JIRK
Journal of Innovation Research and Knowledge
Vol.6 No.6, Nopember 2026
https://doi.org/10.53625/jirk.v6i6.13462

Hilirisasi Community-Based Culinary Tourism Nasi Puyung untuk Pembangunan Berkelanjutan di Desa Puyung, Lombok Tengah

Lalu Yulendra[1*], Lalu Masyhudi[2], Sri Wahyuningsih[3], Yuli Sawitri[4], Lalu Muhamad Rafly[5]
[1,2,3,4,5]Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Mataram, Indonesia
**Penulis Korespondensi: laluyulendra23@gmail.com*

Received: 22/08/2026 | Accepted: 25/10/2026 | Publication: 05/11/2026

Abstract: *Culinary tourism can raise the value of local products and strengthen destination identity, yet many traditional foods in Indonesia remain household businesses that are not integrated into tourism. This study examines Nasi Puyung, a spicy rice dish originating in Puyung Village, Central Lombok, to identify its condition and potential, the factors that shape its development, and strategies for its downstream development as community-based culinary tourism. A qualitative-descriptive design was applied using desk research on verifiable secondary data: Statistics Indonesia village statistics, scholarly articles, online media and OpenStreetMap. The data were examined through content analysis, value chain mapping and a SWOT–TOWS matrix. Puyung Village covers 7.14 km^2 and has 14,295 residents, 67.18% of whom are of working age, and lies about 8.8 km from Lombok International Airport on the corridor to the Mandalika Special Economic Zone. Nasi Puyung has a history dating from the 1970s and a distinctive identity, and it has already spread to at least eight outlets in Central Lombok and Mataram priced at IDR 15,000–50,000. However, its digital visibility is low, and the free use of the "Puyung" name by businesses outside the village risks moving value away from its place of origin. The proposed strategy rests on four pillars: product standardisation and legal protection through communal intellectual property; a storytelling-based culinary trail; community institutions such as an association, Pokdarwis and BUMDes; and digital marketing integrated with the airport–Mandalika corridor. These steps support SDG targets 8.3, 8.9 and 11.4, and field validation is recommended.*

Keywords*: Community-Based Tourism; Culinary Tourism; Nasi Puyung; Tourism Downstreaming; Sustainable Development*

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open-access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite: Hasiara, L. O., & Suyudi, M. (2026). The Effect of Biological Asset Management on the Financial Performance and Sustainability of Fisheries Companies in Samarinda, East Kalimantan, Indonesia. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *6*(6), 3289-3298. https://doi.org/10.53625/jirk.v6i6.13462

PENDAHULUAN

Wisata kuliner tidak lagi diposisikan sebagai pelengkap destinasi, tetapi sebagai daya tarik yang membentuk identitas tempat dan pengalaman wisatawan (Ellis et al., 2018; Okumus, 2021). Kerangka pengembangan gastronomi menekankan integrasi produk lokal ke dalam rantai nilai destinasi serta pelibatan masyarakat (UNWTO, 2019). Di Indonesia, arah kebijakan pembangunan mendorong hilirisasi dan penguatan ekonomi kreatif, termasuk kuliner, untuk meningkatkan nilai tambah produk lokal (Kemenparekraf, 2020; Pemerintah

RI, 2025). Pangan dan gastronomi juga semakin dipandang sebagai instrumen pembangunan tempat yang berkelanjutan (Rinaldi, 2017).

Nasi Puyung atau Nasi Balap Puyung adalah kuliner pedas khas Desa Puyung, Lombok Tengah, yang dipopulerkan oleh Inaq Esun sejak 1970-an (Auni, 2021; Suteja, 2023). Kuliner ini kini dijual di berbagai warung di Lombok Tengah dan Kota Mataram (Maharani, 2024; Fitriani, 2026). Namun, pengelolaannya masih didominasi usaha mikro tradisional dan belum terintegrasi ke dalam ekosistem pariwisata desa. Pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) relevan karena menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dan penerima manfaat (Mtapuri & Giampiccoli, 2016; Lee & Jan, 2019). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam wisata kuliner mendukung pembangunan perdesaan (Sulaiman et al., 2022) dan bahwa keaslian pangan lokal meningkatkan loyalitas wisatawan (Zhang et al., 2019).

