

## POTENSI KOTA MAKASSAR SEBAGAI KOTA WISATA KULINER MENUJU MAKASSAR KOTA KREATIF

Ainun Jariyah<sup>1\*</sup>, Romansyah Sahabuddin<sup>2</sup>, Muhammad Rakib<sup>3</sup>, Najamuddin<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Pendidikan Ekonomi, Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar

### ABSTRACT

*This study aims to determine what culinary potentials can be developed in supporting the city of Makassar as a culinary tourism city, the obstacles in developing culinary tourism, and the role of culinary tourism in supporting the city of Makassar towards a creative city. This research is a qualitative descriptive research using observation, interview and documentation data collection techniques. The data analysis technique used is descriptive qualitative analysis in the form of data reduction, data presentation and conclusion. The results showed that the potential of the city of Makassar to become a culinary tourism city includes culinary development that represents Makassar's character, the development of traditional culinary/restaurant communities, the use of local raw materials and unique cooking techniques by culinary entrepreneurs, the availability of traditional food markets and industries, the tradition of organizing culinary promotion activities, culinary centers, and educational centers specializing in creative fields. Obstacles include low standards of human resource management and service to consumers, inadequate facilities and infrastructure, and an unhealthy business climate. The role of culinary tourism in supporting the city of Makassar to become a creative city is as the main engine for the creative industry in the culinary sector and the spearhead of the development of the creative economy so that it can accelerate the achievements of the National Economic Recovery program.*

**Keywords (bold, italic):** Creative City; Culinary Tourism City; Makassar City Potential.

#### Article history:

Received: 14 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 30 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.5646>

E-mail corresponding author:  
[ainunmaray@gmail.com](mailto:ainunmaray@gmail.com)

PENERBIT:  
UNITRI PRESS  
Jl. Telagawarna, Tlogomas-  
Malang, 65144, Telp/Fax:  
0341-565500

## PENDAHULUAN

Dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi, terutama di masa otonomi daerah, sektor pariwisata memainkan peran kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi setiap daerah. Hal ini karena pariwisata dianggap sebagai salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang signifikan. Selain berperan sebagai penyumbang pendapatan bagi negara dan daerah, pariwisata juga dianggap sebagai alat untuk mengurangi tingkat pengangguran, selain menjadi motor penggerak utama dalam perekonomian. Dalam perekonomian nasional, ia menjadi sektor yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa (Aliansyah & Hermawan, 2019), yang berdampak baik pada menguatnya mata uang rupiah dan mampu mendorong terciptanya kegiatan ekonomi berkelanjutan seperti pengembangan industri perhotelan, rumah makan, jasa transportasi dan sebagainya yang akhirnya mampu menciptakan lapangan kerja baru, bahkan bertambahnya daya beli baru.

Terkait peran penting industri pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi, UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural*) memperkenalkan *Creative City Network* (CCN) atau Program Kota Kreatif pada tahun 2004. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkuat proses penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi produk serta jasa budaya di tingkat lokal. Fokus program ini khususnya adalah mengekspresikan kreativitas, terutama di kalangan kelompok yang rentan seperti perempuan dan anak muda. Selain itu, tujuan program ini mencakup peningkatan akses dan partisipasi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk apresiasi terhadap produk budaya, serta integrasi industri kreatif dan budaya ke dalam strategi pengembangan lokal (Burhan, 2017). Setiap tahun UNESCO menetapkan kota-kota di dunia sehingga selanjutnya dinobatkan sebagai kota-kota kreatif, termasuk beberapa yang ada di Indonesia seperti Pekalongan di tahun 2014 (Andriani et al., 2020), Bandung di tahun 2015 (Rahayu & Sugiarto, 2016), Ambon di tahun 2019 dan Jakarta di tahun 2021 (Rosa, 2022). Kota-kota ini dipilih karena dianggap memiliki tingkat kreativitas yang menjadi landasan utama bagi perekonomian masyarakatnya. Mereka berupaya membangun dan mengembangkan iklim kreatif kota, terutama dalam sektor ekonomi kreatif, dalam berbagai kategori yang telah ditetapkan oleh UNESCO. Kategori-kategori tersebut mencakup literatur, film, musik, kerajinan, desain, media, dan gastronomi (Burhan, 2017).

Pengembangan sektor pariwisata di berbagai bidang di Indonesia memiliki potensi besar untuk menciptakan banyak kota wisata dan kota kreatif di tanah air. Sebagai contoh, Kota Makassar, sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Selatan, memiliki kekuatan khusus sebagai kota bersejarah yang juga memamerkan keindahan alam, seperti panorama pantai Losari yang terkenal dan sedang dalam tahap pengembangan. Kota Makassar, yang berfungsi sebagai pusat pemerintahan Sulawesi Selatan, termasuk kota besar di Indonesia wilayah timur, berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan jumlah wisatawan di Sulawesi Selatan. Kontribusi ini tak terlepas dari pengaruh letak geografisnya dan statusnya sebagai kota bisnis terbesar kelima di Indonesia, dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Makassar terus melakukan berbagai upaya promosi, memosisikan diri sebagai tujuan wisata unggulan yang menggabungkan pesona pesisir, kekayaan budaya, sejarah, dan layanan wisata konvensi atau MICE: *Meeting, Incentive, Conference, Exhibition* (Wasilah & Hildayanti, 2019). Ketersediaan akses internasional melalui Bandar Udara Sultan Hasanuddin juga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, baik dari mancanegara maupun lokal, dengan

tingkat pertumbuhan yang signifikan. Salah satu upaya pengembangan pariwisata kota Makassar adalah melalui peningkatan event-event pariwisata.

