

## **ANALISIS MENU ANDALIMAN SEBAGAI DAYA TARIK DAN IDENTITAS KULINER DI BINANGA CAFE KABUPATEN TOBA**

**Jupita Sianturi<sup>1</sup>, Mery Silalahi<sup>2</sup>, Denata Rajagukguk<sup>3</sup>, Maringan Sinambela<sup>4</sup>, Lyus Waruwu<sup>5</sup>**

[jupitasianturi695@gmail.com](mailto:jupitasianturi695@gmail.com)<sup>1</sup>, [mersil1510@gmail.com](mailto:mersil1510@gmail.com)<sup>2</sup>, [denatarajagukguk1211@gmail.com](mailto:denatarajagukguk1211@gmail.com)<sup>3</sup>, [maringansinambela78@gmail.com](mailto:maringansinambela78@gmail.com)<sup>4</sup>, [drliyus72@gmail.com](mailto:drliyus72@gmail.com)<sup>5</sup>

**Institut Agama Kristen Negeri Tarutung**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran menu berbasis andaliman sebagai daya tarik dan identitas kuliner di Binanga Cafe, Kabupaten Toba. Andaliman sebagai rempah khas Batak memiliki cita rasa unik sekaligus nilai budaya yang merepresentasikan identitas masyarakat Batak Toba. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Binanga Cafe berhasil mengolah andaliman ke dalam berbagai inovasi menu makanan dan minuman, sehingga menghadirkan pengalaman kuliner otentik yang membedakan dari kafe lain di kawasan Danau Toba. Konsumen menilai menu berbasis andaliman memiliki cita rasa khas, nilai budaya, serta daya tarik yang mendorong kunjungan ulang. Strategi diferensiasi dan promosi yang dilakukan tidak hanya memperkuat citra usaha, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dan pengembangan pariwisata berbasis kuliner di Kabupaten Toba.

**Kata Kunci:** Andaliman, Identitas Kuliner, Daya Tarik Wisata, Binanga Cafe.

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the role of andaliman-based menus as a culinary attraction and cultural identity at Binanga Cafe, Toba Regency. Andaliman, a traditional Batak spice, has a distinctive flavor and cultural value that represents the identity of the Batak Toba community. This research employed a descriptive qualitative method with a case study approach through observation, interviews, and documentation. The results show that Binanga Cafe successfully incorporated andaliman into various innovative food and beverage menus, creating an authentic culinary experience that differentiates it from other cafés around Lake Toba. Consumers perceived the andaliman-based menus as having unique taste, cultural value, and strong appeal that encouraged repeat visits. The differentiation and promotion strategies implemented not only strengthened the café's image but also contributed to the preservation of local culture and the development of culinarybased tourism in Toba Regency.*

**Keywords:** Andaliman, Culinary Identity, Tourist Attraction, Binanga Cafe.

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman budaya dan kuliner. Setiap daerah memiliki cita rasa khas yang mencerminkan identitas lokal, tradisi, dan kearifan budaya masyarakatnya. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi nasional untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Menurut Creative Economy Outlook (UNCTAD, 2022), ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang bertumpu pada ide, kreativitas, dan warisan budaya sebagai sumber daya utama, dan telah menjadi sektor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. (Howkins, 2021) juga menekankan bahwa dalam ekonomi kreatif, nilai tidak hanya terdapat pada produk fisik, tetapi juga pada ide, cerita, dan pengalaman yang melekat pada produk tersebut.

Salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam kerangka

ekonomi kreatif adalah wisata budaya. Pariwisata berbasis budaya memanfaatkan kekayaan tradisi, sejarah, dan praktik lokal sebagai daya tarik utama. Dalam UNESCO (Global Report on Culture and Sustainable Development, 2021), wisata budaya dipandang sebagai jembatan antara pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi, yang memungkinkan masyarakat lokal menjadi pelaku utama dalam membangun narasi dan citra destinasi. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari keindahan alam, tetapi juga pengalaman otentik yang merepresentasikan nilai-nilai budaya lokal.

