

SKRIPSI

**IDENTIFIKASI *STORYNOMICS TOURISM* MIE LETHEK
SEBAGAI PRODUK KULINER KHAS BANTUL
YOGYAKARTA**



**OLEH
M. IKHLASUL AMAL
NIM 519101239**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN JUDUL
SKRIPSI
IDENTIFIKASI *STORYNOMICS TOURISM* MIE LETHEK
SEBAGAI PRODUK KULINER KHAS BANTUL
YOGYAKARTA



**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

OLEH
M. IKHLASUL AMAL
NIM 519101239

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

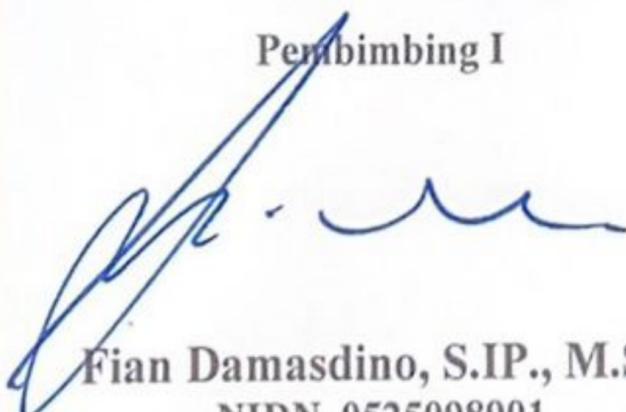
HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
IDENTIFIKASI *STORYNOMICS TOURISM* MIE LETHEK
SEBAGAI PRODUK KULINER KHAS BANTUL
YOGYAKARTA



OLEH
M. IKHLASUL AMAL
NIM 519101239

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



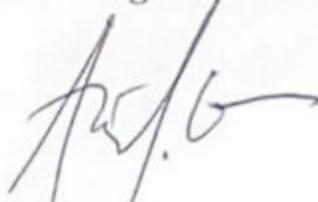
Fian Damasdino, S.IP., M.Sc.
NIDN. 0525098901

Pembimbing II



Fuadi Afif, S.IP., M.Sc.
NIDN. 0515088702

Mengetahui
Ketua Program Studi



Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN
IDENTIFIKASI *STORYNOMICS TOURISM* MIE LETHEK SEBAGAI
PRODUK KULINER KHAS BANTUL YOGYAKARTA

SKRIPSI
Oleh M. IKHLASUL AMAL
NIM 519101239

Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan.....^{LULUS}

Pada tanggal: 22 Juni 2023

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Angela Ariani, SH.,MM.

Penguji I : Fian Damasdino, S.IP., M.Sc.

Penguji II : Fuadi Afif, S.IP., M.Sc.



Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ikhlasul Amal

NIM : 519101239

Program Studi : Jenjang Strata 1 Pariwisata

Judul : Identifikasi *Storynomics Tourism* Mie Lethek Sebagai
Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan dari asli dari saya dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun. Jika terdapat karya orang lain, saya telah mencantumkan sumber yang jelas.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab serta bersedia menerima sanksi jika ternyata pernyataan diatas tidak benar.

Yogyakarta, 22 Juni 2023



M. Ikhlasul Amal

HALAMAN MOTTO

“"Dalam menghadapi rintangan hidup, jadilah seperti Nabi Musa yang kokoh dalam iman dan tegar dalam perjuangan."

“Usaha keras itu tak akan mengkhianati” Shonichi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam Nama Allah, Yang Maha Pengasih, Yang Maha Penyayang. Persembahan ini ditujukan sebagai ungkapan terima kasih kepada segala pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi dengan judul "Identifikasi *Storynomics Tourism* Mie Lethek sebagai Makanan Khas Bantul". Penulis mengakui bahwa penelitian ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya kontribusi dan bantuan dari individu-individu berikut ini:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, Bapak Fian Damasdino, S.IP., M.Sc. dan Bapak Fuadi Afif, S.IP., M.Sc, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuan yang berharga dalam setiap tahapan penelitian. Bapak Dosen Pembimbing juga telah meluangkan waktu dan energi untuk memberikan dorongan, koreksi, dan saran yang membangun.
3. Bapak Ketua Program Studi Pariwisata, Bapak Arif Dwi Saputra yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan pengetahuan yang berharga dalam setiap tahapan penelitian.
4. Para responden, pemilik warung Mie Lethek, pengunjung, dan pihak terkait dalam industri pariwisata, yang telah berkenan menjadi subjek penelitian ini. Partisipasi mereka dalam penelitian ini sangat berarti dan memberikan kontribusi penting bagi pengumpulan data.
5. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah saya Ali Nuruddin S.Pd. M.Pd. dan Ibu saya Puji Hartini tercinta yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan dan pilihan hidup saya serta tidak pernah putus mendoakan saya.
6. Saya persembahkan skripsi ini untuk keluarga tercinta, dan saudara-saudari yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doa restu dalam perjalanan penulisan skripsi ini. Dukungan dan kasih sayang mereka telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi yang tak terhingga.