Perkembangan pariwisata di suatu daerah tercermin dalam jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun, demikian pula dengan kota Makassar. Mengutip hasil analisis yang dilakukan Bidang Promosi dan Pemasaran dari Dinas Pariwisata Kota Makassar pada tahun 2019 tingkat kunjungan wisatawan nusantara (domestik) ke kota Makassar dari tahun 2016 sampai tahun 2019 cenderung meningkat dan di tahun 2019 mencapai 4.949.331 wisatawan. Sementara perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara juga memperlihatkan progress yang baik. Jumlah wisatawan mancanegara yang tiba di kota Makassar dalam kurun waktu dari tahun 2016 sampai 2019 yang terbanyak adalah di tahun 2019, mencapai 111.147 wisatawan. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat wisatawan mancanegara untuk mengeksplorasi lebih dalam destinasi-destinasi yang unik maupun destinasi wisata yang baru di kota Makassar dan sekitarnya. Di samping itu faktor lain yang juga mempengaruhi minat para wisman adalah dengan adanya penyelenggaraan kegiatan seperti perhelatan event-event berskala internasional seperti F8 Makassar serta Makassar sebagai kota destinasi bagi tenaga kerja-tenaga kerja asing yang bekerja di sektor tambang.

Peningkatan minat dari wisatawan mancanegara maupun nusantara perlu dimanfaatkan secara optimal dengan menawarkan destinasi-destinasi wisata yang lebih unik dan menarik. Ini mencakup tidak hanya destinasi alam, budaya, dan sejarah, tetapi juga potensi kuliner khas daerah sebagai daya tarik wisata. Khususnya, wisata kuliner saat ini memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, karena menawarkan pengalaman yang lebih khusus dan autentik saat mengunjungi suatu daerah. Potensi wisata kuliner sangat menarik untuk dikembangkan, dan dapat menjadi bagian dari agenda pemerintah setempat, karena jenis wisata ini menekankan pada keberagaman makanan, kepuasan rasa, dan keunikan setiap hidangan. Keanekaragaman kuliner khas di kota Makassar, seperti *Coto Makassar*, *Pisang Epe*, *Sop Konro*, *Pallubasa*, *Sop Saudara*, *Sarabba*, *Jalangkote*, *Baroncong*, *Sanggara Balanda*, dan *Barongko* (Hasan et al., 2018), membuat kuliner di kota Makassar memuat potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dalam rangka sebagai penunjang dalam mengembangkan potensi wisata kuliner bagi para wisatawan lokal dan wisatawan asing yang berkunjung ke Sulawesi Selatan, khususnya kota Makassar.

Penelitian pada bidang pariwisata di wilayah Makassar sudah banyak dilakukan. Di antaranya adalah penelitian pada strategi pengembangan pariwisata (Hatta et al., 2019; Latief, 2021; Nurdin, 2016), promosi pariwisata (Adiputrie & Adriyanto, 2017; Aini et al., 2020; Bhahri, 2021; Muchtar & Kahar, 2018; Rohana & Sri Wahyuni, 2019), kebijakan pariwisata (Meganingratna et al., 2021), dan pemberdayaan masyarakat (Apung Massiseng & Ummung, 2019; Purnamasari, 2011). Peneliti melihat bahwa penelitian-penelitian terdahulu di atas belum ada yang mengkaji pariwisata kota Makassar dari sektor wisata kuliner, termasuk makanan tradisional. Makanan tradisional adalah menu makanan khas yang telah berkembang sejak lama dan membudaya secara spesifik dalam kehidupan bermasyarakat suatu daerah. Menikmati menu khas suatu daerah dalam suatu perjalanan wisatapun akan mengangkat citra dari daerah itu sendiri. Demikian juga halnya di kota Makassar yang memiliki tradisi budaya yang tinggi serta keanekaragaman makanan tradisional maupun makanan yang sudah tersentuh modernisasi diharapkan berkontribusi bagi pembentukan kota kreatif yang berbasis pada pengembangan ekonomi kreatif dengan bidang kuliner sebagai salah satu daya tarik wisata

baru. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengkaji potensi kota Makassar sebagai kota wisata kuliner menuju Makassar kota kreatif, dengan tujuan mengetahui apa saja potensi kuliner yang dapat dikembangkan dalam mendukung kota Makassar sebagai kota wisata kuliner, hambatan-hambatan dalam pengembangan wisata kuliner, dan bagaimana peran wisata kuliner dalam mendukung kota Makassar menuju kota kreatif.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Penelitian deskripsi kualitatif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan suatu fenomena, seperti situasi dan kondisi dengan hubungan yang ada, pendapat-pendapat yang berkembang, akibat atau efek yang terjadi, dan sebagainya (Rusandi & Rusli, 2021). Adapun Penelitian eksploratif bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan menghasilkan ide-ide baru terkait suatu gejala tertentu. Tujuan utamanya adalah mendeskripsikan fenomena sosial dan menjelaskan mekanisme terjadinya fenomena tersebut. Proses ini dapat membantu merumuskan masalah secara lebih terperinci atau mengembangkan hipotesis untuk penelitian lebih lanjut (Mudjiyanto, 2018). Lokasi penelitian adalah lingkup kota Makassar, ibukota propinsi Sulawesi Selatan.

Sumber data utama dalam penelitian ini meliputi pelaku usaha kuliner kota Makassar, pembina PPJI (Perkumpulan Penyelenggara Jasa Boga Indonesia) kota Makassar, koordinator Organisasi ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Agencies*), pengusaha travel dan tour guide, dan konsumen wisata kuliner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah: (1) reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih terfokus dan memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya, serta membantu dalam pencarian informasi tambahan jika diperlukan, (2) penyajian data. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan pemberian bagan, uraian singkat, serta hubungan antar kategori, dan (3) penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal bersifat sementara, bisa berubah jika tidak didukung oleh bukti-bukti yang kuat selama tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut menjadi kredibel (Sugiyono, 2014)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam terhadap sumber-sumber yang dianggap perlu terkait dengan masalah penelitian yang sedang dilakukan, peneliti mengidentifikasi dan menemukan potensi-potensi yang perlu dikembangkan, dan hambatan-hambatan yang dihadapi maupun peranan wisata kuliner dalam mendukung Kota Makassar menjadi kota wisata kuliner menuju Makassar kota kreatif.

