



## Potensi Gastronomi sebagai Daya Tarik wisata di Coklat Monggo Yogyakarta

Febry Fatimah Azzahra<sup>1</sup>, Rigy Dyantika<sup>2</sup>, Asep Parantika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

### Abstract

Received: 11 Februari 2023

Revised: 18 Februari 2023

Accepted: 27 Februari 2023

*Chocolate monggo has a tourist attraction in the form of a gastronomic destination located in Kota Gede, Yogyakarta. Monggo chocolate is a processed chocolate product that is produced and marketed centrally in Yogyakarta for souvenirs. The purpose of this research is to find out the Gastronomic Potential as a Tourist Attraction in Chocolate Monggo Yogyakarta. This research design uses data collection in the form of a literature study with a qualitative descriptive method through observation techniques. The results of this study indicate that the factors that influence tourists visiting Chocolate Monggo are caused by tourist attractions by exploring the chocolate factory, knowing the history of its establishment, how to make praline chocolate and tasting the various types of chocolate available.*

**Keywords:** *Gastronomy, Tourism, Yogyakarta, Tourist Attraction, Chocolate*

(\*) Corresponding Author: [Fatimah@gmail.com](mailto:Fatimah@gmail.com)

**How to Cite:** Azzahra, F., Dyantika, R., & Parantika, A. (2023). Potensi Gastronomi sebagai Daya Tarik wisata di Coklat Monggo Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 173-182. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7812439>

## PENDAHULUAN

Saat ini, pariwisata gastronomi telah menjadi aspek penting dari pariwisata untuk menarik wisatawan internasional (Horng & (Simon) Tsai, 2010) dan banyak tujuan menggunakan makanan sebagai sumber daya tarik dalam pemasaran pariwisata mereka (Lin et al., 2011) untuk membedakan diri dan memperluas basis pasar mereka (McKercher et al., 2008). Namun, wisata gastronomi telah menjadi bagian penting dalam mengembangkan tujuan wisata (Kim et al., 2009). Oleh karena itu, keahlian memasak harus dianggap tidak hanya sebagai produk budaya utama tetapi juga sebagai komponen yang bermanfaat dari produk-produk ini seperti monumen, museum, arsitektur, dan acara (Correia et al., 2008).

Indonesia, negara yang kaya akan sumber daya alam dan keanekaragaman budaya, dapat berkontribusi dalam berbagai cara inovatif untuk menciptakan barang yang dapat menjadi ciri khas suatu tempat, seperti makanan lezat, kenangan, atau cinderamata yang meningkatkan perekonomian suatu tujuan wisata. . Sekalipun sektor pariwisata dan industri kreatif masing-masing memiliki pengelompokan usaha sendiri-sendiri, terdapat kekuatan yang saling mendukung dan meningkatkan operasional satu sama lain (Aini et al., 2019). Oleh karena itu, melalui peran industri kreatif dapat dihasilkan pariwisata yang mampu memberikan pengalaman dan pembelajaran bagi pengunjung. Produk industri kreatif selalu tampil dengan kualitas dan orisinalitasnya masing-masing agar mampu membangun citra sebuah kota dan menarik wisatawan.



Pengusaha di perusahaan kecil, menengah, dan besar harus menggunakan lebih banyak kreativitas untuk menjadi lebih kompetitif dengan pesaing mereka karena perkembangan dunia industri yang pesat. Beberapa di antaranya adalah mengembangkan produk yang diiklankan dan menjalankan promosi untuk menarik pelanggan agar membeli barang tersebut. Banyak industri baru-baru ini muncul dengan menyediakan produk yang terbaik.. (Nurani, 2015)

Yogyakarta berpotensi menjadi salah satu tujuan wisata terpopuler karena banyak keunggulan dan kekhasan yang dimilikinya, teruntuk Kesultanan Yogyakarta yang digunakan sebagai penampilan karakteristik sektor public (Yuli, 2011). Pelayanan informasi yang tepat dan komprehensif mengenai objek wisata sangat diperlukan untuk tetap dapat memanfaatkan sektor pariwisata yang dimiliki untuk memperkuat ekonomi lokal(Sriyati et al., 2017).