Di Lombok, kajian gastronomi berbasis masyarakat telah dilakukan pada kuliner Ebatan di Desa Bilebante (Pratama et al., 2026), sedangkan kajian CBT menekankan pentingnya kapasitas dan kelembagaan lokal (Awal et al., 2025). Meskipun demikian, kajian yang menempatkan kuliner tradisional dalam kerangka hilirisasi, yaitu dari bahan baku, produksi, hingga pasar dan pengalaman wisata, serta mengaitkannya dengan perlindungan identitas asal masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kondisi dan potensi Nasi Puyung sebagai daya tarik *community-based culinary tourism*; (2) menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengembangannya; dan (3) merumuskan strategi pengembangannya untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, khususnya SDG 8 dan SDG 11.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan desain kualitatif-deskriptif berbasis studi dokumen (*desk research*) pada data sekunder yang dapat diverifikasi. Data dikumpulkan pada Oktober 2026 dari empat jenis sumber, yaitu: (1) statistik resmi *Kecamatan Jonggat Dalam Angka 2026* (BPS) untuk profil wilayah dan kependudukan; (2) artikel ilmiah tentang wisata kuliner, CBT, dan Desa Puyung; (3) pemberitaan media daring tentang sejarah, produk, harga, dan sebaran usaha Nasi Puyung; serta (4) data geospasial OpenStreetMap yang diekstraksi melalui Overpass API untuk memetakan lokasi usaha. Data dianalisis melalui tiga tahap. Pertama, analisis isi untuk menyusun profil dan linimasa produk. Kedua, pemetaan rantai nilai hulu–tengah–hilir. Ketiga, analisis SWOT dan matriks TOWS untuk merumuskan strategi (UNWTO, 2019). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan antarsumber, dan perbedaan rincian antarsumber dilaporkan secara terbuka.

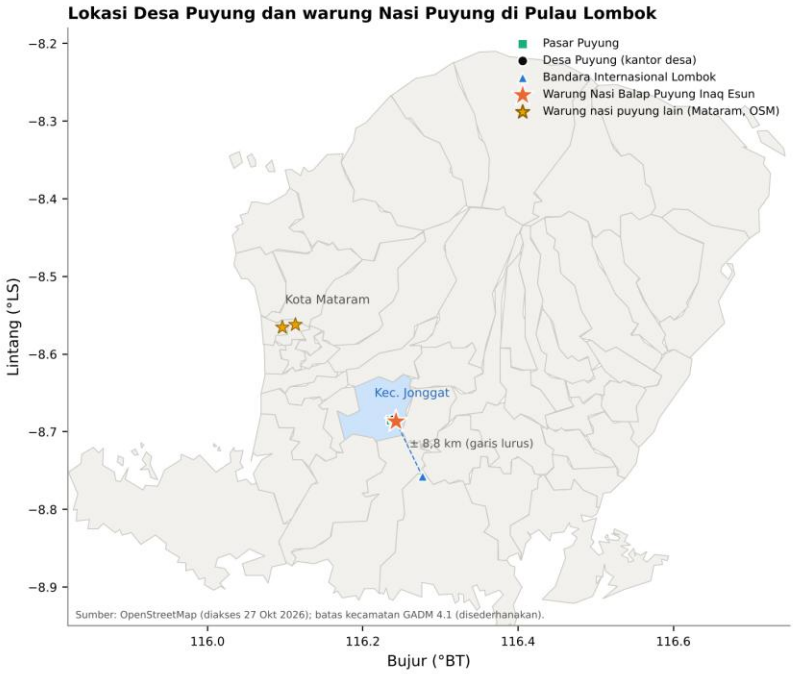
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Puyung dan Nasi Puyung