### **1. Potensi Kota Makassar sebagai Kota Wisata Kuliner**

Dalam program CNN: *Creative City Network* sebagai salah satu program dari UNESCO ada beberapa indikator yang harus dipenuhi oleh sebuah kota yang hendak menjadi kota gastronomi. Berdasarkan hasil pengamatan, wawancara dan dokumentasi, peneliti menemukan

bahwa kota Makassar syarat dengan beragam potensi sebagai kota wisata kuliner sebagaimana indikator-indikator dari CCN tersebut. Potensi-potensi tersebut adalah:

a. Perkembangan kuliner yang merepresentasikan karakter wilayah kota Makassar

Sejak tahun 2019, pemerintah kota Makassar telah mengarahkan upaya menuju pengakuan sebagai kota kuliner dunia. Meskipun sektor kuliner memiliki potensi yang sangat menjanjikan, Kota Makassar masih perlu memenuhi syarat tertentu untuk mendapatkan gelar kota kuliner dunia. Selain memperhatikan cita rasa dan keaslian, kuliner Makassar juga harus mengakomodasi aspek budaya dan sejarah. Sebagai contoh, *Coto Makassar*, yang merupakan hidangan lokal utama kota Makassar, tidak hanya perlu menonjolkan cita rasanya, tetapi juga harus dipahami dari segi konteks budaya dan sejarah, seperti tradisi konsumsinya pada pagi hari dan sejarahnya yang terkait dengan prajurit. Menurut Kepala Dinas Pariwisata (Kadispar) Kota Makassar, Kamelia Thamrin Tantu, penilaian UNESCO tidak hanya berfokus pada menu kuliner, melainkan juga mempertimbangkan aspek sejarahnya. Oleh karena itu, kedatangan wisatawan diharapkan tidak hanya untuk menikmati rasa makanan, tetapi juga untuk merasakan dan memahami sejarah di balik setiap hidangan. Pendekatan ini dapat diperkuat dengan mengunjungi situs-situs bersejarah di Kota Makassar (Sehe, 2019).

Industri kuliner tersebar di seluruh kecamatan Kota Makassar dengan persentase yang berbeda-beda dimana sebaran terbanyak berada di wilayah Kecamatan Biringkanaya yaitu sebesar 16 persen. Kota Makassar sebagai pintu gerbang utama kawasan Indonesia timur tumbuh dan berkembang beriringan dengan pertumbuhan ekonomi masyarakat termasuk usaha dalam industri makanan dan minuman yang terlihat tumbuh secara signifikan. Pertumbuhan usaha ini terus berkembang dengan pesat mulai dari konsep dengan skala kecil yang berawal dari produksi rumahan secara kecil-kecilan hingga memiliki toko kuliner serta rumah makan. Aktifitas kegiatan usaha kuliner sangat mudah dijumpai karena tersebar hampir di berbagai sudut kota seluruh wilayah kota Makassar, baik di jalan kolektor maupun di ruas-ruas jalan lokal. Bahkan menu-menunya masuk di hotel dan restoran serta rumah makan yang tersebar di seluruh wilayah kota Makassar.

b. Perkembangan komunitas kuliner dan restoran-restoran tradisional yang di dalamnya memanfaatkan media sosial dan teknologi digital

Dinas Pariwisata Kota Makassar berinovasi dengan menghadirkan beberapa aplikasi, yaitu aplikasi *Smart Tourism*, aplikasi *Turatea* dan aplikasi *Karaeng* yang diharapkan menjadi upaya mengembangkan pariwisata guna mendukung program Makassar Kota *Metaverse* atau *Makaverse* yang disinyalir mampu menjadi solusi dalam permasalahan big data Dinas Pariwisata. Aplikasi *Turatea (Tourism Labour Intergrated Data)* adalah aplikasi yang memonitor sertifikasi kompetensi pekerja industri pariwisata. Sedangkan Aplikasi *Karaeng* untuk big data pelaku ekonomi kreatif berfungsi untuk memetakan dan mengidentifikasi subsektor ekonomi kreatif (ekraf) potensial di kota Makassar. Menurut data *Karaeng* ternyata dari 17 sub sektor kreatif yang ada di kota Makassar masih didominasi subsektor kuliner, sub sektor kriya, subsektor fashion, dan subsektor film. Kiprah para pelaku ekonomi kreatif di kota Makassar juga ditopang dengan munculnya berbagai komunitas yang membuat keberadaan para pelaku ekraf semakin kuat dan eksis. Khusus sektor kuliner terdapat beberapa komunitas antara lain: CCBC (*Celebes Cooking and Baking Community*), *Halal Corner* Makassar, *Makassar Cooking Club*, komunitas partner Go-Food (KOMPAG), *Natural Cooking Club* (NCC), Jangkrik Kuliner, Indonesian FOOD Blogger (IDFB), Negeri Rempah, dan

Jalansutra, yang mana beberapa komunitas tersebut juga telah dilaporkan dalam laman berita elektronik (Setia, 2018). Selain komunitas terdapat juga beberapa akun media sosial tempat para pelaku usaha kuliner bergabung secara online misalnya akun media instagram yang bisa di follow untuk menjelajahi kuliner di Kota Makassar antara lain @jajanan\_makassar, @cerita\_kulinerku, @kuliner\_makassar, @nganre\_rong, @makan2mks\_, @mistermakan\_mks (Pranata, 2021).