7. Teman-teman seperjuangan di bangku kuliah, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan kerjasama dalam perjalanan penelitian ini. Pengalaman berharga yang kita bagikan bersama telah mewarnai perjalanan ini menjadi lebih berarti, *see u on top* buat teman temanku Bulqis, Brintsie, Nobis, Salbi, Kak Sahrul, Bayu, Arip, Dicky, Mas Adi, Mas Antok, Risky, Uje, Puji, Pak Cik, Rainer, Veve, Deka, Faisal, Mba Nana, Mas Andana, Mbak Nia, Anggi, Dina, Linda, Jonep, Viyo, Salsa, Dinda, Den, Angky, Yuniar, Innez, Wulan, Pandu, Coco, Yogi, teman-teman KKN ku di Tepus, keluarga Kos Maguwoharjo, keluarga kos Seturan *City*, keluarga besar kos Wahid Hasyim, keluarga besar kos Bu Watik, Keluarga Desa Penglipuran yang selalu *support* dan memberikan kenangan manis di setiap Langkah perjalanan hidup saya selama di Jogja.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun memberikan dukungan, saran, dan bantuan dalam berbagai bentuk, yang telah turut berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka menerima kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk peningkatan penelitian di masa depan.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif dalam pengembangan industri pariwisata kuliner dan pengenalan Mie Lethek sebagai makanan khas Bantul. Semoga upaya ini dapat memperkaya warisan budaya Indonesia dan memberikan inspirasi bagi peneliti dan pemangku kepentingan yang terkait.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, bantuan, dan doa restu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana “Kepariwisata” pada Program Studi “Pariwisata” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan masalah Identifikasi *Storynomics Tourism* Mie Lethek sebagai Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta. Hasil menunjukkan bahwa Mie Lethek memiliki *Unique Selling Point* yang kuat.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Fian Damasdino, S.IP., M.Sc. selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Fuadi Afif, S.IP., M.Sc selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Angela Ariani SH.,MM. selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu untuk melengkapi segala dokumen dalam pengajuan penulisan skripsi.
5. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Pemilik Industri Mie Lethek Cap Garuda, Cap Busur Panah, dan Cap Semar yang bersedia memberikan izin dan membantu proses pengumpulan data sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar.
7. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu jalannya penelitian dengan memberikan informasi yang dibutuhkan.

Semoga bantuan Bapak dan Ibu dicatatat sebagai amal ibadah dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan yang diperbuat pada proses penyusunan skripsi. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik saran dapat disampaikan ke alamat email: mikhlasulamal114@gmail.com

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teorisasi	
1. Produk Makanan	7
2. <i>Storynomics</i>	10
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Metode dan Desain Penelitian.....	21
B. Lokasi dan Waktu	22
C. Informan Penelitian.....	22
D. Sumber Data.....	23

1. Sumber Data Primer	23
2. Sumber data Sekunder.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	23
1. Wawancara.....	23
2. Observasi.....	24
3. Dokumentasi	24
F. Uji Keabsahan Data.....	25
1. Kepercayaan (<i>kreadibility</i>).....	25
2. Triangulasi.....	25
3. Memperpanjang Pengamatan	25
4. Pemeriksaan Sejawat.....	26
5. Kebergantungan (<i>depandibility</i>)	26
6. Kepastian (<i>Konfermability</i>).....	26
G. Metode Analisis Data.....	27
1. Reduksi Data	27
2. Penyajian Data	27
3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan.....	28
H. Alur Penelitian	28
I. Jadwal Penelitian.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum.....	31
B. Hasil dan Pembahasan.....	32
1. Pengantar Singkat Mie Lethek	32
2. Sejarah Mie Lethek	41
3. Proses Pembuatan Mie Lethek.....	55
4. Memperkenalkan Konsep <i>Storynomics</i>	69
5. Konsep <i>Storynomics</i> dalam Bisnis Mie Lethek	71
6. Studi Kasus Mie Lethek dan <i>Storynomics</i>	78
7. Menerapkan <i>Storynomics</i> pada Bisnis Kuliner Lainnya	87

BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Mie Lethek	30
Gambar 4.2 Barack Obama dan Rombongan.....	31
Gambar 4.3 Barack Obama sedang menikmati mie letek	32
Gambar 4.4 Barack Obama Bersama Karyawan resto Bumi Langit	33
Gambar 4.5 Dion Wiyoko Ketika di Industri Mie Lethek cap Garuda.....	34
Gambar 4.6 Dion Wiyoko saat membuat Mie Lethek	34
Gambar 4.7 Dion Wiyoko ketika mencicipi Mie Lethek.....	36
Gambar 4.8 Heru Gundul Membuat Mie Lethek.....	37
Gambar 4.9 Donat Mie Lethek	38
Gambar 4.10 Proses Penjemuran Mie Lethek.....	39
Gambar 4.11 Karyawan Mie Lethek.....	41
Gambar 4.12 Mie Lethek setelah di cetak.....	42
Gambar 4.13 Karyawan Mie Lethek.....	43
Gambar 4.14 SD Muhammadiyah Bendo	45
Gambar 4.15 Mie Lethek di Jemur	51
Gambar 4.16 Proses awal,merendam bahan dasar Mie Lethek.	54
Gambar 4.17 Sapi dan Manusia	55
Gambar 4.18 Memotong Adonan.....	55
Gambar 4.19 Adonan Mie Lethek.....	56
Gambar 4.20 Adonan mie letek sedang dicetak menggunakan alat khusus. .	57
Gambar 4.21 Mie letek yang siap untuk di keringkan	58
Gambar 4.22 Proses Pemnjemuran Mie Lethek.....	59
Gambar 4.23 Salah satu olahan Mie Lethek.	60
Gambar 4.24 Proses memasak Mie Lethek.....	61
Gambar 4.25 Kunjungan di Industri Mie Lethek cap Garuda.....	62
Gambar 4.26 Acara Festival Mie Lethek	63
Gambar 4.27 Acara Festival Mie Lethek	64
Gambar 4.28 Acara Festival Mie Lethek	64
Gambar 4.29 Acara Festival Mie Lethek	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman dan Hasil Wawancara

Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 3: Surat Balasan Penelitian

Lampiran 4 : Lembar Bimbingan

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian

ABSTRAK

Pariwisata kuliner telah menjadi sektor yang signifikan dalam industri pariwisata di Indonesia. Salah satu jenis makanan khas yang menarik minat para wisatawan adalah Mie Lethek, sebuah hidangan mie yang berasal dari Bantul, Yogyakarta. Mie Lethek memiliki cerita yang unik dan menarik, serta nilai *historis* dan budaya yang kuat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis penggunaan prinsip *storynomics* dalam mempromosikan Mie Lethek sebagai makanan khas Bantul. *Storynomics* adalah pendekatan yang menggabungkan elemen *storytelling* dengan strategi pemasaran untuk menciptakan koneksi emosional dan menarik minat konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen terkait. Informan penelitian meliputi pemilik Industri Mie Lethek, Aparat Desa, Karyawan Mie Lethek, warga sekitar, sejarawan, Pedagang Mie Lethek, dan Ahli Gastronomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mie Lethek memiliki cerita yang kuat yang melibatkan aspek sejarah, warisan budaya, dan keunikan resep. Penggunaan prinsip *storynomics* dalam pemasaran Mie Lethek dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, menciptakan pengalaman yang berkesan, dan mempromosikan destinasi pariwisata Bantul secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang pentingnya penggunaan *storytelling* dalam industri pariwisata kuliner. Dengan memanfaatkan *storynomics*, pemangku kepentingan pariwisata dan pemilik warung Mie Lethek dapat mengoptimalkan potensi Mie Lethek sebagai produk unggulan dan daya tarik wisata di Bantul.

Kata Kunci: *storynomics*, promosi, wisata kuliner, Mie Lethek, Bantul.