Selanjutnya, pendekatan pembangunan berkelanjutan dalam lima tahun terakhir semakin menekankan pentingnya pelestarian budaya dalam menjaga keberlanjutan sosial dan ekonomi. (Sachs, 2020) menyatakan bahwa keberlanjutan harus mencakup hubungan yang seimbang antara manusia, alam, dan budaya, sementara (Hawkes, 2020) menyebutkan bahwa budaya adalah “pilar keempat” dari pembangunan berkelanjutan, berdampingan dengan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Di Indonesia, RPJMN 2020– 2024 juga menempatkan pelestarian nilai budaya sebagai bagian dari pembangunan daerah yang inklusif dan

partisipatif.

Dalam konteks ini, budaya tidak hanya dipahami sebagai warisan masa lalu, tetapi sebagai kekuatan aktif yang membentuk identitas dan inovasi masyarakat. Warisan budaya takbenda seperti kuliner, upacara adat, dan praktik lokal menjadi sumber penting dalam memperkuat nilai-nilai komunitas. (UNESCO, 2022) menegaskan bahwa warisan budaya takbenda adalah “living heritage” yang hidup, dinamis, dan harus dikelola bersama masyarakat pendukungnya. (Smith dan Waterton, 2020) menambahkan bahwa warisan budaya merupakan hasil konstruksi sosial yang mencerminkan kepentingan kolektif, dan karenanya pelestarian harus berbasis partisipasi masyarakat.

Keberagaman budaya yang dimiliki suatu daerah juga menjadi faktor penentu dalam daya saing destinasi. Dalam teori daya saing destinasi oleh (Porter, 2020), diferensiasi berbasis nilai-nilai lokal termasuk tradisi dan kuliner dapat menjadi keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru. (Richards, 2021) menyebutkan bahwa wisata kuliner berbasis budaya mampu menciptakan pengalaman emosional yang unik dan memperkuat keterikatan wisatawan dengan tempat yang dikunjungi. Oleh sebab itu, kuliner kini menjadi bagian strategis dalam membangun citra destinasi dan memperkuat posisi suatu wilayah dalam peta persaingan pariwisata.

Salah satu bentuk konkret dari pemanfaatan kuliner sebagai identitas dan daya saing adalah keberadaan kuliner khas berbasis rempah lokal seperti andaliman, yang merupakan rempah endemik khas Batak Toba. Andaliman dikenal sebagai "merica Batak" karena memiliki cita rasa pedas getir yang khas dan menjadi unsur utama dalam berbagai sajian tradisional seperti arsik, naniura, dan saksang. Selain memiliki nilai rasa, andaliman juga menyimpan nilai budaya yang kuat karena lekat dengan identitas etnis Batak dan praktik kuliner adat yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam konteks pengembangan kuliner lokal, pemanfaatan andaliman menjadi bentuk pelestarian sekaligus inovasi yang mampu menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman rasa yang otentik dan berbeda.

Dalam konteks ini, bahan lokal seperti andaliman (rempah khas masyarakat Batak Toba) berperan sebagai elemen utama dalam berbagai sajian kuliner tradisional, seperti naniura dan arsik. Rasa pedas-getir dan aroma khas dari andaliman menjadikannya sebagai pembeda yang kuat dari kuliner daerah lain, sehingga berpotensi menjadi daya tarik unik dalam promosi wisata kuliner. Kabupaten Toba, sebagai salah satu daerah yang mengembangkan pariwisata berbasis budaya di kawasan Danau Toba, memiliki potensi besar dalam mengangkat kuliner khas berbahan dasar andaliman. Salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan potensi ini adalah Binanga Cafe, yang menghadirkan inovasi menu