c. Penggunaan bahan baku lokal dalam proses memasak tradisional

Selain kekayaan bahari daerah Sulawesi Selatan khususnya Kota Makassar memiliki banyak potensi alam hayati yang beraneka ragam, tanah pertanian yang subur yang ada di daerah Sulawesi Selatan menunjang hobi memasak yang dimiliki pelaku usaha kuliner sehingga mereka sepertinya tidak terlalu mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku. Pengusaha kuliner di kota Makassar cenderung menggunakan bahan baku yang sudah tersedia tanpa harus mencari di luar wilayah Sulawesi terlebih lagi ada beberapa bahan baku yang tidak bisa ditemukan di semua wilayah Indonesia dan hanya ada di daerah Sulawesi misalnya tanaman Sagu sebagai bahan dasar pembuatan Kapurung.

d. Sejarah dan teknik memasak tradisional yang unik dan masih lestari di tengah perkembangan industri dan teknologi

Ada banyak kekayaan kuliner kota Makassar dengan berbagai macam pula tehnik dan cara mengolahnya yang menjadikannya unik misalnya *Coto Makassar* yang diolah dengan perpaduan empat puluh jenis bumbu lokal yang dimasak dengan daging sapi kelezatannya sangat lengkap jika disajikan dengan ketupat, kemudian ada *Sop Saudara* yang tidak berbeda jauh dengan *Coto Makassar* keduanya berbahan baku yang sama yaitu daging sapi dan perbedaannya ada pada kuah, kuahnya *Sop Saudara* ditambahkan bihun dan perkedel kentang serta menambahkan susu untuk memberi sensasi manis. Selanjutnya ada *Pallubasa* yang merupakan makanan berkuah lainnya yang sepiintas terlihat sama dengan *Coto Makassar* namun sebenarnya keduanya sangat berbeda, dimana letak perbedaannya ada pada proses memasaknya. Jeroan untuk *Pallubasa* dimasak dalam waktu yang lama disamping itu pada kuah *pallubasa* ditambahkan kelapa parut yang disangrai. Sementara untuk olahan ikan terdapat juga menu *Lawar* yaitu olahan lauk dengan bahan dasar ikan teri. Yang membuatnya istimewa *Lawar* ini sering disebut mirip dengan *sashimi*, olahan kuliner laut ala Jepang. Keunikan *lawar* ada pada cara pembuatannya, ikan teri segar yang sudah dibersihkan dan harus direndam dalam air yang sudah dilarutkan dengan cuka, dan masih banyak lagi keunikan-keunikan sajian menu lain dari kuliner yang ada di kota Makassar. Keunikan-keunikan dan pengetahuan tehnik memasak ini tetap bertahan ditengah perkembangan teknologi dan alat-alat masak modern.

e. Tersedianya pasar tradisional dan industri makanan tradisional

Jumlah sarana perdagangan di kota Makassar cukup bervariasi. Pada tahun 2021 sarana perdagangan yang ada di kota Makassar antara lain pasar sebanyak 18 unit, toko sebanyak 421 unit, dan kios sebanyak 8.522 unit. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi menu-menu kuliner khas di Kota Makassar seperti yang terlihat pada tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Daftar Kuliner Khas Kota Makassar**

Makanan Khas Utama	Aneka Sup Khas Makassar	Panganan/Kue Tradisional	Aneka Minuman Khas
Ikan Bakar Parape'	Coto Makassar	Barongko	Sarabba
Toppa Lada	Sop Saudara	Pisang Epe'	Jus markisa
Ayam Gagape'	Sop Konro	Pisang Ijo	JusTerong Belanda
Sate Makassar	Pallubasa	Cendolo	Es Kelapa Muda
Juku' Pallumara	Barobbo	Sanggara' Belanda	Es Pallu Butung
Pallu Kaloa	Kapurung	Cucuru' Bayao	
Konro Bakar	Mie Kering	Bolu Peca'	
Juku Pallu Ce'la		Jalangkote	
Bebek Palekko'		Bikang Doang	
Ikan Bandeng Bakar		Lumpia Makassar	
		Gogoso'	

Sumber : Hasil Olahan Data Observasi 2022

Di samping menu-menu khas beberapa rumah makan dan restoran juga telah melakukan adaptasi menu dengan mengkolaborasi menu-menu tradisional dengan varian yang lebih modern, misalnya *pisang ijo Perancis*, *ayam mozarella*, *Konro Bakar Premium*, ada *Seafood Bucket* dengan 4 pilihan saos. Sedangkan pada *Angkringan Haebong* tersedia menu-menu kekinian dengan bahan baku lokal seperti *Cimidang* (cimi-cimi udang), untuk jenis kue apang kekinian antara lain ada *Apang Ashiaap Keju*, *Apang Ashiaap Thor*, *Apang Ashiaap Halilintar*. Beberapa jenis Industri Kreatif Sektor Kuliner seperti aneka kue kering dan basah, *Yasmin Cookies*, kue tradisional, *Kue Bolu*, *Kripik Kulit Singkong*, *Jagung Marning Kacang*, *Apang Paranggi*, kuliner tradisional *Kapurung*, *Chips Burger*, *UD Arios*, *Catering*, usaha roti, pabrik mie, usaha es krim, pabrik tahu, *Markisa/Abon/dodol*, *Abon Ikan Lele/Gabus*, *Kue Putu*, *Jhiyara Chocolate*, *Alif ain Bakery*, *Es putar Bun-Bun*, *Olahan rumput laut*, olahan ikan, *Kue Bolu*, keripik rumput laut, *Kacang sembunyi*, *Bakso Ikan lele*, *Nugget Lele*, *Abon Ikan Lele/Gabus*, *Kue Baruasa*, *Kue palu*, pembuat tempe, *Makassar Bakery*, *Abon ikan Telur*, *Kerupuk Cumi* dan *Abon Ikan segar*, *Sayur Jadi*, *Lombok Tumis*, *Tahu Isi Gila*, *Bubur Manado*, *Sarabba*, *Sop Ubi*, *Pisang Peppe*, aneka coklat, dan lain-lain.

