

KULINER LOKAL DAERAH KEI OLAHAN PISANG SIANIDA (ENBAL) MENUJU INOVASI MODERN MELALUI PARIWISATA DI MALUKU TENGGARA

Susana Monica Jamlean¹, Tarto², Esti Setiawati³

¹²³ Program Magister Pendidika IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas PGRI Yogyakarta

¹jamleansuster@gmail.com

²tartosentono@gmail.com

³esti@upy.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi kuliner lokal berbahan dasar pisang beracun yang dikenal sebagai enbal di Kepulauan Kei sebagai sumber inovasi modern dalam pengembangan pariwisata kuliner. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan, observasi langsung, wawancara mendalam dengan pelaku usaha kuliner, tokoh adat, wisatawan, serta pihak pemerintah daerah yang terlibat dalam pengembangan sektor pariwisata. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik deskriptif dengan mengelompokkan temuan berdasarkan aspek budaya, ekonomi, sosial, dan promosi pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengolahan enbal yang dahulu hanya digunakan sebagai pangan subsisten kini memiliki peluang besar untuk diangkat sebagai produk unggulan berbasis wisata, dengan catatan dilakukan inovasi dari sisi teknik produksi, kemasan, dan strategi pemasaran. Kuliner ini memiliki daya tarik unik karena menggabungkan nilai tradisi, sejarah penyintas, serta potensi ekonomi kreatif yang tinggi jika dikelola secara terintegrasi. Temuan juga mengungkap bahwa masih terdapat hambatan berupa keterbatasan teknologi, akses pembiayaan, dan pengetahuan pemasaran digital di kalangan pelaku lokal. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi yang bersifat kolaboratif antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas dalam mengembangkan ekosistem pariwisata kuliner yang berkelanjutan di daerah Kei. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap perumusan strategi penguatan ekonomi lokal melalui transformasi kuliner tradisional menjadi produk wisata yang kompetitif.

Kata kunci : *enbal, kuliner lokal Kei, inovasi makanan tradisional, pengembangan pariwisata, pemberdayaan masyarakat*

Abstract

This study aims to examine the potential of a traditional local food made from poisonous banana known as enbal in the Kei Islands as a source of modern innovation in the development of culinary tourism. The research was conducted using a qualitative approach through field studies, direct observations, in-depth interviews with culinary entrepreneurs, community leaders, tourists, and regional government officials involved in tourism development. The data analysis technique used was descriptive thematic analysis by categorizing findings based on cultural, economic, social, and tourism promotion aspects. The results show that enbal, which was historically consumed as a subsistence food, now holds great potential to be developed as a leading tourism-based product, provided that innovations are made in production techniques, packaging, and marketing strategies. This culinary product presents a unique appeal by combining tradition, survivor history, and high creative economic value if managed in an integrated manner. The findings also reveal obstacles such as limited technology, lack of access to financing, and inadequate knowledge of digital marketing among local actors. Therefore,

collaborative interventions between government, academics, entrepreneurs, and communities are needed to develop a sustainable culinary tourism ecosystem in the Kei region. This research contributes to the formulation of strategies for strengthening the local economy by transforming traditional cuisine into a competitive tourism product.

Keywords: *enbal, Kei local cuisine, traditional food innovation, tourism development, community empowerment*