ABSTARCT

Culinary tourism has become a significant sector in the tourism industry in Indonesia. One type of typical food that attracts tourists is Mie Lethek, a noodle dish originating from Bantul, Yogyakarta. Mie Lethek has a unique and interesting story, as well as strong historical and cultural values. This research aims to identify and analyse the use of storynomics principles in promoting Mie Lethek as Bantul's signature food. Storynomics is an approach that combines storytelling elements with marketing strategies to create emotional connections and attract consumer interest. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and analysis of related documents. Research informants include the owner of Lethek Noodle Industry, Village Officials, Lethek Noodle Employees, local residents, historians, Lethek Noodle Traders, and Gastronomy Experts. The results showed that Lethek Noodles has a strong story that involves aspects of history, cultural heritage, and the uniqueness of the recipe. The use of storynomics principles in marketing Mie Lethek can increase tourist attraction, create memorable experiences, and promote Bantul tourism destination as a whole. This research makes an important contribution to the understanding of the importance of storytelling in the culinary tourism industry. By utilising storynomics, tourism stakeholders and Mie Lethek stall owners can optimise the potential of Mie Lethek as a superior product and tourist attraction in Bantul.

Keywords: storynomics, promotion, culinary tourism, Mie Lethek, Bantul

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kunjungan wisatawan mancanegara turun hingga 89,05% pada Januari 2021, dari 1,29 juta kunjungan pada Januari 2020 menurun hingga 141.260 pada Januari 2021, berdasarkan data tersebut perlu adanya promosi untuk memulihkan kembali sektor pariwisata dan industri kreatif, salah satunya dengan *storynomics*.

Storynomics tourism adalah gaya baru dalam promosi pariwisata dan ekonomi kreatif, dengan pendekatan melalui cerita, menceritakan tentang keindahan budaya, daya tarik, sejarah dan *historis* di suatu destinasi wisata atau industri kuliner. Menurut Robert McKee 2018 dalam buku *Story Driven Marketing in the Post-Advertising World*, *Storynomics* adalah pemasaran berbasis cerita di dunia *post-advertising*, di mana pendekatan pemasaran dilakukan menggunakan teknik bercerita dalam sebuah konten yang kreatif, dalam pemasaran pariwisata penerapan *storynomics tourism* menjadi salah satu cara promosi destinasi untuk meningkatkan kunjungan kembali setelah pandemi Covid 19.

Menurut Kemenparekraf RI, *Storynomics tourism* merupakan pendekatan pariwisata yang menitikberatkan pada narasi, konten kreatif, *living culture* serta menggunakan kekuatan budaya sebagai DNA destinasi pariwisata. Daerah yang akan mengembangkan strategi *storynomics tourism* di Indonesia

tercakup dalam lima destinasi super prioritas yakni; Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, dan Likupang.

Konsep *storynomics* yaitu dikemas dengan mengkomunikasikan promosi di sektor pariwisata berkualitas yang dapat meyakinkan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Cerita menarik di balik destinasi wisata akan membuat wisatawan berkunjung lebih lama, eksplorasi daerah wisata dengan maksimal, memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru, hingga akhirnya memberikan *testimonial* atau rekomendasi kepada orang lain, konten-konten *storynomics* ini dapat berupa tradisi, cerita adat, budaya, mitos, dan kuliner.

Produk kuliner Industri kuliner merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia. Dimana subsektor ini dapat diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah serta pemasaran produk tersebut di Indonesia. Pembuatan industri kuliner khas ke dalam industri kreatif juga dapat diartikan adanya nilai tambah produk yang diberikan lewat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku industri kuliner, seperti kreasi cara pengolahan, resep, dan cara penyajian. Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia disebutkan bahwa dari total kontribusi perekonomian kreatif pada tahun 2016 terhadap PDB Indonesia industri kuliner berkontribusi sebesar 41,4 persen dari Rp 922 triliun (Agmasari, 2018).

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama dari industri kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dimana Industri kuliner merupakan salah satu dari tiga subsektor unggulan dari industri kreatif yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian selain fashion dan kerajinan (*Marketeers,2015*).

