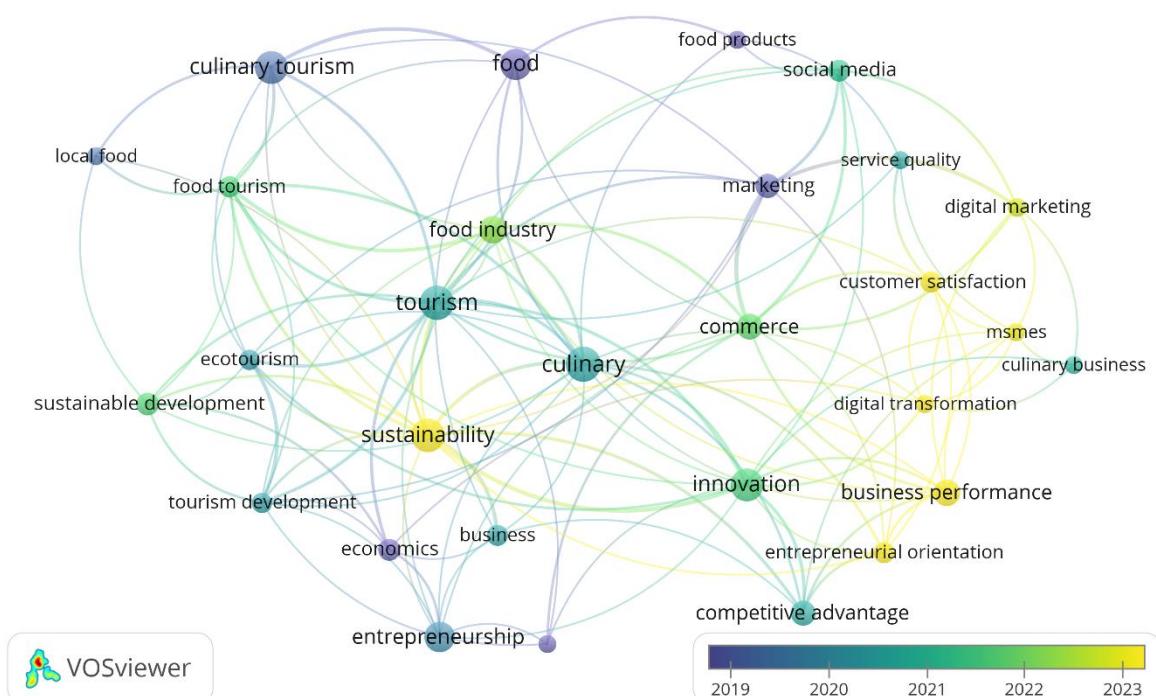
Di sisi lain, kata kunci yang berwarna merah, seperti "innovation," "business performance," dan "competitive advantage," menunjukkan bahwa inovasi dalam bisnis kuliner sangat berperan dalam meningkatkan kinerja usaha dan menciptakan keunggulan kompetitif. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor kuliner, untuk tetap bertahan dan berkembang, perlu terus berinovasi dalam produk, layanan, dan strategi bisnisnya. Keberhasilan dalam menciptakan inovasi yang tepat akan mempengaruhi kinerja bisnis kuliner dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Warna ungu pada kata kunci seperti "social media," "marketing," dan "digital marketing" menunjukkan pentingnya peran pemasaran digital dan media sosial dalam mempromosikan bisnis kuliner. Pemasaran melalui media sosial, khususnya, telah menjadi salah satu saluran utama bagi banyak bisnis kuliner untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Digital marketing memungkinkan pelaku bisnis kuliner untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah berdasarkan data dan analitik.

Konsep keberlanjutan juga terlihat jelas dalam grafik ini, dengan kata kunci seperti "sustainability," "ecotourism," dan "sustainable development" yang saling terhubung. Ini menggarisbawahi pentingnya mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasi bisnis kuliner, terutama dalam kaitannya dengan ekowisata dan pengembangan berkelanjutan. Para pelaku bisnis kuliner diharapkan dapat tidak hanya memperhatikan aspek keuntungan ekonomi, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka. Hal ini semakin relevan dalam konteks tren global yang semakin menuntut pelaku bisnis untuk lebih bertanggung jawab terhadap keberlanjutan planet ini.