PENDAHULUAN

Kekayaan kuliner tradisional di Indonesia memegang peranan penting sebagai bagian dari identitas budaya dan sebagai daya tarik wisata kuliner yang nilainya terus meningkat dalam pengembangan pariwisata nasional dan daerah. Di Kepulauan Kei ada kuliner khas tradisional bernama enbal — olahan singkong/ubi kayu beracun jika belum diolah — yang memiliki nilai budaya, cita rasa, dan potensi ekonomi lokal tinggi, meskipun proses produksinya masih sangat tradisional (Wikipedia, 2024). Proses pengolahan enbal oleh masyarakat Kei sudah dikenal di masyarakat sebagai teknik menghilangkan racun sianida dalam bahan baku, dan enbal biasanya diolah menjadi berbagai jenis kudapan lokal (Liputan6, 2023; Indonesia Travel, 2025). Namun kondisi tradisional ini memunculkan tantangan agar enbal dapat diadaptasi ke pasar wisata kuliner modern tanpa kehilangan nilai budaya lokal.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses tradisional enbal di Kei, menganalisis faktor pendukung dan penghambat inovasi menuju modernisasi olahan enbal, serta merumuskan strategi pengembangan inovatif yang kontekstual dan berkelanjutan di pariwisata kuliner. Dalam studi tentang inovasi pada makanan tradisional di Indonesia ditemukan bahwa aspek-aspek seperti inovasi produk, proses, pemasaran, organisasi, dan digitalisasi sangat penting agar makanan tradisional tetap relevan dan kompetitif (Ardiansari, Ahmadi, Ridloah, & Widia, 2020). Penelitian lain menyatakan bahwa kreativitas dalam kemasan, penyajian, dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi berhasil meningkatkan minat konsumen terhadap kuliner tradisional (Creativity & Innovation in Culinary Traditional, 2023). Selain itu, inovasi untuk keberlanjutan usaha kuliner (misalnya oleh pengusaha sanjai di Bukittinggi) menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukan inovasi produk, teknologi, dan layanan agar bisnisnya tetap bertahan dan disukai konsumen (Yuhendri, 2022).

Namun, dalam pengembangan enbal menjadi produk kuliner modern ada tantangan signifikan yang harus diatasi. Pertama, kapasitas produksi masih berada di skala rumah tangga, sehingga sulit untuk menjaga konsistensi mutu dan memenuhi permintaan wisatawan secara massal. Kedua, akses terhadap pembiayaan, modal, dan teknologi menjadi hambatan dalam modernisasi proses produksi dan pengemasan. Ketiga, standar mutu makanan dan keamanan pangan (higienitas, mikrobiologi) perlu ditingkatkan agar produk enbal modern mendapat kepercayaan konsumen luas. Selain itu, ada tantangan menjaga identitas budaya asli dari enbal agar inovasi tidak mengikis ciri khas lokal (The duality of innovation and food development, 2021; Current situation and future direction of traditional foods, 2020).

Berdasarkan konteks tersebut, strategi pengembangan enbal yang inovatif dan berkelanjutan dapat mencakup diversifikasi produk (misalnya varian rasa dan bentuk), re-branding dengan kemasan menarik, penggunaan media promosi digital, dan kolaborasi pemangku kepentingan lokal (UMKM, pemerintah, lembaga pariwisata). Inovasi mutu dan keamanan pangan menjadi pondasi agar produk modern dapat diterima di pasar wisata kuliner. Keterlibatan sosial, pendidikan konsumen, dan pelatihan teknis menjadi penting agar masyarakat setempat mampu melakukan inovasi berkelanjutan tanpa kehilangan akar budaya. Dengan demikian, enbal tidak hanya dipertahankan sebagai warisan budaya, tetapi juga diangkat menjadi produk unggulan