f. Tradisi penyelenggarakan festival, even dan pameran tematik serta kegiatan promosi kuliner lainnya

Pemerintah Kota Makassar menggalakkan event-event nasional maupun internasional, salah satunya sejak tahun 2016 kota Makassar menggelar event yang dikenal dengan F8 yang pertama kali “*Makassar International Eight Festival In The World*” yang terdiri dari *Food*, *Fashion*, *Fiction Writers and Font*, *Film*, *Fine Art*, *Flora Dan Fauna*, *Fusion Music*, and *Folks*. Pelaksanaan F8 yang kedua di tahun 2017, dilaksanakan selama 5 hari dilaksanakan pemerintah melalui kementerian pariwisata, hingga even tersebut dinobatkan sebagai even nasional. Dan di tahun 2018 F8 digelar untuk ketiga kalinya. Di tahunnya yang ketiga F8 Makassar telah masuk sebagai salah satu dari *100 Wonderful Events* Pesona Indonesia. Pada tahun 2022 Festival F8 kembali digelar di Kota Makassar dengan dilaksanakan selama lima hari tersebut berlangsung sukses dengan pengunjung mencapai 500 ribu orang (Makassarmetro, 2022). Dukungan pemerintah kota Makassar, salah satunya melalui Dinas Pariwisata Kota Makassar Pemerintah merangkul berbagai lembaga dan komunitas yang terlibat langsung dengan industri kuliner misalnya mengadakan berbagai event pameran dan festival kuliner tematik yang mulai diagendakan oleh *Nipah Park* Kota Makassar sejak bulan Mei 2022 yang memperkenalkan

khas antar budaya dan mendorong pembangunan ekonomi kreatif dan kegiatan festival kuliner menjadi salah satu bagian pendukung program Dinas Pariwisata Kota Makassar.

g. Pusat-pusat kuliner sebagai upaya pelestarian lingkungan dan pemanfaatan produk lokal

Meskipun masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah kota Makassar sudah mengenal dan sering menikmati berbagai kuliner di wilayah tempat tinggal mereka namun tidak pernah merasa bosan menikmati kuliner di pusat-pusat kuliner kota Makassar, bahkan menjadi agenda keluarga bagi sebagian besar masyarakat kota Makassar. Selain menikmati bersama keluarga di pusat-pusat kuliner tertentu sering menjadi tujuan refreshing anak-anak muda khususnya anak-anak perantau yang sedang menimba ilmu atau kuliah di *Kota Daeng* ini karena dari segi harga juga sangat bersahabat bagi kantong mahasiswa. Sementara untuk menikmati kuliner ini ada beberapa destinasi pusat kuliner yang sering direkomendasikan untuk tamu wisatawan mancanegara terutama untuk tamu yang datang dengan rombongan. Keanekaragaman menu kuliner yang tersedia menjadi daya tarik tersendiri untuk selalu ingin menikmati dengan mencobanya, yang dalam hal ini dibutuhkan kejelian, keterampilan serta kesabaran terutama bagi para pelaku usaha travel maupun *tour guide* dalam menganalisa selera serta melayani kebutuhan para tamu wisatawan baik wisatawan lokal terlebih lagi wisatawan mancanegara. Tentunya itu bukanlah sesuatu yang mudah karena kepuasan dan kenyamanan para tamu wisatawan tersebut harus diutamakan.

h. Tersedia Pendidikan Tinggi, Sekolah Kejuruan, dan pusat pendidikan lainnya yang mengkhususkan diri di bidang kreatif.

Faktor sumber daya manusia dan faktor sumber daya alam merupakan faktor fundamental dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat. Oleh sebab itu, kebijakan pemerintah dalam hal penyediaan ruang maupun fasilitas sangat dibutuhkan salah satunya ketersediaan sumber daya manusia, upaya meningkatkan sumber daya manusia yang memiliki kreativitas salah satunya pemerintah kota Makassar menyediakan sekolah menengah atas atau kejuruan hingga perguruan tinggi-perguruan tinggi yang mengkhususkan diri di bidang kreatif, sehingga lulusan melahirkan lulusan yang profesional dalam bidang kreatif. Dengan dukungan sumber daya manusia dan sumber daya alam dan mineral akan semakin memperkuat peluang khususnya lulusan atau putra-putri Kota Makassar dalam menciptakan nama brand yang nantinya dapat menjadi simbol kemandirian Kota Makassar, seperti memperkenalkan ekonomi kreatif yang berbasis pada budaya lokal kota Makassar.

## **2. Hambatan-hambatan dalam Pengembangan Wisata Kuliner di Kota Makassar**

Perkembangan wisata kuliner di kota Makassar khususnya bagi pelaku usaha wisata kuliner menemui beberapa hambatan/kendala. Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan wisata kuliner di Kota Makassar menurut hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, antara lain:

a. Standar Manajemen Sumber Daya Manusia dan pelayanan terhadap konsumen yang masih rendah.