Desa Puyung berada di Kecamatan Jonggat dengan luas 7,14 km^2, terdiri atas 16 dusun, dan berstatus Desa Mandiri. Penduduknya berjumlah 14.295 jiwa dengan kepadatan 2.003 jiwa/km^2, dan 67,18% di antaranya berusia produktif (BPS Kabupaten Lombok Tengah, 2026). Warung Nasi Balap Puyung Inaq Esun berjarak sekitar 8,8 km (garis lurus) dari Bandara Internasional Lombok (OpenStreetMap contributors, 2026), atau sekitar 10–15

JIRK
Journal of Innovation Research and Knowledge
Vol.6 No.6, Nopember 2026
https://doi.org/10.53625/jirk.v6i6.13462

menit perjalanan (Auni, 2021). Desa ini juga memiliki potensi tenun, tahu-tempe, hortikultura sekitar 11 ha, seni Gendang Beleq, dan Kampung Inggris (GoMandalika, 2022; Astuti, 2019) (Gambar 1).



Gambar 1. Lokasi Desa Puyung, Warung Nasi Puyung, dan Bandara Internasional Lombok

Nasi Puyung disajikan di atas daun pisang dan terdiri atas nasi putih, ayam suwir pedas, kacang dan kedelai goreng, kering kentang, buncis, serta telur (Auni, 2021; Suteja, 2023). Kuliner ini bermula dari nasi bungkus yang dijual Inaq Esun berkeliling pasar secara barter pada 1970-an, lalu dijual menetap di rumah sejak 1990-an. Sumber lain mencatat penjual dengan nama Papuk Isum pada 2009, dengan pembeli dari luar daerah yang membawanya sebagai oleh-oleh (ANTARA News Mataram, 2009). Tabel 1 menunjukkan bahwa Nasi Puyung kini dijual di sedikitnya delapan titik usaha dengan harga Rp15.000–50.000 per porsi. Namun, hanya tiga titik yang terpetakan di OpenStreetMap.

Tabel 1. Sebaran Usaha Nasi Puyung yang Tercatat

Usaha	Lokasi	Harga	Sumber
Inaq Esun (asal)	Lingkung Daye, Desa Puyung	± Rp15.000–17.000	GNFI (2021); IDN Times (2026)
Inaq Esun (cabang)	Tanak Awu, Pujut; Jl. Majapahit & Kekalik, Mataram	Rp25.000–50.000	detikBali (2024); IDN Times (2026)
RM Cahaya	Penujak, Praya Barat	Rp25.000–50.000	detikBali (2024)
RM Rinjani	Ampenan, Mataram	Rp15.000–25.000	detikBali (2024)

JIRK
Journal of Innovation Research and Knowledge
Vol.6 No.6, Nopember 2026
https://doi.org/10.53625/jirk.v6i6.13462

D'Rice Nasi Puyung (2 gerai)	Karang Bedil & Kekalik, Mataram	Rp18.000–36.000	detikBali (2024); IDN Times (2026)
Titik peta digital	1 di Puyung, 2 di Mataram	–	OpenStreetMap (2026)

Hilirisasi Nasi Puyung sesungguhnya telah berlangsung secara spontan, karena produk telah menjangkau pasar kota dan kawasan bandara. Namun, pemakaian nama "puyung" oleh berbagai usaha di luar desa menunjukkan bahwa nilai tambah merek berpotensi berpindah ke luar desa asalnya.