wisata kuliner yang membawa manfaat ekonomi, menjaga keaslian, dan memenuhi tuntutan konsumen masa kini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif eksploratif yang bertujuan untuk menggali secara mendalam proses tradisional pengolahan pisang sianida menjadi enbal di Kepulauan Kei serta potensi inovasinya dalam konteks pariwisata kuliner modern. Ruang lingkup penelitian ini mencakup aspek budaya, ekonomi, dan pariwisata yang terkait dengan enbal sebagai produk lokal khas. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman proses produksi, distribusi, persepsi konsumen, serta strategi inovasi yang mungkin diterapkan terhadap produk enbal agar memiliki daya saing di pasar pariwisata. Definisi operasional dari objek kajian mencakup enbal sebagai hasil olahan pisang mengandung sianida yang telah melalui proses peluruhan racun secara tradisional, dan inovasi dimaknai sebagai upaya peningkatan kualitas produk, kemasan, pemasaran, serta integrasi dalam ekosistem pariwisata lokal. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kei Kecil Kabupaten Maluku Tenggara, Provinsi Maluku. Informan penelitian dipilih secara purposive, terdiri dari pelaku usaha olahan enbal, tokoh adat, pelaku pariwisata, wisatawan, dan pejabat dinas pariwisata. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Alat bantu penelitian meliputi pedoman wawancara, kamera digital, alat perekam suara, dan catatan lapangan. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara berulang hingga diperoleh pola dan tema yang bermakna. Langkah-langkah penelitian dimulai dari studi awal lapangan dan pemetaan aktor terkait enbal, dilanjutkan dengan pengumpulan data lapangan secara intensif, verifikasi silang antara sumber, dan analisis tematik terhadap dimensi inovasi, budaya, dan ekonomi. Seluruh proses dilakukan secara kontekstual dan mempertimbangkan kearifan lokal masyarakat Kei agar hasil penelitian relevan dan aplikatif dalam pengembangan pariwisata berbasis kuliner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Potensi enbal sebagai kuliner khas berbasis budaya lokal Hasil penelitian menunjukkan bahwa enbal memiliki posisi penting dalam struktur sosial-budaya masyarakat Kei sebagai makanan pokok alternatif yang telah diwariskan lintas generasi. Proses pengolahan enbal, meskipun sederhana, memerlukan ketelitian karena melibatkan peluruhan zat beracun dari pisang yang mengandung sianida melalui proses perendaman dan penjemuran yang berlangsung selama beberapa hari. Nilai kultural enbal tidak hanya terletak pada rasa dan fungsi pangan, tetapi juga pada makna historisnya sebagai simbol ketahanan pangan saat masa krisis. Saat ini, enbal diproduksi secara terbatas oleh kelompok ibu rumah tangga di beberapa desa seperti Ohoiren, Debut, dan Letvuan, dengan metode produksi tradisional yang masih mempertahankan penggunaan alat manual dan bahan alami. Beberapa bentuk inovasi telah diidentifikasi sebagai respons terhadap permintaan pasar yang lebih modern. Di antaranya adalah penggunaan alat pengering bertenaga surya untuk mempercepat proses pengeringan dan menjaga kualitas higienitas produk, pengemasan dengan bahan biodegradable, serta labeling dengan informasi gizi dan asal-usul budaya. Menurut Dr. Salamah dari Universitas Yogyakarta membahas konsep pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial yang menekankan pemahaman konteks Sosial- Budaya, lokal knowledge, dan bagaimana materi sosial termasuk tradisi kuliner dapat diintegrasikan kedalam strategi pembelajaran serta program pemberdayaan masyarakat- relevan untuk memahami bagaimana olahan tradisional enbal dapat diposisikan sebagai sumber daya pembelajaran dan daya tarik pariwisata. Menurut Dr. Esti Setiawati dari Universitas Yogyakarta yang diperlukan untuk meneliti pengembangan produk kuliner tradisional menjadi atraksi pariwisata misalnya survey wisatawan, wawancara pelaku budaya, analisis dampak. Dengan kata lain ini adalah toolbox metodologis untuk studi lapangan. Selain itu, strategi promosi berbasis

digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok telah mulai diterapkan oleh kelompok muda lokal, meskipun masih bersifat sporadis dan belum terorganisir secara sistematis. Model distribusi juga mulai mengalami pergeseran dari penjualan langsung ke sistem pre-order berbasis daring. Proses kreatif dalam inovasi produk enbal. Transformasi produk enbal menjadi camilan seperti keripik, biskuit, dan brownies merupakan hasil dari kolaborasi antara pelaku UMKM lokal dan mahasiswa dari program pengabdian masyarakat perguruan tinggi. Proses kreatif ini melibatkan percobaan berbagai formula resep yang mempertahankan rasa khas enbal namun lebih sesuai dengan selera wisatawan dan pasar urban. Selain itu, pelabelan produk dengan nama-nama lokal seperti “Keripik Enbal Letvuan” dan “Brownies Kei” menjadi strategi branding berbasis identitas lokal. Produk-produk ini kemudian diuji coba di beberapa event pariwisata daerah dan mendapatkan respon positif dari wisatawan domestik dan mancanegara.

