



Pemetaan Kuliner sebagai Produk Wisata di Kelurahan Sekanak Raya melalui Pemberdayaan Masyarakat Perbatasan

Ady Muzwardi¹, Oksep Adhyanto², Herry Wahyudi³, Casiavera Casiavera⁴

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Maritim Raja Ali Haji¹

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Maritim Raja Ali Haji²

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Maritim Raja Ali Haji³

Program Studi Sosiologi, Universitas Maritim Raja Ali Haji⁴

Email Korespondensi: ady_muzwardi@umrah.ac.id¹

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memetakan potensi kuliner lokal sebagai produk wisata di Kelurahan Sekanak Raya, Kecamatan Belakang Padang, Kota Batam, melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat perbatasan. Latar belakang kegiatan ini didasarkan pada keberadaan potensi kuliner masyarakat yang belum sepenuhnya terdokumentasi, terstandarisasi, dan terintegrasi dengan pengembangan pariwisata maritim berbasis komunitas. Metode pengabdian dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan koordinasi bersama mitra, sosialisasi, diskusi kelompok terarah, tanya jawab, observasi lapangan, serta pendampingan terbatas kepada masyarakat dan pelaku kuliner lokal. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa Kelurahan Sekanak Raya dan kawasan Belakang Padang memiliki beragam potensi kuliner yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata, antara lain Cendol Botak, Mie Lendir, Prata, Penaram, Laksmana Mengamuk, Rujak Buk Lak, serta olahan hasil laut yang merepresentasikan identitas masyarakat kepulauan. Kegiatan ini juga menemukan bahwa masyarakat memiliki keinginan kuat untuk mengangkat kuliner lokal sebagai bagian dari pengembangan pariwisata, tetapi masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal, belum optimalnya standarisasi produk, pengemasan yang belum menarik, promosi digital yang masih terbatas, legalitas usaha yang belum merata, serta belum adanya pola produksi yang lebih terencana. Melalui kegiatan diskusi dan pendampingan, masyarakat memperoleh pemahaman bahwa kuliner lokal tidak hanya bernilai sebagai produk konsumsi, tetapi juga dapat menjadi identitas destinasi, media promosi budaya, serta sumber peningkatan ekonomi masyarakat. Pengabdian ini menyimpulkan bahwa pemetaan kuliner lokal perlu dilanjutkan dengan penguatan kapasitas pelaku usaha, branding produk, promosi digital, legalitas usaha, dan kolaborasi lintas aktor agar kuliner Sekanak Raya dapat berkembang sebagai produk wisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan.

 <https://doi.org/10.69812/jpn.v3i1.264>

Artikel akses terbuka di bawah [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



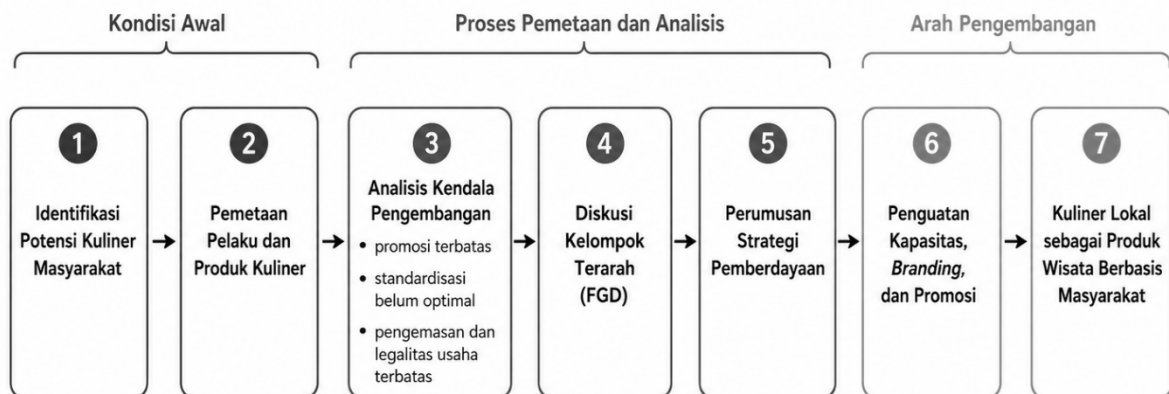
Pendahuluan

Kelurahan Sekanak Raya merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Belakang Padang, Kota Batam, yang memiliki karakter geografis, sosial, dan budaya khas sebagai kawasan kepulauan perbatasan. Kedekatan wilayah ini dengan jalur pelayaran internasional serta interaksi sosial masyarakat dengan kawasan sekitar menjadikan Sekanak Raya memiliki potensi strategis untuk dikembangkan sebagai bagian dari destinasi wisata maritim berbasis komunitas. Dalam konteks tersebut, kuliner lokal tidak hanya dapat dipahami sebagai produk konsumsi masyarakat, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya, pengalaman wisata, dan sumber nilai ekonomi bagi pelaku usaha lokal. Potensi tersebut menjadi semakin relevan karena tren pariwisata kontemporer menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya mencari keindahan alam, tetapi juga pengalaman autentik yang melekat pada budaya,

makanan, cerita lokal, dan kehidupan masyarakat setempat. Oleh karena itu, pemetaan kuliner sebagai produk wisata di Kelurahan Sekanak Raya menjadi penting untuk menghubungkan potensi lokal dengan strategi pengembangan pariwisata yang lebih terarah, partisipatif, dan berkelanjutan (Recuero-Virto et al., 2024; Stalmirska, 2024; Yang et al., 2024; Yeboah et al., 2024).