Coklat biasa diberikan sebagai hadiah atau bingkisan pada perayaan momen-momen tertentu seperti Hari Valentine dan Hari Raya. (Fitrianna & Aurinawati, 2020) Banyaknya turis yang berkunjung ke Yogyakarta mampu meningkatkan perekonomian lokal warga dari zona usaha transportasi, akomodasi serta pengelola wisata. Salah satu perihalnya yang jadi daya tarik sesuatu wilayah wisata, ialah mampu jadi tujuan wisata kesukaan merupakan terdapatnya sesuatu produk khas dari wilayah tersebut. Objek dari penelitian ini merupakan produk dari Coklat Monggo yang ialah satu produk olahan coklat yang dibuat serta dipasarkan terpusat di Yogyakarta. Tiap wisatawan/ turis yang berkunjung ke Yogyakarta umumnya hendak mencari oleh – oleh untuk dibawa ke wilayah asalnya dengan tujuan memberikan buah tangan terhadap keluarga ataupun kerabatnya.

Karena reputasinya sebagai produk olahan dengan bahan utama coklat dan rekam jejak dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi, Cokelat Monggo menjadi nama yang dikenal luas di masyarakat luas. Penggunaan media sosial dan penggunaan teknologi digital menjadi fenomena tersendiri. Posting media sosial tentang berbagai acara lokal kini terlihat dari berbagai lokasi di seluruh area. Media sosial memiliki banyak keunggulan, antara lain kemampuannya untuk dapat diakses secara instan dan tanpa batasan geografis. Keunggulan tersebut dapat digunakan untuk alasan bisnis, dalam hal ini pemasaran produk(Thamwika, 2013). Untuk meningkatkan pengenalan merek dan persepsi merek di antara calon pelanggan, produsen dapat menawarkan barang mereka, meningkatkan harapan konsumen untuk pembelian produk. Pemasaran digital telah mampu menggantikan tren pemasaran tradisional/cetak akibat penggunaan media sosial dan media digital.

Dalam penelitian ini dapat melihat bagaimana mengetahui potensi daya tarik wisata di Coklat Monggo Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah : (1) Dapat berkunjung untuk menjelajah pabrik coklat (2) Mengetahui sejarah berdirinya (3) Mencari tahu apa ciri khas coklat monggo dan yang membedakan dengan produk coklat lainnya (4) Melihat proses pembuatan coklat dan mempelajari sejarah coklat monggo (5) Belajar membuat coklat.

## **METODE**

Penelitian ini berupa studi literatur dengan metode deskriptif kualitatif melalui teknik pengamatan. (Dr. Ajat Rukajat, 2018) Teknik pengamatan (observasi) adalah suatu cara mengumpulkan informasi tentang objek atau peristiwa yang ada terlihat atau dirasakan secara langsung. Yang dimana penulis terjun langsung untuk mengamati apa saja yang ada di Coklat Monggo.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Arti kata monggo**

Monggo merupakan kata dalam bahasa Jawa yang memiliki arti sama dengan silakan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata silakan memiliki arti sudilah kiranya (kata perintah yang halus) (Kemendikbud, 2016)

### **b. Sejarah coklat**

(Ide, 2008) Nama *Theobroma cacao*, makanan para dewa, yang menunjukkan asal usul legendaris dan kualitas bergizi coklat, dianugerahkan kepada pohon kakao oleh Linnaeus pada tahun 1720. Semua produk kakao dan coklat berasal dari biji kakao, biji buah dari pohon ini. Penjelajah Spanyol ke Dunia Baru menemukan penggunaan biji kakao di antara Aztec Meksiko dan Maya dari Yucatan sebagai bahan dalam menyiapkan minuman rasa coklat yang sangat dihargai oleh kelas penguasa. Penanaman pohon kakao di Meksiko berlangsung setidaknya selama 1000 tahun sebelum kedatangan Spanyol berdasarkan prasasti tembikar Maya. Dalam *True History of Chocolate*, kredit diberikan kepada peradaban Olmec yang lebih kuno di Meksiko selatan untuk domestikasi pertama dan penggunaan kakao. Istilah kakao dan kakao sering digunakan secara bergantian dalam literatur. Kedua istilah tersebut menggambarkan berbagai produk mulai dari panen hingga pengolahan. Dalam artikel ini, istilah kakao akan digunakan untuk menggambarkan produk secara umum dan istilah kakao akan dicadangkan untuk konteks botani. Pedagang dan pialang kakao sering menggunakan istilah kakao mentah untuk membedakan biji kakao yang tidak diolah dari produk jadi; Istilah ini digunakan untuk melaporkan statistik produksi dan konsumsi biji kakao.