Tabel 1. Persebaran produk olahan enbal inovatif di beberapa desa di Kei Kecil

No.	Desa Produksi	Jenis Produk Inovatif	Volume/Bulan (kg)	Jumlah UMKM
1	Ohoiren	Keripik enbal, enbal kering	50	4
2	Letvuan	Brownies enbal, stik enbal	30	2
3	Debut	Enbal Keju, Stik enbal	40	3
4	Wab	Tepung enbal siap saji	20	1

Tantangan dalam implementasi inovasi Meskipun potensi inovasi produk enbal sangat menjanjikan, penelitian ini menemukan sejumlah tantangan utama yang menghambat pengembangannya secara berkelanjutan. Tantangan tersebut antara lain terbatasnya akses pelatihan teknis dan pendampingan usaha, kurangnya akses permodalan dari lembaga keuangan lokal, serta belum adanya sistem sertifikasi keamanan pangan di tingkat desa. Di sisi lain, resistensi terhadap perubahan dari sebagian pelaku tradisional juga menjadi hambatan sosial yang perlu ditangani secara persuasif melalui pendekatan budaya. Implikasi terhadap pengembangan pariwisata kuliner Kei. Inovasi produk enbal memiliki dampak positif terhadap daya tarik wisata kuliner berbasis kearifan lokal. Produk-produk enbal inovatif telah mulai menjadi bagian dari paket wisata kuliner daerah, termasuk festival makanan lokal dan kunjungan wisata edukatif ke rumah produksi. Hal ini tidak hanya membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa, tetapi juga memperkuat identitas budaya Kei sebagai destinasi pariwisata yang otentik dan berkelanjutan. Strategi integratif antara inovasi produk, pelibatan komunitas lokal, dan promosi digital menjadi kunci keberhasilan dalam transformasi enbal dari pangan tradisional menjadi ikon kuliner modern.

B. PEMBAHASAN

Temuan penelitian tentang enbal di Kepulauan Kei menunjukkan bahwa transformasi kuliner tradisional menuju inovasi modern tidak hanya tentang perubahan bentuk atau kemasan, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal sekaligus menjawab tuntutan pasar wisata yang mengedepankan kualitas, estetika, dan keberlanjutan. Penemuan bahwa teknologi pengeringan surya, kemasan biodegradable, dan branding lokal dapat meningkatkan daya tarik menunjukkan bahwa inovasi teknis dan estetika memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi wisatawan terhadap kualitas produk kuliner. Hal ini sejalan dengan penelitian di East Java yang menunjukkan bahwa inovasi dalam pengelolaan limbah dan kemasan berkelanjutan secara positif mempengaruhi nilai persepsi dan kepuasan konsumen dalam industri makanan ringan. Demikian juga, penelitian tentang packaging design dan consumer perception menyimpulkan bahwa desain kemasan yang baik yang melindungi, informatif, estetis berdampak signifikan terhadap persepsi kualitas dan keamanan produk makanan, yang esensial dalam konteks wisata kuliner. Interpretasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa enbal sebagai produk lokal memiliki elemen keaslian