Dalam pengembangan pariwisata berbasis wilayah perbatasan, masyarakat lokal memiliki posisi penting sebagai pemilik pengetahuan, pelaku ekonomi, sekaligus penjaga keberlanjutan nilai budaya. Sekanak Raya memiliki potensi kuliner yang dapat dikaitkan dengan identitas Belakang Padang, seperti makanan dan minuman khas yang berkembang dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya terpetakan secara sistematis sebagai produk wisata yang dapat dipromosikan, dikemas, dan dikembangkan menjadi bagian dari atraksi pariwisata maritim. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan pendampingan dan pemberdayaan agar masyarakat mampu mengenali, mendokumentasikan, serta mengembangkan kuliner lokal sebagai kekuatan ekonomi kreatif. Dalam perspektif *community-based tourism*, keberhasilan pengembangan wisata sangat dipengaruhi oleh keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengelolaan manfaat ekonomi yang dihasilkan dari kegiatan wisata (Dolezal & Novelli, 2022; Gutierrez, 2023; Ruiz-Ballesteros, 2024; Purnomo et al., 2021).

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Sekanak Raya tidak hanya berkaitan dengan keberadaan potensi kuliner, tetapi juga dengan keterbatasan dalam pengelolaan, pengemasan, promosi, dan standarisasi produk. Kuliner lokal yang memiliki nilai budaya dan daya tarik wisata sering kali belum didukung oleh narasi produk, informasi digital, legalitas usaha, standar penyajian, maupun strategi pemasaran yang memadai. Akibatnya, produk kuliner masyarakat belum mampu sepenuhnya menjadi daya tarik wisata yang terintegrasi dengan sektor pariwisata maritim di kawasan perbatasan. Jika kondisi ini tidak segera direspons, potensi kuliner lokal berisiko hanya bertahan sebagai konsumsi domestik masyarakat tanpa berkembang menjadi sumber nilai tambah ekonomi yang lebih luas. Padahal, berbagai kajian menunjukkan bahwa makanan lokal dapat memperkuat citra destinasi, meningkatkan pengalaman wisatawan, mendukung ekonomi lokal, dan memperluas partisipasi pelaku usaha kecil dalam rantai nilai pariwisata (Apak et al., 2023; Recuero-Virto et al., 2024; Stalmirska, 2024; Yeboah et al., 2024).



Gambar 1. Proses Diagram Alir pada Kondisi Kuliner Produk Wisata di Kelurahan Sekanak Raya
Sumber: diolah Penulis, 2026

Urgensi kegiatan pengabdian ini juga didasarkan pada pentingnya membangun model pengembangan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada kunjungan wisatawan, tetapi juga pada penguatan kapasitas masyarakat. Dalam wilayah kepulauan dan perbatasan, pengembangan pariwisata membutuhkan pendekatan yang sensitif terhadap konteks lokal, termasuk keterbatasan aksesibilitas, jaringan promosi, kelembagaan masyarakat, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola produk wisata. Kuliner lokal dapat menjadi pintu masuk yang strategis karena relatif dekat dengan kehidupan masyarakat, mudah dikenali sebagai identitas daerah, dan berpotensi dikembangkan melalui usaha

mikro, kecil, dan menengah. Oleh sebab itu, kegiatan pemetaan kuliner perlu dilakukan tidak hanya untuk menginventarisasi jenis produk, tetapi juga untuk memahami kondisi pelaku, hambatan pengembangan, peluang promosi, serta kebutuhan pendampingan masyarakat dalam menjadikan kuliner sebagai produk wisata yang lebih kompetitif (Makkonen & Williams, 2024; Prokkola, 2024; Su, 2024; Karim, 2024).

Kajian tentang gastronomi dan pariwisata menunjukkan bahwa makanan lokal memiliki peran penting dalam membangun pengalaman wisata yang autentik. Kuliner dapat menjadi media untuk memperkenalkan sejarah, budaya, relasi sosial, serta karakter geografis suatu wilayah. Pada tingkat destinasi, makanan lokal tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap perjalanan, tetapi juga dapat menjadi daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk mengenal lebih dekat kehidupan masyarakat. Dalam konteks Sekanak Raya, kuliner lokal memiliki peluang untuk dikembangkan melalui narasi budaya, penataan produk, penguatan kualitas layanan, dan promosi berbasis media digital. Dengan demikian, pemetaan kuliner bukan sekadar kegiatan pendataan, melainkan proses awal untuk membangun kerangka pengembangan produk wisata yang berbasis pada kekuatan lokal dan kebutuhan masyarakat (Recuero-Virto et al., 2024; Yang et al., 2024; Thio et al., 2024; Stalmirska, 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk menjawab kesenjangan antara potensi kuliner yang dimiliki masyarakat Sekanak Raya dan keterbatasan pengembangannya sebagai produk wisata. Melalui pendekatan pemberdayaan, kegiatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek utama yang dilibatkan dalam proses identifikasi masalah, pemetaan potensi, diskusi, dan penyusunan rekomendasi pengembangan. Pendekatan ini penting karena pengembangan pariwisata yang tidak melibatkan masyarakat cenderung menghasilkan manfaat yang tidak merata dan kurang berkelanjutan. Sebaliknya, keterlibatan masyarakat dapat memperkuat rasa memiliki, meningkatkan kapasitas lokal, serta mendorong terbentuknya jejaring antara masyarakat, pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan media dalam pengembangan destinasi wisata berbasis kuliner (Dolezal & Novelli, 2022; Gutierrez, 2023; Ruiz-Ballesteros, 2024; Han et al., 2024).