Faktor yang Memengaruhi Pengembangan

Tabel 2. Matriks SWOT Nasi Puyung

Kekuatan (S)	**Kelemahan (W)**
S1 Sejarah sejak 1970-an dan kisah "balap"	W1 Usaha mikro tradisional; standardisasi belum terlihat
S2 Rasa pedas khas sebagai identitas	W2 Visibilitas digital rendah
S3 Harga terjangkau	W3 Nama "puyung" belum dilindungi
S4 Bahan baku tersedia di desa	W4 Kepedasan tinggi membatasi segmen
S5 67,18% penduduk usia produktif; Desa Mandiri	
Peluang (O)	**Ancaman (T)**
O1 ± 8,8 km dari bandara; koridor ke KEK Mandalika	T1 Persaingan dan peniruan merek di luar desa
O2 Event internasional di Mandalika	T2 Ketergantungan pada wisatawan event yang musiman
O3 Kebijakan hilirisasi dan ekonomi kreatif	T3 Fluktuasi harga bahan baku pedas
O4 Tren gastronomi autentik	T4 Dominasi aktor luar dalam CBT
O5 Potensi tenun, seni, dan Kampung Inggris	

Sumber: BPS (2026); GNFI (2021); GoMandalika (2022); detikBali (2024); IDN Times (2026); OpenStreetMap (2026); diolah. T2 dan T3 merupakan indikasi yang perlu diverifikasi di lapangan.

Faktor penentu utama adalah keaslian produk (S1, S2) yang belum diimbangi perlindungan identitas asal (W3, T1). Keaslian pangan lokal merupakan sumber loyalitas wisatawan (Zhang et al., 2019), dan pengalaman kuliner yang berkesan dibentuk oleh cerita serta interaksi dengan pelaku lokal (Sthapit, 2017; Park et al., 2023). Faktor eksternal terkuat adalah lokasi Desa Puyung di koridor bandara–Mandalika (O1, O2).

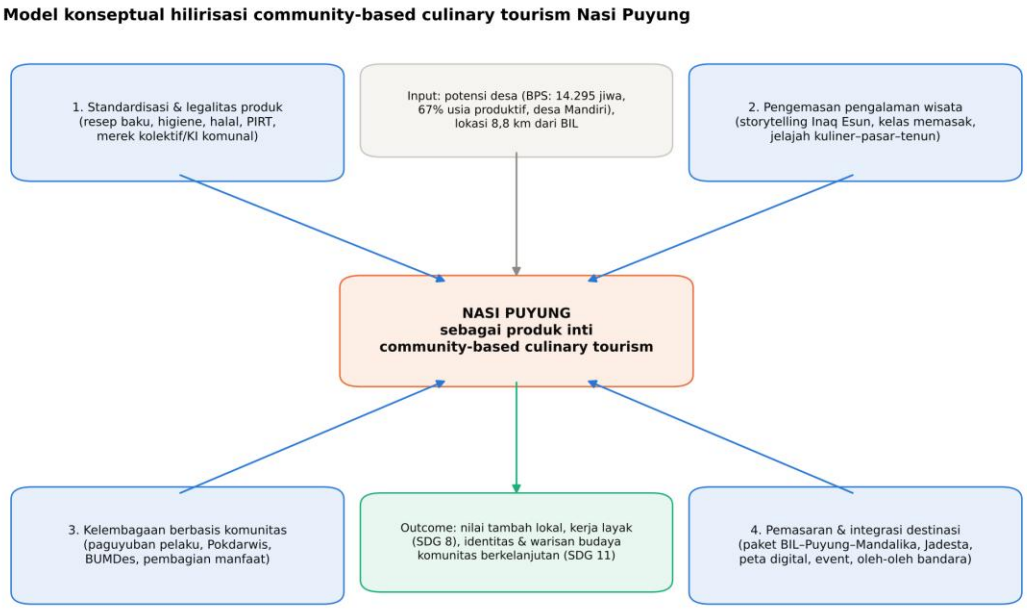
Strategi Hilirisasi Berbasis Masyarakat

Matriks TOWS menghasilkan empat kelompok strategi. **SO:** paket "Jejak Nasi Balap Puyung" (kisah Inaq Esun, dapur, pasar, dan sentra tenun), serta gerai pada event Mandalika dan titik oleh-oleh dekat bandara. **ST:** pencatatan Nasi Puyung sebagai Kekayaan Intelektual Komunal (Pemerintah RI, 2022) dan merek kolektif, serta diversifikasi pasar harian. **WO:** standardisasi resep, higiene, PIRT, dan sertifikasi halal; digitalisasi melalui peta digital dan Jadesta; serta varian tingkat kepedasan tanpa mengubah resep asli. **WT:** paguyuban pelaku di bawah Pokdarwis/BUMDes untuk pengadaan bahan baku bersama dan pembagian