Faktor pelayanan terhadap para penikmat atau konsumen kuliner di kota Makassar juga harus menjadi perhatian penting dari pihak pengusaha, karena para konsumen pada umumnya berasal dari berbagai kalangan khususnya untuk wilayah domestik terlebih lagi untuk para wisatawan mancanegara dimana mereka sangat memperhatikan faktor pelayanan, kebersihan, maupun higienitas sarana maupun prasarana tempat yang mereka datangi. Hal ini tentu saja

berhubungan dengan standar yang diterapkan oleh pelaku usaha maupun sumber daya manusia yang menjadi tenaga kerja atau karyawan dimana faktor latar belakang pendidikan sangat mempengaruhi pengetahuan akan sikap, penyajian makanan maupun pelayanan terhadap konsumen. Dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang peneliti temukan dilapangan dapat diketahui bahwa beberapa tenaga kerja yang direkrut oleh pengusaha kuliner tidak atau belum mendapatkan pendidikan maupun pelatihan khusus, artinya para karyawan atau tenaga kerja bekerja tanpa memiliki kualifikasi pendidikan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya. Dan hal ini cenderung memberi kesan yang kurang positif terlebih lagi jika sebuah rumah makan itu ingin direkomendasikan untuk wisatawan mancanegara. Sementara standar kelayakan pelayanan meliputi aspek-aspek penyajian makanan dan minuman, pembayaran dan penanganan keluhan tamu (Rakib & Arifin, 2018).

b. Standar Manajemen yang masih lemah

Standar manajemen mencakup penyimpanan dan penyajian makanan serta minuman yang memenuhi persyaratan kebersihan dan sanitasi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Selain itu, standar ini memerlukan adanya sertifikat kepatuhan terhadap standar kebersihan dan sanitasi restoran yang sesuai dengan regulasi perundang-undangan. Penerapan standar manajemen juga melibatkan penggunaan bahan pembersih yang efektif untuk mengendalikan hama secara baik (Rakib & Arifin, 2018). Dari sisi produk, legalitas sebuah produk menjadi menjadi pintu pertama yang harus dilewati ketika produk tersebut ingin dihadirkan di sebuah pasar. Sebagian pengusaha khususnya sektor kuliner di Kota Makassar mungkin menganggapnya sepele dan tidak terlalu penting karena dianggap sudah saling percaya dengan para konsumen yang notabene sama-sama tinggal di daerah yang bisa dijamin kehalalan suatu produk. Padahal sebuah label sangat penting untuk menjamin kenyamanan dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan., asal pengakuan atas legalitas suatu produk bahkan menjadi syarat utama ketika seorang konsumen mengambil keputusan pembelian disamping faktor lain seperti kualitas dan higeinitas suatu produk. Demikian juga dengan adanya kebijakan di Indonesia tentang konsumsi daging impor tentu setelah melalui tahapan dan mekanisme uji produk dan sebagainya, faktor legalitas yang menjadi bukti otentik pengakuan terhadap suatu produk juga memiliki peran tersendiri selain memiliki nilai jual juga sebagai penjamin rasa aman dan nyaman bagi para konsumen dalam menikmati sebuah produk terutama yang berhubungan dengan makanan.

c. Sarana dan prasarana yang terdapat di sebagian besar destinasi wisata kuliner yang belum memadai

Untuk unsur sarana dan prasarana aspek-aspeknya meliputi area administrasi yang dilengkapi dengan perlengkapan dan peralatan, instalasi listrik dan instalasi air bersih yang sesuai dengan ketentuan dan perundang-undangan serta tempat penampungan sampah (Rakib & Arifin, 2018). Fasilitas utama yang dibutuhkan oleh para wisatawan adalah tersedianya fasilitas tempat mereka menikmati kuliner salah satunya adalah rumah makan yang nyaman dan memenuhi standar. Ada beberapa standarisasi tertentu yang harus di perhatikan dalam membangun usaha rumah makan yang terdiri dari berbagai aspek dan indikator-indikatornya yang telah ditetapkan dalam peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif. Terkait sarana dan prasarana tempat kuliner ini selain pelayanan juga ketersediaan beberapa fasilitas yang sangat mempengaruhi konsumen juga menjadi faktor yang tidak kalah pentingnya terutama dalam mempengaruhi keputusan konsumen mendatangi tempat tersebut. Berdasarkan hasil

observasi dan wawancara di lapangan, peneliti menyimpulkan bahwa penyediaan sarana dan fasilitas makanan dan minuman tentu saja tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari produk wisata misalnya toilet yang bersih dan mudah dijangkau, lahan parkir yang memadai. Tempat sampah yang cukup, faktor fasilitas penunjang lainnya walaupun masalah yang sederhana tidak boleh luput dari perhatian.

d. Iklim usaha yang kurang sehat

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan peneliti di lapangan, ada semacam budaya yang kurang baik yang tumbuh di kalangan para pengusaha kuliner di wilayah kota Makassar dimana sering dijumpai di satu titik muncul pelaku usaha yang menjual satu produk tertentu namun lama kelamaan bermunculan juga beberapa pengusaha lain menjual produk yang sama tanpa mengubah tampilan ataupun menambah unsur-unsur tertentu, yang membuatnya berbeda dengan kata lain tidak ada strategi pemasaran tertentu yang menjadi daya tarik produknya. Hal ini menjadi bibit persaingan dan menjadikannya tidak sehat dalam usaha.

Untuk mengatasi kendala-kendala ini diperlukan kerja sama dan sinergitas dari berbagai pihak baik pelaku usaha wisata kuliner, pemerintah maupun masyarakat. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut ada beberapa hal yang bisa ditempuh yaitu dengan meningkatkan dan memperkuat manajemen sumber daya manusia, meningkatkan kualitas pelayanan dan standar kebersihan tempat usaha, mengembangkan strategi Penataan tempat usaha agar bisa menyuguhkan sarana dan prasarana yang lebih memadai, serta mengupayakan legalitas produk.