Tabel 1. Kondisi, Permasalahan, dan Arah Pengembangan Kuliner sebagai Produk Wisata di Kelurahan Sekanak Raya

No.	Aspek yang Dipetakan	Kondisi Awal	Permasalahan Utama	Arah Pengembangan
1	Potensi kuliner lokal	Terdapat beragam kuliner khas masyarakat yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata	Belum seluruh produk terdokumentasi dan terpetakan secara sistematis	Inventarisasi jenis kuliner, pelaku usaha, dan nilai budaya produk
2	Pelaku usaha masyarakat	Pelaku kuliner berasal dari masyarakat lokal dan UMKM rumah tangga	Kapasitas pengemasan, standardisasi, dan pemasaran masih terbatas	Pendampingan kapasitas usaha, kualitas produk, dan promosi
3	Identitas dan narasi produk	Kuliner memiliki hubungan dengan budaya, sejarah, dan kehidupan masyarakat kepulauan	Narasi kuliner belum dikembangkan sebagai bagian dari citra destinasi	Penyusunan cerita produk, identitas lokal, dan branding kuliner
4	Promosi wisata	Promosi masih terbatas pada jaringan lokal dan belum optimal secara digital	Informasi produk kuliner belum mudah diakses wisatawan	Penguatan promosi digital, katalog kuliner, dan media sosial
5	Kelembagaan dan kolaborasi	Terdapat peluang kerja sama antara masyarakat, pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha	Kolaborasi belum sepenuhnya terstruktur dalam pengembangan produk wisata	Penguatan jejaring ABCGM: akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media
6	Keberlanjutan ekonomi	Kuliner berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat	Nilai tambah ekonomi belum maksimal karena	Integrasi kuliner dengan wisata maritim, event

No.	Aspek yang Dipetakan	Kondisi Awal	Permasalahan Utama	Arah Pengembangan
			produk belum terintegrasi dengan paket wisata	lokal, dan paket kunjungan

Source: Author, 2026

Secara konseptual, kegiatan ini memiliki relevansi dengan pengembangan pariwisata berkelanjutan karena berupaya menghubungkan potensi lokal dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kuliner lokal dapat menjadi instrumen pemberdayaan apabila dikembangkan melalui proses yang memperhatikan kapasitas pelaku, keberlanjutan bahan baku, kualitas layanan, serta kemampuan masyarakat dalam mengelola nilai ekonomi yang dihasilkan. Selain itu, pengembangan kuliner sebagai produk wisata juga dapat memperkuat posisi Sekanak Raya sebagai bagian dari lanskap pariwisata maritim Kota Batam dan Kepulauan Riau. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian identitas budaya, penguatan jejaring sosial, dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap potensi wilayahnya sendiri (Apak et al., 2023; Fernández et al., 2025; Yeboah et al., 2024; Wani et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memetakan potensi kuliner lokal di Kelurahan Sekanak Raya sebagai produk wisata serta merumuskan arah pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis kuliner. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai jenis kuliner potensial, kondisi pelaku usaha, hambatan pengembangan, serta peluang kolaborasi yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat daya tarik wisata lokal. Artikel ini selanjutnya disusun dengan alur pembahasan yang mencakup pendahuluan, metode pelaksanaan, hasil dan pembahasan, serta penutup. Melalui struktur tersebut, artikel ini berupaya menjelaskan hubungan antara potensi kuliner lokal, kebutuhan pemberdayaan masyarakat, dan strategi pengembangan produk wisata di Kelurahan Sekanak Raya secara lebih sistematis.

Metode

Metode pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan masyarakat Kelurahan Sekanak Raya sebagai subjek utama dalam proses identifikasi potensi, pemetaan masalah, dan perumusan arah pengembangan kuliner sebagai produk wisata. Pendekatan ini dipilih karena pengembangan pariwisata berbasis masyarakat memerlukan keterlibatan aktif warga lokal, baik sebagai pemilik pengetahuan lokal, pelaku usaha, maupun penerima manfaat dari kegiatan pengabdian. Dalam pelaksanaannya, tim pengabdian melakukan proses awal berupa koordinasi dengan pemerintah kelurahan dan tokoh masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan penggalian informasi mengenai potensi kuliner, kondisi pelaku usaha, hambatan pengembangan, serta peluang integrasi kuliner lokal dengan pariwisata maritim. Model partisipatif ini relevan karena pemberdayaan masyarakat tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada penguatan kapasitas warga dalam mengenali aset lokal, membangun kesadaran kolektif, dan merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat (Ataöv et al., 2022; Mayaka et al., 2019).

Teknik pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, diskusi kelompok terarah atau Focus Group Discussion (FGD), tanya jawab, dan pendampingan terbatas kepada masyarakat serta pelaku kuliner lokal. FGD digunakan untuk memperoleh informasi langsung mengenai jenis kuliner potensial, pengalaman masyarakat dalam menjalankan usaha kuliner, kendala promosi, keterbatasan pengemasan, persoalan standarisasi produk, serta kebutuhan penguatan kapasitas usaha. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk membangun pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kuliner lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata, identitas destinasi, dan peluang ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Melalui proses diskusi yang bersifat terbuka, masyarakat diberi ruang untuk menyampaikan pengetahuan, pengalaman, dan harapan mereka terhadap pengembangan kuliner lokal, sehingga hasil pengabdian tidak hanya berasal dari analisis tim pelaksana, tetapi juga dari aspirasi dan kebutuhan riil masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan wisata (Lapuz, 2023; Park & Widyanta, 2022).