Pertumbuhan popularitas coklat di Inggris pertengahan abad ke-17 tercermin dalam meningkatnya komentar tentang hal itu di kalangan sastra. Samuel Pepys, diarist terkenal, ternyata menikmati coklat, yang ia sebutkan beberapa kali. Coes mengutip beberapa referensinya tentang coklat, dimulai pada tahun 1660, ketika buku hariannya dimulai dan ketika Charles II kembali ke Inggris (Restorasi Stuart tahun 1660). Pepys pertama kali menyebutkan beberapa coklat telah ditinggalkan untuknya di rumahnya. Tiga dari entrinya mengacu pada minum coklat di pagi hari dan di satu dia meminumnya di siang hari. Dalam entri tahun 1664, ia mengacu pada minum coklat di kedai kopi. Seperti di tempat lain di Eropa, penerimaan coklat di Inggris sebagian disebabkan oleh berbagai manfaat medis yang diklaim untuk itu. Henry Stubbe, yang telah mengunjungi Jamaika, menjadi Dokter Kerajaan setelah Restorasi Stuart. Karena itu, ia menyiapkan coklat untuk Raja Charles II dan, pada tahun 1662, menerbitkan *Nektar India-nya*

### **c. Menjelajah pabrik coklat monggo**

Kunjungi pabrik coklat monggo dan ikuti setiap langkah proses produksi, mulai dari kacang sampai menjadi coklat asli. Pengunjung bahkan dapat belajar menjadi chocolatier magang sendiri dan membuat kreasi coklat sendiri, atau mencicipi dan membandingkan berbagai jenis minuman coklat.

Dalam produksi coklat Monggo Factory, pengalaman dan semangat para Chocolatier Belgia bertemu dengan biji kakao Indonesia dan ingrediant alami

lokal menjadi coklat terbaik di Indonesia. Ikuti dan tonton dengan cermat setiap langkah proses bean to bar. Rasakan kehangatan memanggang biji kakao, cium aroma coklat yang kaya dan saksikan aliran coklat leleh, dicetak dan dikemas di bar. Prosesnya adalah pencampuran dengan mesin dan buatan tangan yang mengubah biji menjadi minuman keras kakao, kemudian menjadi coklat cair menjadi massa kakao, dan akhirnya menjadi batang dan praline yang sempurna.



Gambar 1 :Ambience museum coklat monggo

#### **d. Sejarah Coklat Monggo**

##### ➤ 2001 – 2004 | Awal Mula

(Monggo, n.d.) Awalnya coklat truffle dan coklat yang sederhana serta harganya terjangkau yang merupakan hasil produksi rumahan dipajang diatas vespa pink dan dibagikan di pasar "SunMor" UGM. Kemudian membangun bisnis dari nol. Toko "Kulit Coklat" dan Produk "Cacaomania", keduanya gagal sebelum membuat konsep yang lebih matang. Dan selama tahun-tahun itu, tentu saja belajar terus menerus tentang coklat, serta mencari persediaan dan peralatan yang terjangkau

##### ➤ 2010 – 2014 | Meraih Kesuksesan

(Monggo, n.d.) Monggo meluncurkan toko baru di Jl Tirtodipuran selain manufaktur dan toko mereka di Kotagede. Kesuksesan coklat monggo telah membawa ekspansi ke tempat lain, termasuk Solo, Semarang, Jakarta, dll. Tenaga kerja bertambah menjadi 80 pekerja, dengan kapasitas produksi harian sekitar 150 kilogram. Di Kotagede, coklat monggo memperluas ruang produksi menjadi 200 m<sup>2</sup>, dan untuk sementara, coklat monggo membangun ruang kantor di sebidang tanah berikutnya. Di seluruh pulau Jawa, coklat didistribusikan melalui truk dan mobil van dan Mulai berjalan di Bali juga.

##### ➤ 2015 | Tahun Penuh Tantangan

Chocolate Monggo sedang booming dan membuka 2 toko baru di Bandara Adi Sucipto Yogyakarta. Jumlah karyawan naik menjadi sekitar 160 orang dengan peningkatan produksi 250-300 kg/hari. Area produksi pada coklat monggo saat itu mendekati 350 m<sup>2</sup> dari total permukaan.