(authenticity) yang kuat, namun elemen- elemen mutu seperti higienitas dan standar produksi perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi ekspektasi wisatawan domestik dan internasional. Kebaruan penelitian ini adalah identifikasi model inovasi yang tidak hanya memodifikasi produk tetapi juga mencakup inovasi proses, kemasan, pemasaran digital, dan branding berbasis lokal—modifikasi teori inovasi kuliner yang selama ini sering hanya fokus pada rasa dan menu baru. Terlebih, adaptasi strategi promosi digital yang melibatkan media sosial sebagai medium storytelling budaya lokal, menunjukkan bahwa pariwisata kuliner masa kini tidak bisa dipisahkan dari narasi budaya dan pengalaman otentik, bukan sekadar konsumsi makanan. Temuan juga mengungkap bahwa faktor pendukung seperti partisipasi komunitas lokal, dukungan institusi, pelatihan teknis, serta akses modal adalah krusial dalam menjembatani gap antara produk lokal tradisional dan standar pasar modern. Secara teori, penelitian ini menyumbang pada literatur inovasi kuliner dan pariwisata dengan mengusulkan bahwa inovasi yang efektif harus bersifat holistik meliputi aspek budaya, teknis, pemasaran, dan keberlanjutan. Secara praktik, implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pengembangan *enbal* ke tahap produk wisata modern memerlukan kebijakan lokal yang mendukung regulasi keamanan pangan, fasilitasi pelatihan, dukungan investasi kecil, dan pendampingan dalam branding dan pemasaran digital. Dengan demikian, *enbal* berpotensi bukan hanya menjadi produk ekonomi kreatif lokal, melainkan ikon kuliner wisata Kota Kei yang mampu menarik minat wisatawan dan menambah nilai ekonomi masyarakat setempat.



Gambar 1. Pisang Sianida (Enbal)



Gambar 2. Stik Enbal



Gambar 3. Enbal Keju

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *enbal*, sebagai olahan pisang beracun khas Kepulauan Kei, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk kuliner inovatif yang mampu bersaing dalam sektor pariwisata kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses tradisional pengolahan *enbal* mengandung nilai budaya yang tinggi dan dapat menjadi daya tarik wisata apabila dikemas secara modern dan memenuhi standar mutu pasar. Inovasi dalam bentuk pengolahan lanjutan, penggunaan teknologi pengeringan, desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan, serta pemanfaatan platform digital untuk promosi, telah terbukti meningkatkan minat pasar terhadap produk ini. Temuan ini memperkuat gagasan