### 3. Peranan Wisata Kuliner dalam mendukung Kota Makassar menuju Kota Kreatif

Sejak tahun 2014 Makassar merupakan salah satu kota yang menjadi titik wilayah pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia khususnya untuk Indonesia bagian Timur melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dengan demikian, kota Makassar berpeluang untuk dipromosikan ke UNESCO dengan program Makassar sebagai kota dunia. Program ini menuju obsesi bahwa Makassar lebih percaya diri menjadi lokomotif pariwisata di kawasan timur Indonesia. Ada beberapa bentuk upaya maupun capaian yang telah di jalankan dalam rangka mengembangkan pariwisata Kota Makassar yang peneliti himpun dari berbagai sumber antara lain:

- a. Makassar sebagai ibu kota propinsi Sulawesi Selatan ditetapkan sebagai salah satu dari 5 destinasi pariwisata nasional.
- b. Kota Makassar telah dicanangkan sebagai kota tujuan wisata MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) di kawasan timur Indonesia, dimana Kota Makassar termasuk salah satu dari 10 pelaksana MICE tersukses di Indonesia.
- c. Peningkatan penyelenggaraan even-event pariwisata yang mana telah memberi warna tersendiri dalam aspek "*Positioning*" dalam arti posisi strategi pasar wisata Kota Makassar.
- d. Pembangunan *Centre poin of Indonesia* dan wisata baharinya diharapkan menjadi perhatian internasional
- e. Mengadakan kerja sama dengan pihak Industri antara lain PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan ASITA (*Association of The Indonesian Tours And Agencies*) yaitu Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia, sekaligus peluncuran Makassar sebagai pintu gerbang pariwisata kawasan timur Indonesia.

- f. Pelaksanaan promosi melalui kerja sama dengan kabupaten atau kota di Sulawesi Selatan dan peluncuran kota Makassar sebagai *Living Room* atau kota keluarga bagi wisatawan lokal maupun asing

Saat ini, kuliner menjadi pilar utama bagi industri kreatif di Indonesia dan menjadi sub-sektor yang memberikan sumbangan terbesar pada Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif. Sub-sektor kuliner dianggap sebagai salah satu penopang penting dalam industri kreatif. Kota Makassar khususnya, menonjol dengan berbagai hidangan khas daerah yang dapat ditemui di berbagai bagian kota. Dalam perkembangannya, sektor kuliner di Kota Makassar telah mengalami peningkatan yang signifikan, menjadi salah satu motor penggerak ekonomi wilayah yang tumbuh dengan cepat dibandingkan dengan lokasi lain di Provinsi Sulawesi Selatan.

Kota Makassar memiliki basis sektor ekonomi yang kuat dan terkait erat dengan daerah sekitarnya. Keberhasilan pelaksanaan pembangunan ekonomi dapat dicapai jika pembangunan tersebut dilakukan secara sejalan dan sesuai dengan potensi yang dimiliki. Sub-sektor kuliner, dalam konteks ini, berkontribusi yang cukup besar karena mencapai 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner dianggap sebagai segmen penting dalam pengembangan ekonomi kreatif, yang diyakini dapat memberikan akselerasi dalam mencapai tujuan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).

Dengan berbagai upaya yang dilakukan dan capaian-capaian yang sudah diraih maka sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dimana di dalamnya sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan menjadi ujung tombak untuk mewujudkan visi kota Makassar sebagai kota dunia yang nyaman untuk semua yang mempunyai keanekaragaman sumber daya pariwisata untuk dapat dinikmati oleh para wisatawan yang tentu saja dengan berbagai pembenahan dan perbaikan yang masih perlu ditingkatkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian terhadap potensi kota Makassar sebagai kota wisata kuliner menuju Makassar kota kreatif maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut bahwa: (1) Potensi kota Makassar sebagai kota wisata kuliner menuju kota kreatif tercermin dari beberapa indikator, seperti berkembangnya kuliner yang menunjukkan karakter wilayah kota Makassar, berkembangnya komunitas kuliner dan restoran-restoran tradisional yang di dalamnya memanfaatkan media sosial dan teknologi dalam bertransaksi, pelaku usaha kuliner yang menggunakan bahan baku lokal dalam proses memasak tradisional, pelaku usaha kuliner memiliki teknik memasak tradisional yang unik yang masih dilestarikan di tengah perkembangan industri dan teknologi, tersedianya pasar tradisional dan industri makanan tradisional, adanya tradisi menyelenggarakan festival, even dan kegiatan promosi kuliner lainnya, tersedianya pusat-pusat kuliner di wilayah kota Makassar sebagai upaya pelestarian lingkungan dan pemanfaatan produk lokal, serta terdapat Pendidikan Tinggi, sekolah kejuruan, dan pusat pendidikan lainnya yang mengkhususkan diri di bidang kreatif, (2) Hambatan dalam pengembangan wisata kuliner di kota Makassar meliputi standar manajemen sumber daya manusia dan pelayanan terhadap konsumen yang masih rendah, standar Manajemen yang masih lemah, sarana dan prasarana yang terdapat di sebagian besar destinasi wisata kuliner yang belum memadai, serta adanya iklim usaha yang kurang sehat, dan (3) Wisata kuliner berperan penting dalam mendukung kota Makassar menjadi kota Kreatif. Kuliner saat ini