Dengan meningkatkan distribusi coklat monggo ke Jakarta serta Bali, coklat monggo wajib berinvestasi dalam truk yang lebih besar serta menolong tiap pengiriman lokal dengan sebagian kendaraan yang lebih kecil. Alterasi produk coklat monggo dapat pula meningkat banyak: bar, tablet, praline, snack, kue, dll. Banyak rasa unik: Cabai, Rendang, Serai, Mangga, serta lebihbanyak lagi Dark chocolate dengan persentase kakao yang lebih besar. Selera Indonesia mulai berganti buat kurangi gula, lebih banyak produk yang lebih sehat. Bersamaan berkembangnya bisnis, terus menjadi banyak tantangan yang tiba. Tetapi 2015 merupakan tahun yang rumit untuk industri.

➤ 2017 | Ekspansi ke Bangunjiwo

Coklat monggo wajib menghasilkan ruang buat tumbuh, perusahaan berinvestasi buat tanah di Kabupaten Bangunjiwo Bantul. Suatu rumah tua dengan gudang tua buat penciptaan kerajinan tangan. Seluruhnya wajib direnovasi. Awal bangunan kayu Joglotua jadi toko coklat serta rumah Jawa kuno disulap jadi museum coklat. Museum edukatif buat menekuni segala hal tentang coklat. Sekolah- sekolah lokal mulai tiba berkunjung. Coklat monggo meningkatkan konsep “Kedai” kecil buat menikmati minuman coklat buatan sendiri serta pula sebagian aktivitas interaktif dengan coklat. Sarana pabrik tiba setelah itu denganruangan awal yang terbuat buat pengolahan biji kakao.

Secara Total dikala itu coklat monggo mempunyai 6 toko( 5 di Yogya serta 1 di Jakarta) Pada tahun 2019 jumlah karyawan coklat monggo bertambah sampai 200 orang namun luas pabrik senantiasa nyaris sama dengan 400 m<sup>2</sup> kecil. Kotagede jadi sangat terbatas ruangnya, perusahaan pindah ke sarana penciptaan yang lebih besar serta coklat monggo mulai membangun pabrik baru di Bangunjiwo. Sayangnya, setelah itu tiba pandemi Covid 19

➤ 2020 – 2021 | Pandemi

Bagi sebagian besar, pandemi Covid 19 telah memukul semua manusia di dunia dengan sangat keras. Penjualan coklat turun drastis. Perusahaan harus memotong semua biaya untuk tetap bertahan hidup. Namun industri wajib menciptakan pemecahan buat menyesuaikan diri dengan suasana itu serta senantiasa hidup. Dengan meningkatkan penjualan online, sedikit demi sedikit kita dapat memperoleh sedikit pendapatan buat membayar pendapatan para pekerja kita. Dengan upaya seluruh orang buat kurangi waktu kerja, coklat monggo bisa mempertahankan banyak pegawai. Penciptaan coklat monggo turun jadi kurang dari 80kg/ hari.

Dengan lebih banyak waktu buat berpikir kreatif, coklat monggo pula mulai membuat produk baru: Monggo gelato, biskuit, santapan ringan, dll. Coklat monggo wajib menutup sedangkan seluruh toko serta 3 toko tutup secara permanen( di Jakarta serta Lapangan terbang Yogyakarta). Museum Coklat pula tutup sedangkan. coklat monggo pula meningkatkan Kedai di Bangun jiwo dengan lebih banyak tempat duduk di luar ruangan serta menu baru buat menarik pelanggan local, namun pasti saja, protokol kesehatan berjalan ketat. Petani kakao pula mengidap dari suasana ini serta coklat monggo telah kehabisan sebagian yang gulung tikar ataupun pindah ke tumbuhan lain.

➤ 2022 | Bangkit Kembali Dengan Pabrik Baru

Dengan kemudahan pembatasan perjalanan orang-orang mulai bergerak lagi dan turis kembali pada paruh pertama tahun 2022. Untuk siap menangkap

“gelombang” peningkatan penjualan yang akan datang, coklat monggo telah membangun kembali toko di Jalan Tirtodipuran (kawasan wisata Yogyakarta) dan Coklat Monggo membuatnya menjadi konsep yang lebih lengkap yaitu "House of Chocolate and Gelato".

Akhirnya selesai, fasilitas produksi baru Chocolate Monggo akan dapat mengalihkan semua operasinya pada Juli 2022. Luas pabrik standar 1500 m<sup>2</sup> lebih tinggi. Hampir semua pelanggan coklat monggo, termasuk supermarket, hotel, toko oleh-oleh, dll., juga kembali beroperasi dan mulai melakukan pemesanan sebagai tanggapan atas peningkatan permintaan. Lihat apa yang berkembang selama beberapa tahun ke depan.