Tahapan kegiatan pengabdian terdiri atas tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan mitra, penentuan peserta, penyusunan materi, dan penyiapan sarana kegiatan. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi mengenai potensi kuliner sebagai produk wisata, diskusi mengenai kondisi dan tantangan pengembangan kuliner lokal, serta pemetaan awal terhadap produk kuliner yang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata di Kelurahan Sekanak Raya. Tahap evaluasi dilakukan dengan menelaah hasil diskusi, mencatat masukan peserta, mengidentifikasi kendala utama, dan menyusun rekomendasi pengembangan yang dapat digunakan sebagai dasar penguatan kuliner lokal berbasis masyarakat. Hasil dari keseluruhan tahapan ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam aspek inventarisasi produk, penguatan narasi kuliner, peningkatan kualitas usaha, dan promosi kuliner sebagai bagian dari pariwisata berbasis masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

1. Kondisi Awal Potensi Kuliner sebagai Produk Wisata di Kelurahan Sekanak Raya

Kelurahan Sekanak Raya memiliki posisi strategis sebagai bagian dari wilayah kepulauan perbatasan yang berada dalam lanskap sosial, ekonomi, dan budaya Kecamatan Belakang Padang, Kota Batam. Kondisi geografis yang berdekatan dengan jalur perlintasan regional dan negara tetangga menjadikan wilayah ini memiliki karakter khas sebagai kawasan yang terbuka terhadap interaksi sosial dan budaya. Dalam konteks pengembangan pariwisata, kondisi tersebut memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi lokal sebagai daya tarik wisata berbasis komunitas. Salah satu potensi yang menonjol adalah kuliner lokal yang tumbuh dari tradisi, kebiasaan konsumsi, dan aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Kuliner lokal dalam hal ini tidak hanya dipahami sebagai makanan dan minuman, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial masyarakat kepulauan.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa kuliner lokal di Sekanak Raya dan kawasan Belakang Padang memiliki nilai potensial untuk dikembangkan sebagai produk wisata. Beberapa kuliner yang muncul dalam pemetaan kegiatan meliputi Cendol Botak, Mie Lendir, Prata, Penaram, Laksmana Mengamuk, Rujak Buk Lak, serta olahan makanan berbasis hasil laut. Keberadaan kuliner tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kekayaan produk yang dapat dikaitkan dengan pengalaman wisata maritim. Produk-produk kuliner tersebut memiliki peluang untuk menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan yang datang ke kawasan Belakang Padang dan sekitarnya. Dengan demikian, pemetaan kuliner menjadi langkah awal untuk mengenali kekuatan lokal yang selama ini belum sepenuhnya dikembangkan secara sistematis.

Kondisi awal yang ditemukan dalam kegiatan pengabdian juga memperlihatkan bahwa kuliner lokal masih lebih banyak berkembang dalam ruang konsumsi masyarakat sehari-hari. Produk kuliner telah dikenal oleh masyarakat lokal dan sebagian pengunjung, tetapi belum seluruhnya dikemas sebagai bagian dari produk wisata yang memiliki narasi, identitas, dan strategi promosi yang terarah. Padahal, dalam pengembangan destinasi wisata, kuliner dapat menjadi pintu masuk untuk memperkenalkan budaya, sejarah, dan karakter wilayah. Keterkaitan antara makanan, cerita lokal, dan pengalaman wisata menjadi unsur penting dalam memperkuat daya tarik suatu destinasi. Oleh karena itu, potensi kuliner Sekanak Raya perlu ditempatkan sebagai aset pariwisata yang dapat dikembangkan melalui proses pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama masyarakat, ditemukan bahwa pelaku kuliner lokal memiliki pengetahuan praktis mengenai bahan baku, proses pengolahan, cita rasa, dan kebiasaan konsumsi masyarakat. Pengetahuan ini merupakan modal penting dalam membangun produk wisata berbasis masyarakat karena bersumber langsung dari pengalaman lokal. Namun, pengetahuan tersebut masih perlu diorganisasi agar dapat menjadi dasar pengembangan produk yang lebih terukur. Dalam kegiatan pengabdian, masyarakat mulai diarahkan untuk melihat kuliner bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi rumah tangga, tetapi juga sebagai produk yang dapat mendukung pariwisata maritim. Perubahan cara pandang ini menjadi salah satu hasil penting dari proses pemberdayaan yang dilakukan.

Tabel 1. Pemetaan Potensi Kuliner Lokal sebagai Produk Wisata di Kelurahan Sekanak Raya

No.	Produk Kuliner/Potensi Lokal	Karakteristik Produk	Nilai Wisata yang Dapat Dikembangkan	Arah Penguatan
1	Cendol Botak	Minuman khas yang dikenal masyarakat dan pengunjung	Daya tarik kuliner ikonik lokal	Penguatan branding dan promosi digital
2	Mie Lendir	Makanan lokal dengan cita rasa khas Melayu	Pengalaman kuliner tradisional	Standardisasi penyajian dan narasi produk
3	Prata	Makanan yang menunjukkan pengaruh interaksi budaya kawasan perbatasan	Kuliner lintas budaya	Pengemasan sebagai bagian dari paket wisata
4	Penaram	Kuliner khas yang memiliki hubungan dengan budaya lokal Pulau Kasu dan Belakang Padang	Daya tarik makanan tradisional	Dokumentasi resep, cerita produk, dan pemasaran
5	Laksmana Mengamuk	Minuman/makanan khas Melayu yang memiliki nama dan narasi budaya menarik	Identitas kuliner Melayu	Penguatan narasi budaya dan tampilan produk
6	Rujak Buk Lak	Kuliner lokal yang dikenal dalam ruang konsumsi masyarakat	Atraksi kuliner berbasis komunitas	Promosi lokal dan integrasi dengan event wisata
7	Olahan hasil laut	Produk yang berkaitan dengan identitas wilayah kepulauan	Wisata kuliner maritim	Penguatan kualitas, legalitas, dan jejaring pemasaran