bahwa transformasi kuliner lokal tidak hanya penting untuk pelestarian budaya, tetapi juga untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal dalam ekosistem pariwisata berkelanjutan. Dalam konteks pengembangan ilmu, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur inovasi kuliner berbasis budaya dengan menambahkan perspektif holistik yang mencakup dimensi produksi, promosi, dan partisipasi komunitas. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemerintah daerah bersama stakeholder terkait menyusun kebijakan yang mendukung sertifikasi produk lokal, akses pembiayaan usaha kecil, serta pelatihan teknis bagi pelaku usaha olahan *enbal*. Akademisi juga diharapkan terus terlibat dalam riset dan pendampingan berbasis pengabdian masyarakat untuk memperkuat daya saing produk *enbal* di pasar regional maupun nasional. Ke depan, perlu dilakukan kajian lebih lanjut terkait potensi ekspor dan diversifikasi produk *enbal* sebagai bagian dari strategi diplomasi kuliner Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansari, A., Ahmadi, F., Ridloah, S., & Widia, S. (2020). *Innovation and commercialization of Indonesian traditional food in the industrial era 4.0. International Journal of Research Innovation and Entrepreneurship*, 1(1). <https://doi.org/10.15294/ijrie.v1i1>
- Yuhendri, L. V. (2022). *Inovasi untuk keberlanjutan usaha kuliner* [Artikel]. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 12(1). <https://doi.org/10.24036/011167780>
- Liputan6. (2023, Agustus). Mengenal enbal, singkong bersianida khas Kepulauan Kei. *Liputan6.com*.
- Indonesia Travel. (2025). Sajian khas di Desa Wisata Ngilngof, Kepulauan Kei. *Indonesia.travel*.
- Apriyanto, Y., Sharif, M. S. M., Shahril, A. M., Ishak, N., & Hashim, N. F. (2024). Exploring the concept of Indonesia traditional food sustainability. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 16(1), 351–377.
- Herlina, V. T., et al. (2024). From tradition to innovation: Dadih, the Minangkabau tribe's traditional fermented buffalo milk. *Journal of Ethnic Foods*. <https://doi.org/10.1186/s42779-024-00234-6>
- Salamah, Dr. M.Pd. (2023). *Silabus Teori Pembelajaran PIPS (Teori Pembelajaran IPS Terpadu)*. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Esti Setiawati, Dr. M.Pd. (2024/2025). *RPS Metode Pembelajaran dan Evaluasi Pendidikan IPS/Metode Penelitian Pendidikan Program Magister PIPS*, Universitas PGRI Yogyakarta.
- Wijaya, S. (2019). A starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. *Journal of Ethnic Foods (Pembahasan peran budaya pangan lokal dalam pengembangan pariwisata kuliner di Indonesia)*
- Martin, C.A. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on destination image. (artikel tinjauan/empiris).
- Ainiya, S. K., & Zahri, S. S. D. D. (2025). The future of sustainable culinary: From local ingredients to the traveler's table. *Gastronomy and Culinary Art*, 4(1), 33–43. <https://doi.org/10.36276/gastronomyandculinaryart.v4i1.834>
- Dewi, I. C., Megavitry, R., Auliani, R., & Manik, E. K. (2023). Food packaging innovation to extend shelf life and reduce food waste in a leading company in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), Article 276. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.276>
- Iskandar, A., Rabasari, S., Sugiarto, Y., Wahyono, S. A., & Kuntala Devi, G. (2023). Innovation in processing local food products for students of the Tourism Marketing Management Study Program at the Indonesian University of Education. *Inaba of Community Services Journal*, 2(2), 86–96. <https://doi.org/10.56956/inacos.v2i02.226>
- han, S., Mehmood, S., Khan, I. U., & Khan, S. U. (2025). Understanding tourists' adoption of edible food packaging: The role of environmental awareness. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2024-0662>

- Riswandi, D. I. (2024). Food tourism: The role of local special food in increasing and developing tourism in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 13210. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13210>
- Rosari, D., Ritonga, A. K., & Sihombing, D. (2024). Enhancing the market value of MSMEs products through packaging improvement in Buluh Duri Tourism Village, Serdang Bedagai, North Sumatra, Indonesia. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 6(2), Article 3927. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i2.3927>
- Siswati, E., Rapisari, D., & Kharismawati, I. (2024). A model for culinary business development using digitalization and halal food to enhance local product competitiveness in coastal villages. *ePaper Bisnis: International Journal of Entrepreneurship and Management*, 2(3), Article 460. <https://doi.org/10.61132/epaperbisnis.v2i3.460>
- Untari, D. T., & Satria, B. (2025). Reimagining Indonesia's culinary tourism: The power of gastronomy and branding. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 3(2), 150–155. <https://doi.org/10.38035/gijtm.v3i2.329>
- Sono, M. G., Nugroho, B. S., Doktri, W. I., & Tapaningsih, A. (2024). The effect of innovation in waste management and sustainable packaging on perceived value and consumer satisfaction in the snack food industry in East Java. *West Science Social and Humanities Studies*, 2(10), Article 1358. <https://doi.org/10.58812/wsshs.v2i10.1358>
- Wibowo, A. E., Silitonga, F., Cahayani, K., Sianipar, B., Saputra, A., Tista, A. D., & Perwira, S. P. (2024). Pendampingan penggunaan dan pemasaran makanan ringan melalui innovative packaging di Pulau Lance Batam. *Jurnal Keper Wisata*, 2(2), 141–153. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.248>
- Widjanarko, W., Lusiana, Y., Istiyanto, S. B., Novianti, W., & Lobachevsky, L. N. E. (2025). Promoting local cuisine on social media: A strategic communication approach. *Komunikator*. <https://doi.org/10.18196/jkm.20763>