berbasis andaliman dengan pendekatan modern namun tetap mempertahankan cita rasa lokal. Menu-menu ini tidak hanya menawarkan sensasi rasa yang unik bagi wisatawan, tetapi juga membawa pesan budaya yang mengakar dalam kehidupan masyarakat Batak. Meskipun tidak seluruh menu yang disajikan mengandung andaliman, cafe ini menonjolkan berbagai olahan khas Batak yang menggunakan rempah tersebut sebagai identitas utama. Binanga Cafe tidak hanya berperan sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang budaya yang memperkenalkan nilai-nilai lokal kepada wisatawan melalui cita rasa khas dan narasi kuliner. Strategi ini dapat dilihat sebagai bagian dari ekonomi kreatif berbasis budaya yang mendorong daya saing daerah dengan tetap menjaga keberlanjutan nilai lokal. Melalui pendekatan ini, kuliner tidak hanya menjadi produk konsumsi, tetapi juga menjadi medium untuk memperkenalkan identitas, memperkuat posisi daerah dalam pariwisata, serta menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan budaya lokal.

Salah satu tren yang muncul adalah hadirnya sejumlah kafe yang mulai mengolah andaliman, rempah khas Batak, sebagai bahan utama dalam menu mereka. Tidak hanya digunakan dalam masakan tradisional seperti arsik dan naniura, andaliman kini juga mulai diintegrasikan dalam sajian modern seperti mi, ayam goreng, hingga minuman khas. Inovasi ini menjadi upaya pelaku usaha kuliner untuk menghadirkan pengalaman unik bagi wisatawan sekaligus mempertahankan warisan budaya lokal. Kondisi ini mencerminkan bahwa bahan lokal seperti andaliman memiliki potensi besar dalam memperkuat daya tarik kuliner sekaligus membentuk identitas gastronomi Kabupaten Toba di tengah persaingan destinasi wisata lainnya.

Meskipun demikian, penggunaan andaliman sebagai daya tarik kuliner di Kabupaten Toba masih belum dioptimalkan secara menyeluruh. Pengolahan andaliman masih terbatas pada menu makanan, tanpa diiringi dengan penguatan narasi budaya, visualisasi identitas, atau penataan ornamen yang mencerminkan kekhasan rempah tersebut. Beberapa kafe memang menghadirkan sajian berbasis andaliman, namun tidak semua menyertakan informasi yang menjelaskan sejarah, filosofi, maupun makna kultural dari rempah tersebut dalam konteks budaya Batak. Hal ini menyebabkan potensi andaliman sebagai simbol identitas kuliner dan warisan budaya lokal belum sepenuhnya tergali. Minimnya pendekatan naratif dan visual menyebabkan pengalaman wisata kuliner yang seharusnya bersifat holistik menjadi terfragmentasi, dan pada akhirnya kurang kuat dalam membentuk diferensiasi serta daya tarik yang mendalam bagi wisatawan.

Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan karena potensi bahan lokal seperti andaliman dalam memperkuat identitas kuliner dan daya tarik wisata masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Pemanfaatannya sejauh ini cenderung terbatas pada aspek rasa dalam menu, sementara dimensi lain yang mendukung pengalaman budaya secara menyeluruh—seperti narasi, visual, dan atmosfer ruang—belum diolah secara optimal. Padahal, dalam konteks meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman yang autentik dan bernuansa lokal, pendekatan yang holistik sangat diperlukan. Integrasi antara narasi budaya, ornamen visual, dan penyajian yang kontekstual memiliki peran penting dalam membangun sense of place serta menciptakan diferensiasi destinasi wisata kuliner. Permasalahan yang muncul tidak hanya menyangkut inovasi rasa, tetapi juga bagaimana menu berbasis andaliman dapat diolah dan dikomunikasikan sebagai bagian dari narasi budaya Batak yang lebih luas. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji bagaimana menu andaliman di Binanga Cafe berperan sebagai penanda identitas kuliner Batak, serta sejauh mana kehadirannya menjadi daya tarik dalam konteks pengembangan wisata kuliner di Kabupaten Toba.

Namun demikian, hingga saat ini belum banyak kajian yang secara khusus menganalisis bagaimana menu andaliman di Binanga Cafe diolah menjadi elemen identitas dan strategi daya tarik dalam pariwisata kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk

memahami proses representasi identitas kuliner melalui inovasi menu andaliman.