Sumber: diolah Penulis, 2026

Pemetaan kondisi awal juga memperlihatkan adanya hubungan antara kuliner lokal dan potensi ekonomi masyarakat. Sebagian masyarakat memiliki keterlibatan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah, terutama pada sektor makanan, minuman, dan hasil olahan laut. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan kuliner sebagai produk wisata memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan masyarakat apabila dikelola secara baik. Namun, potensi tersebut membutuhkan dukungan dalam bentuk penguatan kapasitas, promosi, pengemasan, dan kolaborasi dengan pemerintah maupun pemangku kepentingan lainnya. Dengan demikian, kuliner lokal dapat diarahkan menjadi bagian dari rantai nilai pariwisata yang memberi manfaat langsung kepada masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil pemetaan menunjukkan bahwa Sekanak Raya memiliki modal kuliner yang cukup kuat untuk dikembangkan sebagai produk wisata. Potensi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan dengan identitas maritim, kehidupan masyarakat perbatasan, dan aktivitas ekonomi lokal. Pengembangan kuliner lokal dapat menjadi strategi untuk memperkuat posisi Sekanak Raya dalam peta wisata Belakang Padang dan Kota Batam. Akan tetapi, pengembangan tersebut harus dilakukan secara bertahap agar tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga memperhatikan kesiapan pelaku usaha dan keberlanjutan produk. Dengan demikian, hasil kegiatan ini menegaskan bahwa pemetaan kuliner merupakan fondasi awal dalam membangun pariwisata berbasis masyarakat.

2. Hambatan Pengembangan Kuliner Lokal sebagai Produk Wisata

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengembangan kuliner lokal di Kelurahan Sekanak Raya masih menghadapi berbagai hambatan. Hambatan tersebut tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan produk, tetapi juga menyangkut kemampuan masyarakat dalam mengelola, mengemas,

memasarkan, dan memperluas jangkauan produk kuliner. Secara umum, masyarakat telah memiliki produk kuliner yang bernilai, tetapi belum seluruhnya didukung oleh sistem pengembangan usaha yang memadai. Hal ini menyebabkan potensi kuliner belum mampu menjadi daya tarik wisata yang kuat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, identifikasi hambatan menjadi bagian penting dalam merumuskan strategi pemberdayaan masyarakat.

Salah satu hambatan utama yang ditemukan adalah lemahnya permodalan pelaku usaha kuliner. Banyak pelaku usaha masih menjalankan aktivitas kuliner dalam skala rumah tangga dengan modal terbatas. Kondisi ini memengaruhi kemampuan mereka dalam meningkatkan kualitas bahan baku, memperbaiki kemasan, memperluas produksi, dan melakukan promosi. Keterbatasan modal juga membuat pelaku usaha sulit melakukan inovasi produk secara berkelanjutan. Akibatnya, produk kuliner lokal cenderung berjalan secara konvensional dan belum mampu menjangkau pasar wisata secara lebih luas. Hambatan berikutnya adalah belum optimalnya standardisasi produk kuliner. Standardisasi menjadi penting karena produk wisata harus mampu memberikan pengalaman yang konsisten kepada pengunjung. Dalam konteks kuliner, standardisasi berkaitan dengan rasa, kebersihan, ukuran penyajian, kemasan, harga, dan pelayanan. Apabila standardisasi belum berjalan, produk kuliner sulit dipromosikan secara lebih luas karena kualitasnya belum dapat dijamin secara konsisten. Kondisi ini menjadi perhatian penting dalam kegiatan pengabdian karena pengembangan kuliner sebagai produk wisata membutuhkan kesiapan teknis dan manajerial dari pelaku usaha.

Selain persoalan modal dan standardisasi, promosi juga menjadi kendala yang cukup menonjol. Produk kuliner lokal masih lebih banyak dikenal melalui hubungan sosial masyarakat dan promosi dari mulut ke mulut. Penggunaan media digital belum dimanfaatkan secara optimal untuk memperkenalkan produk kuliner kepada wisatawan. Padahal, wisatawan masa kini cenderung mencari informasi destinasi, makanan, dan pengalaman wisata melalui media sosial atau platform digital. Oleh karena itu, keterbatasan promosi digital menyebabkan produk kuliner lokal belum memiliki visibilitas yang kuat di pasar wisata.

Hambatan lain yang ditemukan adalah belum adanya produksi massal dan keterbatasan legalitas usaha pada sebagian produk kuliner. Beberapa produk masih diproduksi berdasarkan permintaan harian atau kebutuhan tertentu, sehingga belum siap untuk dikembangkan sebagai bagian dari paket wisata yang berkelanjutan. Selain itu, penguatan aspek legalitas seperti izin usaha, label halal, dan kelayakan produk menjadi kebutuhan penting apabila kuliner lokal ingin masuk ke pasar yang lebih luas. Legalitas tidak hanya berfungsi sebagai syarat administratif, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pendampingan terhadap aspek legalitas usaha perlu menjadi bagian dari agenda pengembangan lanjutan.

Tabel 2. Hambatan dan Kebutuhan Penguatan Kuliner Lokal sebagai Produk Wisata

No.	Hambatan Utama	Dampak terhadap Pengembangan Wisata	Kebutuhan Penguatan	Aktor yang Perlu Dilibatkan
1	Permodalan terbatas	Produksi dan inovasi produk berjalan lambat	Akses pembiayaan mikro dan pendampingan usaha	Pemerintah, lembaga keuangan, komunitas UMKM
2	Standardisasi belum optimal	Kualitas produk belum konsisten	Pelatihan kualitas, kebersihan, penyajian, dan harga	Akademisi, dinas terkait, pelaku usaha
3	Promosi masih terbatas	Produk kurang dikenal wisatawan	Promosi digital, katalog kuliner, media sosial	Komunitas, media, pemerintah kelurahan
4	Pengemasan belum menarik	Nilai jual produk belum maksimal	Desain kemasan dan branding produk	Pelaku kreatif, akademisi, UMKM