Terakhir, keterkaitan antara kata kunci seperti "entrepreneurship," "msmes," dan "culinary business" mencerminkan bagaimana kewirausahaan dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam sektor kuliner. Banyak bisnis kuliner di Indonesia, misalnya, berasal dari sektor UMKM yang mengandalkan inovasi, kreativitas, dan daya tahan untuk berkembang. Kata kunci ini menunjukkan bagaimana kewirausahaan dalam bisnis kuliner bukan hanya tentang menciptakan produk baru, tetapi juga tentang menciptakan model bisnis yang tangguh dan adaptif dalam menghadapi tantangan pasar.

B. Analisis Tren Penelitian



Gambar 2. Visualisasi Overlay

Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 2 memperlihatkan Grafik di atas menunjukkan hasil analisis bibliometrik yang menggambarkan hubungan antara berbagai konsep yang relevan dengan industri kuliner dan sektor terkaitnya, dengan tampilan overlay yang menunjukkan tren perkembangan literatur antara tahun 2019 hingga 2023. Dari grafik ini, terlihat bahwa konsep-konsep yang berhubungan dengan kuliner dan pariwisata, seperti "culinary tourism," "food tourism," dan "food industry," memiliki keterkaitan yang kuat, dengan perkembangan yang mulai meningkat pada tahun 2020 dan terus

berlanjut. Hal ini mengindikasikan bahwa industri kuliner yang terkait dengan sektor pariwisata semakin diperhatikan dalam penelitian, seiring dengan meningkatnya minat pada pengalaman kuliner dalam perjalanan wisata, terutama di masa pandemi dan pasca-pandemi, yang mendorong eksplorasi lebih lanjut tentang kuliner lokal sebagai daya tarik wisata.

Selain itu, kata kunci seperti "innovation," "sustainability," dan "business performance" menunjukkan keterkaitan yang kuat dalam pengembangan bisnis kuliner yang berkelanjutan dan inovatif. Grafik ini juga menunjukkan peningkatan signifikan pada tahun 2021 dan 2022, yang mencerminkan bagaimana para peneliti semakin tertarik pada konsep keberlanjutan dalam industri kuliner, terutama terkait dengan dampak sosial dan lingkungan dari bisnis kuliner. "Sustainability" terhubung dengan "sustainable development" dan "ecotourism," menyoroti pentingnya praktik berkelanjutan dalam memajukan sektor kuliner yang tidak hanya mengutamakan keuntungan ekonomi, tetapi juga melibatkan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan.

Pada sisi lain, hubungan antara "digital marketing," "social media," dan "customer satisfaction" menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dan media sosial menjadi komponen penting dalam perkembangan bisnis kuliner modern. Peningkatan yang terlihat pada tahun 2022-2023 menunjukkan bagaimana teknologi digital dan pemasaran melalui platform media sosial telah menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan dan meningkatkan performa bisnis kuliner. Selain itu, kata kunci seperti "msmes" dan "culinary business" menunjukkan pentingnya usaha mikro, kecil, dan menengah dalam sektor kuliner, yang terus beradaptasi dengan transformasi digital dan kebutuhan pasar yang semakin berubah.

C. Top Cited Literature

Tabel berikut menyajikan daftar referensi yang relevan dengan penelitian tentang kuliner, makanan lokal, dan perubahan perilaku konsumen yang terjadi seiring waktu. Referensi-referensi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengaruh makanan lokal terhadap daya tarik destinasi wisata (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016) hingga dampak pandemi COVID-19 terhadap perilaku konsumsi makanan di berbagai negara (Ben Hassen et al., 2020; 2021). Penelitian-penelitian ini memerlukan wawasan tentang bagaimana faktor-faktor seperti budaya makanan, inovasi dalam industri kuliner, serta kondisi sosial dan ekonomi dapat mempengaruhi kebiasaan makan dan pengembangan sektor kuliner secara keseluruhan. Selain itu, ada juga penelitian yang memfokuskan pada peran pendidikan makanan dan keterampilan literasi pangan dalam membentuk pemahaman masyarakat tentang makanan dan konsumsi yang sehat (Kimura, 2011). Daftar referensi ini dapat menjadi dasar untuk menggali lebih dalam hubungan antara kuliner, kreativitas lokal, dan perilaku konsumen dalam berbagai konteks.