**Gambar 2 :sudut sejarah coklat monggo**

**e. Cara Membuat Coklat di Coklat Monggo**

"The chocolate Praline" adalah penemuan Belgia yang terkenal di seluruh dunia. Para pelancong dapat membuat Praline coklat sendiri di Chocolate Monggo. Kegiatan tersebut direkomendasikan untuk orang dewasa dan anak-anak. Pelancong akan diajari, dibimbing dan diundang untuk membuat 'Praline' sesuai dengan kreasi dan versi sendiri. Dan dapat dilakukan sendiri atau dengan kelompok. Dengan mencoba membuat coklat Pralines, pelancong akan mendapatkan pengalaman edukasi yang menarik. Praline yang sudah dibuat tentunya bisa langsung dinikmati atau dibawa pulang.



**Gambar 3 : pengalaman Membuat coklat di open kitchen coklat monggo**

Chocolate pralines adalah produk makanan kompleks yang mengandung isian lembut yang dikelilingi oleh cangkang coklat. Satu masalah dengan praline adalah bahwa pengisian sering mulai bermigrasi melalui shell yang menyebabkan perubahan struktural besar yang, untuk tambalan berbasis air atau minuman keras, dapat mengakibatkan retaknya shell. Retak adalah salah satu masalah utama yang menyebabkan berkurangnya umur simpan dalam praline coklat. Saran utama untuk pembentukan retakan adalah bahwa retakan terbentuk karena kelembaban atau migrasi etanol melalui cangkang coklat, atau karena distribusi kelembaban yang tidak seimbang dalam pengisian yang menyebabkan beberapa bagian menyusut dan lainnya mengembang. Dalam karya ini, dua geometri praline dan empat tambalan model yang berbeda (dengan aktivitas air (aw) antara 0,67 dan 0,99) dianalisis sehubungan dengan retak cangkang coklat selama penyimpanan. Praline disimpan selama 28 hari, di mana gambar praline beresolusi tinggi dikumpulkan dan dianalisis oleh sistem pencitraan warna digital.

Selanjutnya, pengukuran aktivitas air dalam cangkang, dikombinasikan dengan perubahan berat pada praline memberikan informasi tentang sifat migrasi selama penyimpanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praline dengan aw 0,99 pada pengisian model retak terlebih dahulu dan dengan persentase tertinggi untuk kedua geometri. Praline dengan pengisian model aw 0,86 dan aw 0,78 memiliki hasil yang sangat mirip satu sama lain, dan retak ke persentase yang jauh lebih rendah daripada praline dengan pengisian model aw 0,99. Untuk pengisian model aw 0,67, praline persegi tidak retak sama sekali sementara praline bulat retak pada persentase rendah. Praline bulat mulai retak terlebih dahulu untuk semua tambalan model selama periode penyimpanan. Kesimpulan utama yang dapat ditarik dari karya ini adalah bahwa aktivitas air (aw) dalam pengisian model dan geometri praline berdampak pada pembentukan retakan pada praline coklat.

#### **f. Mencicipi aneka jenis Coklat di Coklat Monggo**

Para pelancong dapat mengetahui dan menemukan banyak jawab tantangan coklat. Chocolate Tasting Experience memungkinkan para pengunjung untuk mencoba semua komponen coklat: membuka polong kakao dan mencicipi biji segar, mencicipi kacang kering, mencicipi minuman keras kakao, dll. Para

pelancong akan diajarkan untuk mengakui rasa coklat asli dan bagaimana persentase kakao yang berbeda mempengaruhi rasa coklat. Dan dapat menikmati minuman coklat otentik dengan persentase kakao yang.