No.	Hambatan Utama	Dampak terhadap Pengembangan Wisata	Kebutuhan Penguatan	Aktor yang Perlu Dilibatkan
5	Legalitas usaha belum merata	Produk sulit masuk pasar yang lebih luas	Pendampingan izin usaha, halal, dan keamanan pangan	Pemerintah, lembaga sertifikasi, pelaku usaha
6	Produksi massal belum tersedia	Produk belum siap mendukung paket wisata	Penguatan manajemen produksi dan jaringan pasok	Pelaku usaha, komunitas, pemerintah
7	Infrastruktur pendukung terbatas	Akses dan kenyamanan wisata belum optimal	Integrasi dengan fasilitas wisata dan rute kunjungan	Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan wisata

Sumber: diolah Penulis, 2026

Berdasarkan hambatan tersebut, dapat dipahami bahwa pengembangan kuliner lokal sebagai produk wisata membutuhkan pendekatan yang komprehensif. Masyarakat tidak cukup hanya didorong untuk memproduksi makanan khas, tetapi juga perlu diperkuat dalam aspek usaha, kelembagaan, pemasaran, dan legalitas. Pengembangan kuliner wisata juga membutuhkan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah kelurahan, akademisi, komunitas, media, dan sektor bisnis. Jika hambatan tersebut dapat diatasi secara bertahap, kuliner lokal Sekanak Raya berpeluang menjadi daya tarik wisata yang mampu memperkuat ekonomi masyarakat. Dengan demikian, hasil pengabdian ini memberikan dasar bagi penyusunan strategi intervensi yang lebih terarah.

3. Pemberdayaan Masyarakat melalui FGD dan Penguatan Kapasitas Pelaku Kuliner

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan menempatkan warga sebagai subjek utama dalam proses pengembangan kuliner wisata. Pendekatan ini dilakukan melalui sosialisasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan yang memungkinkan masyarakat menyampaikan pengalaman serta pandangan mereka. Proses ini penting karena masyarakat merupakan pihak yang paling memahami kondisi lokal, jenis kuliner yang berkembang, serta hambatan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui keterlibatan masyarakat, kegiatan pengabdian tidak hanya menjadi proses penyampaian materi, tetapi juga ruang dialog untuk menyusun gagasan bersama. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat menjadi inti dari pelaksanaan kegiatan.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pariwisata Perbatasan
Sumber: Tim PKM, 2026

FGD menjadi metode utama dalam menggali informasi mengenai kondisi kuliner lokal dan peluang pengembangannya. Melalui FGD, tim pengabdian memperoleh gambaran mengenai produk

kuliner yang dianggap potensial, kondisi pelaku usaha, kendala promosi, serta kebutuhan penguatan kapasitas. Forum ini juga membuka ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi tentang masa depan pariwisata lokal. Masyarakat tidak hanya menjadi peserta, tetapi juga berperan sebagai sumber informasi utama dalam proses pemetaan. Hal ini membuat hasil kegiatan lebih sesuai dengan kebutuhan dan realitas sosial masyarakat Sekanak Raya.

Dalam kegiatan FGD, pembahasan diarahkan pada hubungan antara kuliner lokal dan pariwisata maritim. Masyarakat diajak memahami bahwa kuliner dapat menjadi bagian dari pengalaman wisata, bukan sekadar produk konsumsi biasa. Pemahaman ini penting karena pengembangan wisata membutuhkan daya tarik yang tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga berbasis pengalaman, cerita, dan identitas lokal. Kuliner lokal dapat menjadi media untuk memperkenalkan kehidupan masyarakat kepulauan, sejarah interaksi budaya, dan kekhasan cita rasa daerah. Oleh karena itu, penguatan kapasitas masyarakat perlu dimulai dari perubahan cara pandang terhadap nilai strategis kuliner lokal.

Penyampaian materi dalam kegiatan pengabdian berfungsi sebagai proses transfer pengetahuan awal kepada masyarakat. Materi yang disampaikan menekankan pentingnya perencanaan wisata, potensi kuliner lokal, dan peran masyarakat dalam mengembangkan produk wisata berbasis komunitas. Dalam proses ini, masyarakat diberikan pemahaman mengenai perlunya pengemasan produk, promosi, standardisasi, dan kolaborasi antaraktor. Penyampaian materi juga menjadi titik awal untuk membangun kesadaran bahwa kuliner lokal memiliki nilai ekonomi dan budaya yang dapat dikembangkan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan partisipatif.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki keinginan untuk mengangkat kuliner lokal sebagai daya tarik baru dalam pengembangan pariwisata. Keinginan tersebut menjadi modal sosial yang penting karena menunjukkan adanya kesadaran masyarakat terhadap potensi wilayahnya. Namun, kesadaran tersebut perlu ditindaklanjuti dengan pendampingan yang lebih teknis, terutama dalam hal penguatan kualitas produk, legalitas usaha, dan strategi pemasaran. Tanpa pendampingan lanjutan, gagasan pengembangan kuliner dapat berhenti pada tahap wacana. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menjadi langkah awal untuk membangun arah pemberdayaan yang lebih konkret.

Pemberdayaan melalui FGD juga menghasilkan pemahaman bahwa pengembangan kuliner wisata tidak dapat dilakukan secara individual. Pelaku usaha membutuhkan jejaring yang dapat menghubungkan mereka dengan pemerintah, akademisi, media, dan sektor usaha. Kolaborasi ini diperlukan agar produk kuliner lokal dapat dipromosikan secara lebih luas dan memiliki dukungan kelembagaan yang memadai. Selain itu, kolaborasi dapat membantu masyarakat dalam menyusun paket wisata, membangun narasi produk, dan mengintegrasikan kuliner dengan atraksi wisata maritim. Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa FGD bukan hanya metode pengumpulan data, tetapi juga instrumen pemberdayaan dan penguatan jejaring masyarakat.