Tabel 1. Literatur yang Paling Berpengaruh

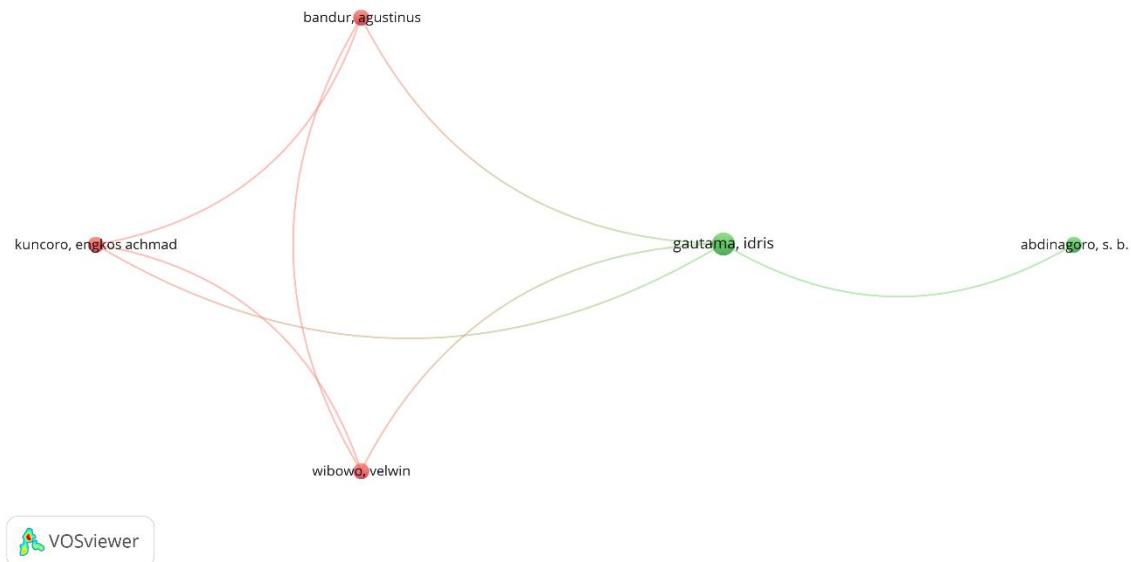
Referensi	Penulis dan Tahun	Judul
272	Björk, P., Kauppinen-Räisänen, H. (2016)	Local food: a source for destination attraction
252	Ben Hassen, T., El Bilali, H., Allahyari, M.S. (2020)	Impact of covid-19 on food behavior and consumption in qatar

Referensi	Penulis dan Tahun	Judul
170	Baldocchi, D., Wong, S. (2007)	Accumulated winter chill is decreasing in the fruit growing regions of California
151	Lu, Y., Zhang, C., Bucheli, P., Wei, D. (2006)	Citrus flavonoids in fruit and Traditional Chinese Medicinal food ingredients in China
125	Ben Hassen, T., El Bilali, H., Allahyari, M.S., Berjan, S., Fotina, O. (2021)	Food purchase and eating behavior during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional survey of Russian adults
122	<u>Camilleri, M.A. (2018)</u>	The Tourism Industry: An Overview
107	Ruiz-Rodriguez, A., Marín, F.R., Ocaña, A., Soler-Rivas, C. (2008)	Effect of domestic processing on bioactive compounds
103	Inwood, S.M., Sharp, J.S., Moore, R.H., Stinner, D.H. (2009)	Restaurants, chefs and local foods: Insights drawn from application of a diffusion of innovation framework
92	Mejova, Y., Haddadi, H., Noulas, A., Weber, I. (2015)	#FoodPorn: Obesity patterns in culinary interactions
85	<u>Kimura, A.H. (2011)</u>	Food education as food literacy: Privatized and gendered food knowledge in contemporary Japan

Source: Scopus, 2025

Tabel di atas menyajikan referensi dari berbagai penelitian yang relevan dalam konteks kuliner dan pariwisata. Studi-studi tersebut mencakup topik yang luas, mulai dari pengaruh makanan lokal terhadap pariwisata (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016) hingga perubahan perilaku konsumsi makanan akibat pandemi (Hassen et al., 2021). Penelitian lainnya, seperti yang dilakukan oleh (Inwood et al., 2009) mengkaji hubungan antara restoran, koki, dan makanan lokal, serta bagaimana konsep inovasi dapat mempengaruhi pengembangan industri kuliner. Terdapat pula penelitian tentang pengaruh edukasi makanan terhadap literasi pangan di Jepang (Kimura, 2011), yang menunjukkan pentingnya pengetahuan makanan sebagai bagian dari pendidikan sosial. Secara keseluruhan, referensi-referensi ini memberikan pandangan yang mendalam tentang hubungan antara kuliner, budaya, dan perilaku konsumen, serta kontribusinya terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