Menurut identifikasi penulis ada beberapa industri kuliner yang menunjang industri pariwisata dan kreatif di Indonesia, seperti contohnya ada Pempek, sebagai *icon* kuliner di Palembang, lumpia sebagai *icon* wisata kuliner di Semarang, serta ada gudeg sebagai *icon* kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut website resmi Kabupaten Bantul, Bantul mempunyai luas wilayah 506.85 km yang terdiri dari 17 kepanewon, 75 kelurahan, dan 933 padukuhan, berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Bantul tahun 2021 jumlah penduduk di Kabupaten Bantul sebanyak 998.647 jiwa. Komposisi penduduk di Kabupaten Bantul menurut usia pada tahun 2017-2021 didominasi oleh penduduk usia produktif, yaitu penduduk usia 15-64 tahun dengan proporsi rata rata penduduk 69,07% dari jumlah penduduk Kabupaten Bantul, berdasarkan data tersebut penulis tertarik untuk mengidentifikasi potensi wisata kuliner di Kabupaten Bantul.

Menurut harianjogja.com 2018, kuliner menjadi potensi unggulan dalam mendukung pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam pengukuhan pengurus baru asosiasi perusahaan jasa boga indonesia (APJI) Daerah Istimewa Yogyakarta, potensi kuliner tradisional perlu diangkat dan dikemas lebih

menarik agar sesuai dengan kebutuhan pasar, di Kabupaten Bantul pun kaya dengan makanan tradisional seperti: Peyek Tumpuk, Gudeg Manggar, Mie Pentil, Kue Adrem, Gathot, Sate Klathak, dan Mie Lethek maka dari itu penulis tertarik untuk mengemas lebih menarik di salah satu produk kuliner yang terkenal di Bantul, bernama mie letheck.

Mie letheck adalah makanan pokok berbahan dasar tepung gaplek dan tapioka, memiliki tekstur yang kenyal bebas pengawet, pewarna, pemutih dan rendah gluten sehingga cocok untuk dikonsumsi sehari sehari sebagai makanan diet, selain itu cara memproduksi yang masih sangat tradisional, Mie Lethek ini menjaga kualitas dan kuantitas, diproduksi dengan cara memutar silinder dengan bantuan sapi yang bergerak memutar, dengan proses penjemuran yang alami dan pemberdayaan masyarakat.

Mie Lethek juga mempunyai sejarah yang sangat menarik. Menurut Likari Imelda (2021), pada artikel paragram.id mengatakan bahwa Pabrik Mie letheck sudah berdiri sejak tahun 1940-an, yang saat itu ingin menyebarkan agama Islam. Berdasarkan kutipan Kompas.com 2017, Mie Lethek ini juga pernah diicipi oleh Barack Obama, mantan Presiden Amerika Serikat dan keluarga ini ketika berkunjung ke Indonesia.

Cerita yang menarik dan terkenalnya mie letheck ini membuat penulis tertarik untuk mengidentifikasi sebagai bahan guide, influencer, dan pemasar pariwisata dengan judul penelitian "Identifikasi Storynomics Tourism Mie Lethek Sebagai Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta".

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk menghindari meluasnya topik yang diangkat, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah *Identifikasi Storynomics Tourism Mie Lethek Sebagai Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta*, penelitian ini difokuskan meliputi:

1. Mengapa mie lethekek mempunyai potensi sebagai makanan khas Bantul ?
2. Bagaimana merangkai *storynomics* dari Mie Lethek ?

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini penjabaran tujuan penelitian penulis yang ingin dicapai dalam penelitian *Identifikasi Storynomics Tourism Mie Lethek Sebagai Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta*:

1. Untuk mengidentifikasi potensi mie lethekek sebagai makanan khas Bantul.
2. Untuk merangkai *storynomics* dari Mie Lethek..

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, antara lain yaitu :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam lingkup kepariwisataan, Penelitian ini dapat menjadi sarana memperkaya ilmu pengetahuan dan mengembangkan wawasan peneliti, tentang *Identifikasi Storynomics Tourism Mie Lethek Sebagai Produk Kuliner Khas Bantul Yogyakarta*.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan dan arahan agar dapat memberikan suatu konten narasi untuk para pemandu wisata ketika menjelaskan mengenai produk kuliner khas Bantul, yaitu Mie lethek dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bantul Yogyakarta.

- a. Bagi STP AMPTA Yogyakarta Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil laporan penelitian yang dapat dijadikan literatur bagi penelitian selanjutnya, yang sekiranya serupa.
- b. Bagi Mahasiswa Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran kepada pembaca mengenai Identifikasi *Storynomics* Mie Lethek Sebagai Makanan Khas Bantul Yogyakarta