Berdasarkan uraian di atas, maka penting untuk mengkaji bagaimana menu berbasis andaliman di Binanga Cafe tidak hanya berfungsi sebagai elemen kuliner, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya Batak serta membentuk daya tarik dalam konteks wisata kuliner di Kabupaten Toba.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam penggunaan andaliman sebagai daya tarik dan identitas kuliner di Binanga Cafe, Kabupaten Toba. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali realitas sosial dan budaya secara kontekstual serta memahami makna di balik fenomena yang terjadi di lapangan.

Metode studi kasus digunakan untuk menelusuri secara spesifik bagaimana strategi kuliner, inovasi menu, dan citra bisnis dibangun oleh Binanga Cafe dalam mengangkat andaliman sebagai bahan utama dalam sebagian besar menunya. Penelitian ini bersifat eksploratif dan interpretatif, dengan fokus pada makna, proses, dan persepsi subjek penelitian.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara holistik, tidak hanya dari aspek permukaan seperti penyajian menu, tetapi juga dari proses internal seperti pertimbangan pemilihan bahan, strategi promosi, serta bagaimana nilai-nilai lokal dikemas dalam konteks bisnis modern. Studi kasus di Binanga Cafe memberikan ruang untuk mengeksplorasi interaksi antara pelaku usaha, konsumen, dan lingkungan budaya sekitarnya, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam dan kontekstual mengenai peran andaliman dalam membentuk daya tarik kuliner serta identitas lokal yang khas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif terhadap makna budaya yang terkandung dalam praktik kuliner sehari-hari di kafe tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Binanga Cafe hadir di Desa Lumban Julu, Kabupaten Toba, dengan posisi strategis di jalur wisata menuju Danau Toba. Café ini menonjolkan rempah khas Batak, andaliman, sebagai identitas utama dalam setiap menu yang disajikan. Keberadaannya bukan sekadar tempat makan, melainkan juga sarana mengenalkan budaya Batak kepada wisatawan.

Andaliman, yang sering disebut “lada Batak”, telah lama menjadi bagian penting dalam kuliner masyarakat Batak. Rempah ini memberi rasa pedas getir khas yang tak ditemukan pada bumbu lain. Penggunaan andaliman di Binanga Cafe menghubungkan tradisi kuliner dengan inovasi modern, sehingga kuliner lokal tetap relevan bagi pasar wisata.

Sejarah panjang andaliman menambah nilai budaya yang ditawarkan. Rempah ini telah dicatat oleh botanis Eropa sejak abad ke-19, namun jauh sebelumnya masyarakat Batak telah memanfaatkannya dalam hidangan adat seperti arsik dan saksang. Dengan begitu, Binanga Cafe menghidupkan kembali kearifan lokal melalui konteks industri kreatif.

Menu di Binanga Cafe menjadi kekuatan utama. Dari nasi goreng, mie, ayam goreng, hingga kopi dan mocktail, hampir semua diberi sentuhan andaliman. Menu tersebut tidak hanya menghadirkan rasa unik, tetapi juga menanamkan nilai budaya pada pengalaman bersantap. Hal ini menjadikan café berbeda dari kafe modern lain di kawasan Danau Toba.

Desain interior yang modern dengan sentuhan lokal juga menambah nilai jual. Café ini memadukan nuansa kayu, ornamen Batak, dan ruang terbuka yang nyaman, sehingga konsumen merasakan keseimbangan antara modernitas dan lokalitas. Dengan demikian, pengalaman bersantap di Binanga Cafe tidak sebatas rasa, melainkan juga suasana.

Strategi diferensiasi Binanga Cafe terlihat jelas dalam konsistensi penggunaan andaliman. Café ini tidak sekadar mengikuti tren kuliner, tetapi membangun citra yang unik dengan mengandalkan kekhasan budaya lokal. Identitas ini memperkuat daya tarik dan menjadi alasan wisatawan untuk kembali.