D. Analisis Kolaborasi Penulis



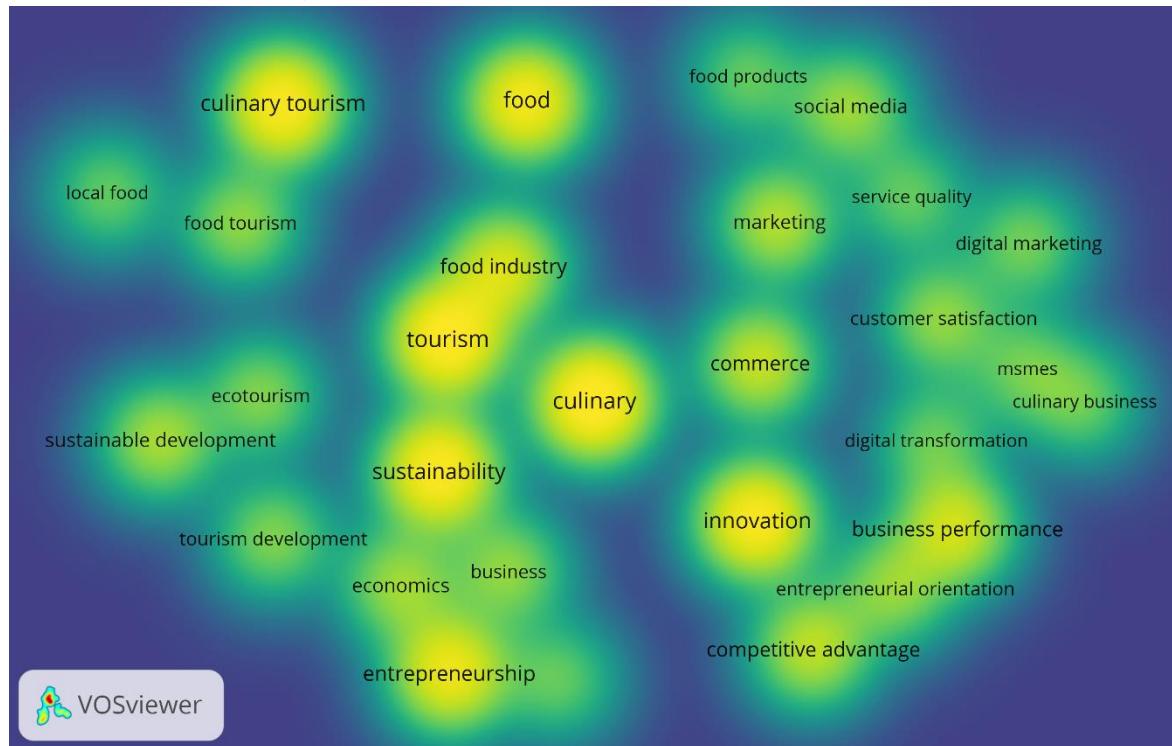
Gambar 3. Analisis Kolaborasi Penulis

Sumber: Data Diolah, 2025

Pada Gambar 3 Grafik ini menggambarkan peta jaringan kolaborasi antarpenulis yang terlihat dalam bentuk hubungan antara beberapa penulis. Dari visualisasi ini, kita dapat melihat bagaimana beberapa penulis saling terhubung satu sama lain melalui kolaborasi dalam penelitian atau publikasi ilmiah. Nama-nama seperti "Kuncoro, Engkos Achmad," "Bandur, Agustinus," dan "Gautama, Idris" berada dalam kelompok yang saling terhubung, yang menunjukkan bahwa mereka pernah berkolaborasi dalam beberapa penelitian atau publikasi yang sama. Warna merah pada beberapa hubungan menunjukkan kolaborasi yang lebih jarang, sementara warna hijau menunjukkan kolaborasi yang lebih kuat atau lebih sering antara penulis tersebut.

Dalam konteks ini, jaringan kolaborasi antarpenulis menunjukkan dinamika kolaborasi di bidang tertentu. Kolaborasi yang lebih erat dapat menunjukkan bahwa penulis-penulis ini memiliki minat yang serupa atau berfokus pada bidang penelitian yang saling melengkapi. Jaringan ini dapat memberikan wawasan tentang komunitas akademik dan bagaimana peneliti membangun hubungan kerja untuk menghasilkan publikasi yang relevan dalam bidang yang sama. Selain itu, hal ini juga mencerminkan pola-pola kerja yang dapat membantu kita memahami bagaimana kolaborasi akademik berkembang dalam suatu disiplin ilmu atau topik tertentu.