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

JIRK
Journal of Innovation Research and Knowledge
Vol.6 No.6, Nopember 2026
https://doi.org/10.53625/jirk.v6i6.13462

manfaat, serta label asal bagi usaha mitra di luar desa. Strategi ini dirangkum dalam model konseptual (Gambar 2).



Gambar 2. Model Konseptual Hilirisasi Community-Based Culinary Tourism Nasi Puyung

Model ini menempatkan masyarakat sebagai pengendali rantai nilai, sejalan dengan model CBT komprehensif (Mtapuri & Giampiccoli, 2016) dan agenda pariwisata inklusif yang mengutamakan pelaku mikro dan perempuan (Scheyvens & Biddulph, 2018). Hal ini relevan karena usaha Nasi Puyung dirintis oleh perempuan. Pengalaman Bali menunjukkan bahwa CBT dapat dikuasai aktor kuat jika kemitraan tidak diatur (Dolezal & Novelli, 2022). Karena itu, kelembagaan paguyuban dan label asal menjadi kunci. Kontribusi terhadap SDG 8.3, 8.9, dan 11.4 perlu dipantau dengan indikator yang terukur, misalnya jumlah usaha bersertifikat, paket terjual, dan status KI Komunal (Boluk et al., 2019). Keterbatasan penelitian ini adalah penggunaan data sekunder, sehingga profil pelaku, omzet, dan bobot SWOT perlu divalidasi melalui observasi, wawancara, dan FGD.

KESIMPULAN DAN SARAN

Nasi Puyung memiliki potensi kuat sebagai daya tarik *community-based culinary tourism* karena sejarah sejak 1970-an, identitas rasa yang khas, harga terjangkau, dan lokasi desa di koridor Bandara Internasional Lombok–KEK Mandalika. Hilirisasi telah berlangsung secara spontan melalui penyebaran usaha ke luar desa, tetapi nilai tambah dan identitas asal berisiko berpindah karena nama "puyung" belum dilindungi dan visibilitas digital masih rendah. Strategi yang direkomendasikan bertumpu pada empat pilar: standardisasi dan perlindungan KI Komunal, pengemasan pengalaman berbasis cerita, kelembagaan komunitas, serta pemasaran digital yang terintegrasi dengan destinasi.

Pemerintah desa disarankan memprakarsai pencatatan KI Komunal dan membentuk paguyuban pelaku di bawah BUMDes/Pokdarwis. Pelaku usaha perlu menyepakati standar

resep dan higiene serta mengurus legalitas usaha. Pemerintah daerah dapat memfasilitasi gerai di bandara dan pada event Mandalika. Penelitian lanjutan perlu memvalidasi temuan ini melalui data lapangan dan pembobotan IFAS/EFAS bersama pemangku kepentingan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram atas pendanaan Penelitian Dosen Pemula Tahun 2026.

DAFTAR PUSTAKA

ANTARA News Mataram. (2009, 28 Juli). *Gurihnya nasi Puyung*. ANTARA News Mataram. https://mataram.antaranews.com/berita/4121/gurihnya-nasi-puyung

Astuti, S. P. (2019). Pengembangan desa wisata edukasi berbasis implementasi kompos buatan di Desa Puyung, Jonggat, Lombok Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MIPA dan Pendidikan MIPA, 3*(2), 89–95. https://doi.org/10.21831/jpmmp.v3i2.24719

Auni, H. (2021, 10 Juli). *Nasi balap Puyung, gurihnya kuliner Lombok yang melampaui zaman*. Good News From Indonesia. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/07/10/nasi-balap-puyung-gurihnya-kuliner-lombok-yang-melampaui-zaman