4. Arah Pengembangan Kuliner Lokal sebagai Produk Wisata Berbasis Masyarakat

Arah pengembangan kuliner lokal di Kelurahan Sekanak Raya perlu dimulai dari penguatan identitas produk. Setiap kuliner yang memiliki nilai khas perlu didokumentasikan, baik dari aspek nama, bahan baku, proses pembuatan, sejarah, maupun cerita lokal yang menyertainya. Dokumentasi ini penting agar kuliner tidak hanya dipromosikan sebagai makanan, tetapi juga sebagai bagian dari narasi wisata. Wisatawan cenderung tertarik pada produk yang memiliki cerita dan keterhubungan dengan budaya masyarakat. Oleh karena itu, penguatan narasi menjadi strategi awal untuk meningkatkan nilai produk kuliner lokal.

Selain penguatan identitas, strategi pengembangan juga perlu diarahkan pada peningkatan kualitas dan standardisasi produk. Pelaku usaha perlu didampingi dalam menjaga konsistensi rasa, kebersihan, penyajian, kemasan, dan pelayanan. Standardisasi tidak dimaksudkan untuk menghilangkan keaslian produk lokal, tetapi untuk memastikan bahwa produk dapat diterima oleh pasar wisata secara lebih luas. Produk kuliner yang memiliki kualitas konsisten akan lebih mudah dipromosikan dan

direkomendasikan kepada wisatawan. Dengan demikian, standardisasi menjadi bagian penting dari transformasi kuliner lokal menjadi produk wisata.

Arah pengembangan berikutnya adalah penguatan branding dan promosi digital. Kuliner lokal Sekanak Raya perlu memiliki identitas visual, nama produk yang mudah dikenali, serta informasi yang dapat diakses oleh calon wisatawan. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, katalog digital, video pendek, dan kerja sama dengan komunitas wisata. Strategi ini penting karena promosi digital mampu memperluas jangkauan pasar tanpa membutuhkan biaya yang terlalu besar. Dengan dukungan promosi yang tepat, kuliner lokal dapat dikenal tidak hanya oleh masyarakat sekitar, tetapi juga oleh wisatawan dari luar wilayah.

Pengembangan kuliner sebagai produk wisata juga perlu diintegrasikan dengan paket wisata maritim. Kuliner dapat menjadi bagian dari rute kunjungan, event lokal, kegiatan budaya, atau pengalaman wisata berbasis masyarakat. Integrasi ini akan membuat kuliner memiliki posisi yang lebih kuat dalam ekosistem pariwisata. Wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati pemandangan atau aktivitas maritim, tetapi juga memperoleh pengalaman mencicipi kuliner khas masyarakat setempat. Dengan demikian, kuliner lokal dapat memperpanjang durasi kunjungan dan meningkatkan belanja wisatawan di wilayah tersebut.



Gambar 3. Tim PKM dengan Pelaku Pariwisata Belakang Padang
Sumber: Tim PKM, 2026

Arah pengembangan yang tidak kalah penting adalah penguatan kelembagaan dan kolaborasi. Pemerintah kelurahan, pelaku UMKM, akademisi, media, dan komunitas wisata perlu membangun kerja sama yang lebih terstruktur. Pemerintah dapat berperan dalam memfasilitasi legalitas, pelatihan, dan infrastruktur pendukung. Akademisi dapat mendampingi proses pemetaan, pelatihan, dan evaluasi kegiatan. Sementara itu, media dan komunitas dapat membantu memperluas promosi produk kuliner. Kolaborasi lintas aktor ini menjadi kunci agar pengembangan kuliner tidak berjalan secara sporadis, tetapi memiliki arah yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kuliner lokal Sekanak Raya memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk wisata berbasis masyarakat. Potensi tersebut terlihat dari keberagaman kuliner, keterlibatan masyarakat, dan peluang integrasi dengan pariwisata maritim. Namun, pengembangan kuliner masih membutuhkan penguatan pada aspek modal, kualitas produk, legalitas, promosi, dan kelembagaan. Kegiatan pengabdian ini memberikan dasar awal bagi masyarakat dan pemangku kepentingan untuk menyusun strategi pengembangan kuliner yang lebih terarah. Dengan penguatan yang berkelanjutan, kuliner lokal dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi sekaligus identitas wisata Kelurahan Sekanak Raya.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pemetaan kuliner sebagai produk wisata di Kelurahan Sekanak Raya menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki potensi lokal yang cukup kuat untuk dikembangkan sebagai bagian dari pariwisata maritim berbasis masyarakat. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan berbagai kuliner khas yang hidup dalam praktik sosial dan ekonomi masyarakat, seperti Cendol Botak, Mie Lendir, Prata, Penaram, Laksmana Mengamuk, Rujak Buk Lak, serta olahan hasil laut yang merepresentasikan identitas kawasan kepulauan dan perbatasan. Kuliner lokal tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata yang membawa nilai budaya, pengalaman lokal, dan peluang ekonomi bagi masyarakat. Dengan demikian, pemetaan kuliner menjadi langkah awal yang penting untuk mengenali, mendokumentasikan, dan mengarahkan potensi masyarakat agar lebih terintegrasi dengan pengembangan destinasi wisata di Belakang Padang dan Kota Batam.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa pengembangan kuliner lokal sebagai produk wisata masih menghadapi sejumlah hambatan, terutama terkait keterbatasan permodalan, belum optimalnya standardisasi produk, lemahnya pengemasan, keterbatasan legalitas usaha, promosi yang belum maksimal, serta belum adanya pola produksi yang lebih terencana. Hambatan tersebut menyebabkan potensi kuliner masyarakat belum sepenuhnya mampu berkembang menjadi produk wisata yang kompetitif dan berkelanjutan. Melalui kegiatan sosialisasi, diskusi kelompok terarah, tanya jawab, dan pendampingan, masyarakat memperoleh ruang untuk mengidentifikasi masalah, menyampaikan pengalaman, serta merumuskan kebutuhan penguatan usaha. Proses ini membuktikan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan penting dalam mendorong perubahan cara pandang masyarakat terhadap kuliner lokal, dari sekadar aktivitas ekonomi rumah tangga menjadi bagian dari strategi pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa pengembangan kuliner sebagai produk wisata di Kelurahan Sekanak Raya memerlukan kolaborasi berkelanjutan antara masyarakat, pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan media. Arah pengembangan yang perlu diperkuat meliputi inventarisasi produk kuliner, penyusunan narasi dan identitas produk, peningkatan kualitas serta standardisasi, penguatan branding, promosi digital, pendampingan legalitas usaha, dan integrasi kuliner ke dalam paket wisata maritim. Jika strategi tersebut dilakukan secara konsisten, kuliner lokal Sekanak Raya berpotensi menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat sekaligus memperkuat citra Belakang Padang sebagai destinasi wisata maritim yang memiliki kekhasan budaya dan gastronomi lokal. Oleh karena itu, keberlanjutan program pendampingan menjadi penting agar hasil pengabdian tidak berhenti pada tahap pemetaan, tetapi berkembang menjadi aksi nyata dalam memperkuat ekonomi kreatif masyarakat perbatasan.