E. Analisis Peluang Penelitian



Gambar 6. Visualisasi Densitas

Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 6 merupakan Grafik ini menunjukkan hasil analisis heatmap dari jaringan konsep-konsep yang terkait dengan bisnis kuliner, pariwisata, dan inovasi. Warna hijau terang yang muncul pada area tertentu menandakan konsentrasi tinggi dari publikasi atau penelitian terkait dengan kata kunci tersebut. Tampak jelas bahwa konsep seperti "culinary tourism," "food," "tourism," dan "culinary" memiliki koneksi yang sangat kuat, yang menunjukkan bahwa kuliner dan pariwisata merupakan topik utama dalam literatur yang sedang berkembang. Ini mencerminkan pentingnya kuliner sebagai bagian integral dari pengalaman wisata dan bagaimana konsep "culinary tourism" menjadi tren yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir.

Selain itu, area yang lebih terang di sekitar kata kunci seperti "sustainability," "innovation," dan "business performance" menunjukkan bahwa keberlanjutan dan inovasi dalam bisnis kuliner adalah fokus utama dalam penelitian terbaru. Hal ini menggambarkan bagaimana sektor kuliner tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga bagaimana inovasi dan penerapan prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnis kuliner sangat diperhatikan. Peningkatan perhatian terhadap konsep-konsep ini menggambarkan perubahan penting dalam cara bisnis kuliner dijalankan, dengan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan yang lebih besar.

Area yang lebih terang di sekitar kata kunci "digital marketing," "social media," dan "customer satisfaction" menunjukkan tren yang kuat dalam adopsi teknologi digital oleh pelaku bisnis kuliner. Hal ini menyoroti pentingnya media sosial dan pemasaran digital sebagai alat utama dalam membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan semakin meningkatnya peran teknologi dalam pemasaran, bisnis kuliner dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memanfaatkan analitik data untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memperkuat posisinya di pasar yang sangat kompetitif. Secara keseluruhan, grafik ini

menggambarkan tren penelitian yang mendalam dalam menghubungkan kuliner dengan pariwisata, inovasi, keberlanjutan, dan teknologi digital, yang semakin relevan di era modern ini.

F. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi praktis, terutama bagi pelaku industri kuliner dan sektor pariwisata yang ingin memanfaatkan potensi kuliner sebagai daya tarik wisata. Dengan memahami keterkaitan antara kuliner dan pariwisata, bisnis kuliner dapat lebih strategis dalam mengembangkan produk yang tidak hanya menarik bagi konsumen lokal, tetapi juga bagi wisatawan yang mencari pengalaman kuliner unik. Selain itu, temuan penelitian ini menunjukkan pentingnya integrasi konsep keberlanjutan dan inovasi dalam bisnis kuliner untuk meningkatkan kinerja bisnis dan memperoleh keunggulan kompetitif. Praktik terbaik yang diidentifikasi dapat diterapkan oleh pelaku bisnis kuliner untuk menciptakan diferensiasi melalui penerapan teknologi digital dalam pemasaran, serta memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam operasi mereka, terutama dengan mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial dan platform digital lainnya.

G. Kontribusi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur yang menghubungkan bisnis kuliner, kreativitas lokal, dan sektor pariwisata, dengan menyoroti bagaimana kuliner dapat berfungsi sebagai alat diferensiasi dalam pariwisata berbasis pengalaman. Penelitian ini juga memperkenalkan perspektif baru tentang pentingnya keberlanjutan dan inovasi dalam konteks bisnis kuliner, memperluas pemahaman tentang bagaimana kedua konsep tersebut dapat saling melengkapi dalam meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis. Selain itu, studi ini memperkaya teori-teori dalam ekonomi kreatif dan pengembangan pariwisata, dengan memberikan bukti empiris mengenai peran penting yang dimainkan oleh kuliner dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan menciptakan pengalaman wisata yang berkelanjutan.

H. Keterbatasan Penelitian

Meski penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satu keterbatasan utama adalah bahwa analisis bibliometrik yang dilakukan hanya mengandalkan data sekunder dari publikasi ilmiah yang tersedia dalam database tertentu, yang mungkin tidak mencakup seluruh literatur yang relevan atau penelitian yang belum dipublikasikan. Selain itu, penelitian ini tidak mencakup analisis lebih mendalam tentang konteks lokal di setiap negara atau wilayah yang dapat mempengaruhi hasil dan penerapan teori-teori yang diidentifikasi. Keterbatasan lainnya adalah kurangnya wawancara atau data primer dari pelaku industri kuliner atau wisatawan yang dapat memberikan perspektif lebih mendalam mengenai pengalaman mereka dalam menikmati kuliner lokal dan kaitannya dengan sektor pariwisata. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melengkapi temuan ini dengan pendekatan kualitatif atau studi kasus yang lebih mendalam.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi hubungan yang erat antara sektor kuliner dan pariwisata, khususnya dalam konteks kuliner sebagai daya tarik wisata. Hasil analisis