Awal, J., Yulendra, L., & Wahyuningsih, S. (2025). Pengembangan potensi wisata di Desa Batu Kumbung Lombok Barat melalui community base tourism. *Journal of Responsible Tourism, 4*(3), 733–752. https://doi.org/10.47492/jrt.v4i3.3769

Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Tengah. (2026). *Kecamatan Jonggat Dalam Angka 2026*. BPS Kabupaten Lombok Tengah. https://lomboktengahkab.bps.go.id/id/publication/2026/09/28/6c891a8e726a34664c31268d/kecamatan-jonggat-dalam-angka-2026.html

Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(7), 847–864. https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619748

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

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management, 68*, 250–263. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025

Fitriani, E. (2026, 17 April). *Nasi puyung khas Lombok, kuliner pedas legendaris yang bikin nagih*. IDN Times NTB. https://ntb.idntimes.com/food/dining-guide/nasi-puyung-khas-lombok-kuliner-pedas-legendaris-yang-bikin-nagih-01-r8tg7-s7qhn4

GoMandalika. (2022, 7 Mei). *Desa Puyung, tidak cuma tentang nasi balap*. GoMandalika. https://gomandalika.com/desa-puyung-tidak-cuma-tentang-nasi-balap/

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020–2024*. Kemenparekraf/Baparekraf.

Lee, T. H., & Jan, F. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management, 70*, 368–380. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003

Maharani, H. P. (2024, 5 Juli). *4 warung/resto nasi puyung paling terkenal di Lombok, wajib ke sini!*. detikBali. https://www.detik.com/bali/kuliner/d-7424142/4-warung-resto-nasi-puyung-paling-terkenal-di-lombok-wajib-ke-sini

Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2016). Towards a comprehensive model of community-based tourism development. *South African Geographical Journal, 98*(1), 154–168. https://doi.org/10.1080/03736245.2014.977813

Okumus, B. (2021). Food tourism research: A perspective article. *Tourism Review, 76*(1), 38–42. https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0450

OpenStreetMap contributors. (2026, diakses 27 Oktober). *Data OpenStreetMap: objek bernama "Puyung" di Pulau Lombok (Overpass API)*. OpenStreetMap. https://www.openstreetmap.org

Park, E., Muangasame, K., & Kim, S. (2023). 'We and our stories': Constructing food experiences in a UNESCO gastronomy city. *Tourism Geographies, 25*(2–3), 572–593. https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1943701

Pemerintah Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2022 tentang Kekayaan Intelektual Komunal*. Sekretariat Negara.

Pemerintah Republik Indonesia. (2025). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025–2029*. Sekretariat Negara.

Pratama, A. A., Nurhayati, H., Ulya, B. N., & Azim, P. (2026). Ebatan: Authenticity as a community-based gastronomy tourism attraction in Bilebante Village, Lombok-Indonesia. *International Journal of Tourism Business Research, 5*(1), 181–193. https://doi.org/10.29303/intour.v5i1.3036

Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability, 9*(10), 1748. https://doi.org/10.3390/su9101748

Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism Geographies, 20*(4), 589–609. https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985

Sthapit, E. (2017). Exploring tourists' memorable food experiences: A study of visitors to Santa's official hometown. *Anatolia, 28*(3), 404–421. https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1328607

Sulaiman, A. I., Pangestuti, S., Sugito, T., & Sabiq, A. (2022). Community empowerment in culinary tourism as sustainable rural development. *Sustainable Development Research, 4*(1), 1. https://doi.org/10.30560/sdr.v4n1p1

Suteja, I. W. (2023). Aset potensial dalam pengembangan wisata gastronomi di kawasan Kota Mataram. *Jurnal Ilmiah Hospitality, 12*(2), 357–368. https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIH/article/download/2913/2318/

World Tourism Organization (UNWTO) and Basque Culinary Center. (2019). *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism*. UNWTO. https://doi.org/10.18111/9789284420957

Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability, 11*(12), 3437. https://doi.org/10.3390/su11123437

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)