**Gambar 4 : produk coklat monggo**

Kakao ditanam di sabuk tropis yang mengangkangi garis khatulistiwa - antara 10 dan 20 derajat utara ke selatan, di daerah yang disebut "sabuk kakao". Pohon itu bisa sangat tinggi - hingga 12 meter. Ini mulai bantalan setelah sekitar 5 tahun, tetapi membutuhkan waktu 10 tahun untuk mencapai hasil maksimal. Buahnya, yang disebut polong atau cabossides, dapat mengambil warna mulai dari coklat/kuning hingga ungu, dan mengandung 20 hingga 40 biji atau biji kakao. Setiap tanaman menghasilkan 20 hingga 50 cabossides setahun, dengan sekitar 10 cabossides diperlukan untuk menghasilkan satu kilogram. Rasa biji kakao tidak hanya tergantung pada varietas tanaman, tetapi juga pada tanah, suhu lingkungan dan jumlah sinar matahari dan hujan yang diterima. Setelah proses fermentasi dan pengeringan di bawah sinar matahari, biji dikemas untuk konsumsi lokal atau diproduksi menjadi kakao dan coklat. Dalam pengolahan menjadi kakao atau coklat, bijinya terlebih dahulu dipanggang dengan warna khas kakao. Akhirnya, cangkang dikeluarkan dari biji panggang yang kemudian ditumbuk menjadi butiran atau bubuk halus. Pemanggangan yang lebih panas akan menghasilkan minuman keras kakao dan selanjutnya, dengan panas dan tekanan tambahan, mentega kakao dan bubuk kakao. Untuk menghasilkan tekstur yang sangat halus, akhirnya dilakukan proses pencampuran dan pemanasan yang panjang.

## **KESIMPULAN**

Coklat Monggo adalah salah satu destinasi wisata dan gastronomi yang sangat potensial di Yogyakarta. Disini, pengunjung akan mendapatkan pengalaman dan edukasi tentang Coklat. Mulai dari Museum Coklat Monggo yang menjelaskan tentang sejarah coklat, proses biji kakao hingga coklat, hingga alat dan bahan untuk membuat coklat yang digunakan untuk mengolah coklat. Selain itu, Di Pabrik Coklat Monggo, ada juga pengalaman menarik yang bisa wisatawan coba, yaitu mencicipi bahan baku, aneka minuman dan makanan coklat. Wisatawan pun dapat merasakan pengalaman menjadi Chocolatier (ahli coklat) dengan membuat coklat sendiri. Selain Museum dan Pabrik, ada juga Kafe

Coklat (Kedai). Pengunjung dapat menikmati makanan ringan dan makanan penutup dari para ahli coklat Belgia di gedung bergaya Jawa ini. Makanan dan minuman yang disajikan antara lain, Galletes, Croque Meneer, quiche, aneka minuman coklat original, Gelato, dan masih banyak lagi minuman dan dessert. Destinasi Coklat Monggo diharapkan menjadi salah satu contoh wisata gastronomi yang menarik dengan konsep yang unik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, J. H., Putu, N., & Setyari, W. (2019). ASING LANGSUNG DI INDONESIA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Sebagai negara berkembang Indonesia membutuhkan dana yang cukup besar untuk melaksanakan pembangunan nasional . Kebutuhan dana yang besar te. *Hubungan Kausalitas Tabungan Nasional Dan Investasi Asing Langsung Di Indonesia*, 8(3), 639–668. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/download/43652/28438/>
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C. F., & Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19(3), 164–176. <https://doi.org/10.1111/j.1745-4506.2008.00097.x>
- Dr. Ajat Rukajat, M. Mp. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. CV Budi Utama.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Horng, J. S., & (Simon) Tsai, C. T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74–85. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>
- Ide, P. (2008). *Dark Chocolate Healing*.
- Kim, Y. H., Yuan, J., Goh, B. K., & Antun, J. M. (2009). Web marketing in food tourism: A content analysis of web sites in west texas. *Journal of Culinary Science and Technology*, 7(1), 52–64. <https://doi.org/10.1080/15428050902788352>
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30–48. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.22>
- McKercher, B., Okumus, F., & Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 137–148. <https://doi.org/10.1080/10548400802402404>
- Monggo, C. (n.d.). *Coming Soon - Bahasa Indonesia | Chocolate Monggo*. Retrieved January 17, 2023, from <https://chocolatemonggo.com/id/coming-soon-bahasa-indonesia/>
- Nurani, S. R. (2015). *Usulan Penelitian*. 2, 127–130.
- Sriyati, Satria, F., & Sudewi. (2017). Pemanfaatan E-Government Sebagai Media Promosi DiBidang Pariwisata Ekonomi Kreatif (Studi Kasus : Dinas

- Pariwisata Ekonomi Kreatif, Kabupaten Pesawaran). *Technology Acceptance Model*, 80–87.  
<http://ojs.stmikpringsewu.ac.id/index.php/JurnalTam/article/view/52>
- Thamwika, L. (2013). Marketing and PR in Social Media : How the utilization of Instagram builds and maintains customer relationships. *Media and Communication*, 56.
- Yuli, A. (2011). City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Ditinjau dari Aspek Hukum Merek. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTI*, 5 (1)(1), 50–68.