bibliometrik menunjukkan bahwa konsep "culinary tourism" semakin banyak diperhatikan dalam literatur penelitian terkini, mengingat pentingnya kuliner sebagai elemen kunci dalam pengalaman wisata. Kuliner lokal bukan hanya menjadi aspek penting dalam promosi pariwisata, tetapi juga memainkan peran dalam menciptakan identitas budaya yang membedakan suatu destinasi dari yang lain. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya keberlanjutan dalam bisnis kuliner. Dengan semakin meningkatnya kesadaran tentang keberlanjutan lingkungan dan sosial, sektor kuliner yang mengadopsi prinsip-prinsip berkelanjutan dan inovasi terbukti lebih berhasil dalam menciptakan nilai tambah yang kompetitif.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa inovasi dalam produk kuliner dan pemasaran, terutama melalui media sosial dan digital marketing, menjadi strategi yang semakin penting dalam mengoptimalkan daya tarik kuliner. Peran teknologi dalam pemasaran telah memperluas jangkauan bisnis kuliner dan memungkinkan para pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen di seluruh dunia. Digitalisasi dalam sektor kuliner tidak hanya menciptakan kemudahan bagi pelanggan tetapi juga membantu pelaku bisnis kuliner untuk memahami kebutuhan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan ini mengkonfirmasi bahwa sektor kuliner, terutama yang berfokus pada UMKM, perlu meningkatkan kemampuannya dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar untuk tetap relevan di pasar global.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana sektor kuliner dapat mengoptimalkan potensi yang ada dalam pariwisata dan bisnis dengan memanfaatkan kreativitas lokal, keberlanjutan, dan inovasi. Implikasi praktisnya dapat diterapkan oleh pelaku usaha kuliner untuk memperkuat posisi mereka di pasar global, sementara kontribusi teoritisnya memperkaya literatur tentang kuliner, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, seperti tidak mencakup seluruh literatur yang relevan dan kurangnya data primer dari pelaku industri, yang menjadi area untuk penelitian lebih lanjut.

REFERENSI

- Aleixandre-Tudó, J. L., Castelló-Cogollos, L., Aleixandre, J. L., & Aleixandre-Benavent, R. (2020). Bibliometric insights into the spectroscopy research field: A food science and technology case study. *Applied Spectroscopy Reviews*, 55(9–10), 873–906.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975.
- Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177–194.
- FAJRIYAH, T. W. (2023). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, dan Sikap Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha*. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Hassen, T. Ben, El Bilali, H., Allahyari, M. S., Berjan, S., & Fotina, O. (2021). Food purchase and eating behavior during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional survey of Russian adults. *Appetite*, 165, 105309.
- Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H., & Stinner, D. H. (2009). Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agriculture and Human Values*, 26(3), 177–191.
- KID, T. P. (2024). *Katalog Induk Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta No. 54 Tahun 2024*. Dinas Perpustakaan dan

- Arsip Daerah DIY.
- Kimura, A. H. (2011). Food education as food literacy: privatized and gendered food knowledge in contemporary Japan. *Agriculture and Human Values*, 28(4), 465–482.
- Latifah, L. (2020). *Presentation: The Influence of Demographic, Socio-Economic and Environmental on the Preference and Behavior of Middle Class Muslims in Forming the Potential of Halal Hospital (Research in Middle Class Muslim Surabaya)*.
- Lubis, A. L., Fatimah, Z., & Abnur, A. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi Produk Pariwisata di Kota Batam Melalui Perspektif Kewirausahaan. *Jurnal Mata Pariwisata*, 4(1), 1–6.
- Nugroho, M. A., Judijanto, L., Mulawarman, L., & Koten, R. A. G. (2025). *Ekonomi dan Bisnis: Teori, Peluang dan Tantangan di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Surya, S. D. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Sabrina Chairunnisa Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Tiktok Pada Mahasiswa Universitas Medan Area*. Universitas Medan Area.
- Zhu, J., Kang, S., Zhao, W., Li, Q., Xie, X., & Hu, X. (2020). A bibliometric analysis of food–energy–water nexus: Progress and prospects. *Land*, 9(12), 504.