Ucapan terima kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Maritim Raja Ali Haji, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Mandiri ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kelurahan Sekanak Raya, Kecamatan Belakang Padang, Kota Batam, yang telah memberikan ruang kerja sama, dukungan administratif, serta kesempatan bagi tim pelaksana untuk melaksanakan kegiatan pemetaan kuliner sebagai produk wisata berbasis pemberdayaan masyarakat perbatasan.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada masyarakat, pelaku ekonomi kreatif, pelaku kuliner lokal, tokoh masyarakat, dan seluruh peserta kegiatan yang telah berpartisipasi aktif dalam proses diskusi, berbagi informasi, serta memberikan masukan mengenai potensi, kendala, dan peluang pengembangan kuliner lokal di Kelurahan Sekanak Raya. Partisipasi tersebut menjadi kontribusi penting dalam menghasilkan pemahaman yang lebih utuh mengenai kondisi kuliner lokal sebagai bagian dari pengembangan pariwisata maritim berbasis masyarakat. Seluruh dukungan dan keterlibatan pihak-pihak

tersebut bersifat fasilitatif dan tidak memengaruhi independensi pelaksanaan maupun hasil kegiatan pengabdian.

Daftar Pustaka

- Apak, Ö. C., & Gürbüz, A. (2023). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103192. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103192>
- Ataöv, A., Haliloğlu Kahraman, Z. E., & Osmay, S. (2022). Empowering the community through participation and action in historic neighbourhood conservation planning. *Frontiers of Architectural Research*, 11(3), 492–508. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2021.12.001>
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2022). Power in community-based tourism: Empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2352–2370. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838527>
- Fernández, M., & Irimia-Diéguez, A. (2025). Links between food tourism and the local economy: A systematic literature review. *Sustainable Futures*, 10, 100959. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.100959>
- Gutierrez, E. L. M. (2023). Re-examining the participation and empowerment nexus: Applications to community-based tourism. *World Development Perspectives*, 31, 100518. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2023.100518>
- Han, S., Olya, H., Kim, M. J., & Kim, T. (2024). Generative-based community sustainable tourism development: From conceptualization to practical framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 61, 34–44. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.009>
- Lapuz, M. C. M. (2023). The role of local community empowerment in the digital transformation of rural tourism development in the Philippines. *Technology in Society*, 74, 102308. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102308>
- Makkonen, T., & Williams, A. M. (2024). Cross-border tourism and innovation system failures. *Annals of Tourism Research*, 105, 103735. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103735>
- Mayaka, M., Croy, W. G., & Cox, J. W. (2019). A dimensional approach to community-based tourism: Recognising and differentiating form and context. *Annals of Tourism Research*, 74, 177–190. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.002>
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- Prokkola, E.-K. (2024). Multilayered borders as a method for studying tourism destination development: A case of northern European border regions. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/08865655.2024.2415026>
- Recuero-Virto, N., & Valilla Arróspide, C. (2024). Culinary destination enchantment: The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100931. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100931>
- Ruiz-Ballesteros, E. (2023). What community for community-based tourism? *Current Issues in Tourism*, 26(16), 2664–2677. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2091982>
- Ruiz-Ballesteros, E., & González-Portillo, A. (2024). Limiting rural tourism: Local agency and community-based tourism in Andalusia (Spain). *Tourism Management*, 104, 104938. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104938>
- Stalmirska, A. M. (2024). Local food in tourism destination development: The supply-side perspectives. *Tourism Planning & Development*, 21(2), 160–177. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1928739>
- Su, X. (2024). Security, economy, and the touristification of borders. *Annals of Tourism Research*, 105, 103734. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103734>

- Thio, S., Kristanti, M., & Sondak, M. R. (2024). The role of food consumption value and attitude toward food on behavioral intention: Culinary tourist behavior in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2371985. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2371985>
- Wani, M. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2024). Can consumption of local food contribute to sustainable tourism? Evidence from the perception of domestic tourists. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 31(2), 163–178. <https://doi.org/10.1080/13504509.2023.2262950>
- Yang, S., Liu, Y., & Xu, L. (2024). The effect of food tourism experiences on tourists' subjective well-being. *Heliyon*, 10(3), e25482. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25482>
- Yeboah, R., & Ashie, D. (2024). Promotion of local food as tourism product in the Cape Coast Metropolis: An explorative research. *Heliyon*, 10(24), e40950. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40950>