adalah mesin utama bagi industri kreatif di kota Makassar sebagai titik wilayah pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia bagian timur yang mana sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan. Industri kuliner merupakan salah satu segmen dari perkembangan ekonomi kreatif yang diyakini dapat mempercepat capaian program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Sehingga dengan berbagai upaya yang dilakukan dan capaian-capaian yang sudah diraih maka sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dimana di dalamnya terdapat sub sektor kuliner menjadi ujung tombak untuk mewujudkan visi kota Makassar sebagai kota dunia yang nyaman untuk semua yang memiliki keanekaragaman sumber daya pariwisata untuk dapat dinikmati oleh para wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputrie, L. A., & Adriyanto, A. R. (2017). Perancangan Photobook 10 Ikon Kuliner Makassar. *E-Proceeding of Art & Design*.
- Aini, W., Hijrah, H., & Suardi, S. (2020). Strategi Komunikasi Pramuwisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Makassar. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 130–135. <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.4664>
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Andriani, R., Astuti, W., & Putri, R. A. (2020). Peran Sentra Batik Kauman dan Pesindon Untuk Mencapai Kota Pekalongan Sebagai Kota Kreatif Kerajinan. *Desa-Kota*, 2(2), 203–216. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v2i2.31540.203-216>
- Apung Masiseng, A. N., & Ummung, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Ekowisata Mangrove Lantebung Melalui Program KKN PPM di Kota Makassar. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 153–161. <https://doi.org/10.31100/matappa.v2i2.454>
- Bhahri, S. (2021). E-Tourism Dalam Pengenalan Sektor Pariwisata Berbasis Android Di Kota Makassar. *E-Jurnal JUSITI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi)*, 10(1), 94–106. <https://doi.org/10.36774/jusiti.v10i1.824>
- Burhan, Z. (2017). Analisis Kebijakan Pemerintah Kota Makassar terkait Sektor Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya dan Potensi Pengembangannya dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Transformasi Global*, 4(2), 129–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jtg.v4i2.74>
- Hasan, M., Aswar, A., & Wijaya, I. B. (2018). Perancangan Katalog Kuliner Khas Kota Makassar. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 5(2), 98–103. <https://doi.org/10.26858/tanra.v5i2.7142>
- Hatta, M., Dinar, D., & Nasrullah, N. (2019). Model Strategi Pengembangan Desa Wisata Pulau Lakkang Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Makassar. *Jurnal Nusantara*, 2(2), 33–37.
- Latief, I. (2021). Penataan Kawasan Wisata Lakkang Berbasis Masyarakat. *JURNAL TEPAT : Applied Technology Journal for Community Engagement and Services*, 4(1), 1–10. [https://doi.org/10.25042/jurnal\\_tepat.v4i1.150](https://doi.org/10.25042/jurnal_tepat.v4i1.150)
- Makassarmetro. (2022). *Makassar F8 2022 Sukses, Pengunjung Capai 500 Ribu Orang*. <https://makassarmetro.com/2022/09/13/makassar-f8-2022-sukses-pengunjung-capai-500-ribu-orang>
- Meganingratna, A., Lubis, A., Aftaria, R., & Septian, A. (2021). Analisis Dampak Kebijakan Bebas Visa Kunjungan Singkat (BVKS) Terhadap Sektor Pariwisata di Kota Makassar. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(1), 80–92.

- <https://doi.org/10.35967/njip.v20i1.116>
- Muchtar, A., & Kahar, K. (2018). Iklan Pariwisata Kota “Visit Makassar 2016” (Karya Komunikasi). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 9–22.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 65–74. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>
- Nurdin, N. (2016). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Pulau Samalona, Makassar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3(1), 175–189. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2016.v03.i01.p12>
- Pranata, A. (2021). 7 Akun Instagram Ini Wajib Kamu Follow buat Jelajahi Kuliner Makassar. *Sulse.Idntimes.Com*. <https://sulse.idntimes.com/food/dining-guide/aanpranata/ingin-jelajahi-kuliner-makassar-7-akun-instagram-ini-kudu-kamu-follow>
- Purnamasari, A. M. (2011). Pengembangan Masyarakat Untuk Pariwisata di Kampung Wisata Toddabojo Provinsi Sulawesi Selatan. *Journal of Regional and City Planning*, 22(1), 49–64. <https://doi.org/10.5614/jpwwk.2011.22.1.4>
- Rahayu, T., & Sugiarto, R. (2016). Pemberdayaan Lokalitas Dan Kreativitas: Upaya Menuju Bandung Kota Kreatif. *ATRIUM Jurnal Arsitektur*, 2(2), 93–108. <https://doi.org/10.21460/atrium.v2i2.56>
- Rakib, M., & Arifin, M. (2018). Standardization of Small Businesses: A Feasibility Study of Restaurants in Enrekang Regency. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 8(1), 69–78. <https://doi.org/10.26858/jiap.v8i1.7847>
- Rohana, & Sri Wahyuni. (2019). Inventarisasi Potensi Wisata Pulau Berbasis Sistem Informasi Geografis (SIG) (Studi Kasus: Pulau-pulau Kecil Di Kota Makassar). *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(1), 29–33. <https://doi.org/10.32734/ee.v2i1.384>
- Rosa, N. (2022). 4 Kota Indonesia Masuk Daftar Kota Kreatif UNESCO, Ini Profilnya. *Detik.Com*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6268480/4-kota-indonesia-masuk-daftar-kota-kreatif-unesco-ini-profilnya>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sehe, M. (2019). Makassar Kejar Pengakuan Unesco sebagai Kota Gastronomi. *Makassar.Sindonews.Com*. <https://makassar.sindonews.com/berita/23515/2/makassar-kejar-pengakuan-unesco-sebagai-kota-gastronomi>
- Setia, D. (2018). Keren! 5 Komunitas Kuliner Ini Punya Ribuan Anggota. *Food.Detik.Com*. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4220930/keren-5-komunitas-kuliner-ini-punya-ribuan-anggota>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Wasilah, & Hildayanti, A. (2019). Pola Pergerakan Wisatawan Pada Kawasan Pariwisata Pantai Kota Makassar. *Jurnal Koridor*, 10(1), 27–34. <https://doi.org/10.32734/koridor.v10i1.1383>