Pengunjung memberikan respon positif. Mereka menilai rasa pedas getir andaliman unik, otentik, bahkan membangkitkan nostalgia terhadap masakan Batak. Beberapa menyebut pengalaman kuliner di Binanga Cafe membuat mereka ingin kembali atau merekomendasikan kepada teman, sehingga café berfungsi sebagai promotor budaya secara tidak langsung.

Kontribusi ekonomi juga terasa. Binanga Cafe menjalin kerja sama dengan petani lokal untuk pasokan andaliman. Dengan begitu, café mendukung rantai nilai yang melibatkan masyarakat sekitar. Kolaborasi ini memperlihatkan bahwa bisnis kuliner berbasis budaya dapat mendukung ekonomi kreatif lokal secara berkelanjutan.

Selain kuliner, café ini juga menjalankan fungsi edukatif. Penyajian makanan kerap disertai penjelasan tentang asal-usul andaliman dan perannya dalam tradisi Batak. Dengan cara ini, konsumen bukan hanya makan, tetapi juga belajar dan memahami nilai budaya.

Dari segi teori, temuan ini sejalan dengan konsep inovasi produk Kotler & Keller (2016) yang menekankan pentingnya modifikasi produk agar relevan dengan pasar. Binanga Cafe mengemas hidangan tradisional menjadi sajian modern, sehingga mampu menjangkau wisatawan dengan selera beragam.

Keberhasilan café juga dapat dijelaskan dengan teori identitas kuliner (Richards, 2015), yang melihat makanan sebagai simbol budaya. Dengan konsistensi menghadirkan andaliman, Binanga Cafe tidak hanya menawarkan kuliner, tetapi juga memperkuat identitas Batak dalam ranah pariwisata.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama café terletak pada inovasi menu dan identitas budaya. Namun, ada kelemahan berupa pasokan andaliman yang bergantung musim serta keterbatasan segmen konsumen yang belum terbiasa dengan rasa pedas-getir.

Peluang besar datang dari tren wisata kuliner otentik dan dukungan pemerintah terhadap Danau Toba sebagai destinasi super prioritas. Akan tetapi, café juga menghadapi ancaman berupa persaingan ketat dengan kafe modern lain, perubahan selera konsumen, dan fluktuasi harga bahan baku.

Dengan kondisi tersebut, strategi yang perlu ditekankan adalah memperkuat promosi digital, memperluas variasi produk berbasis andaliman, serta mengembangkan andaliman menjadi oleh-oleh khas. Langkah ini dapat memperluas pasar dan memperkuat posisi café dalam industri kuliner.

Hasil penelitian juga konsisten dengan studi terdahulu, misalnya Simanjuntak (2020) yang menyoroti andaliman sebagai identitas kuliner Batak dan Marbun & Manurung (2021) yang menekankan daya tarik inovasi produk berbasis rempah lokal. Dengan demikian, Binanga Cafe memperlihatkan praktik nyata dari teori-teori tersebut.

Kesimpulannya, Binanga Cafe berhasil menggabungkan inovasi kuliner dengan pelestarian budaya. Dengan menjadikan andaliman sebagai pusat menu, café ini tidak hanya menciptakan daya tarik unik, tetapi juga memperkuat identitas Batak Toba dan mendukung branding Kabupaten Toba sebagai destinasi kuliner khas yang berdaya saing di tingkat nasional maupun global.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis menu andaliman sebagai daya tarik dan identitas kuliner di Binanga Cafe Kabupaten Toba, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

### **1. Identitas Kuliner Lokal**

Penggunaan andaliman pada menu Binanga Cafe tidak hanya berfungsi sebagai penambah cita rasa, tetapi juga sebagai simbol identitas kuliner Batak. Setiap sajian yang mengandung andaliman menyampaikan nilai budaya, tradisi, serta kearifan lokal yang memperkuat sense of place masyarakat Toba.

### **2. Inovasi Menu Berbasis Andaliman**

Binanga Cafe berhasil melakukan inovasi kuliner dengan mengangkat andaliman sebagai bahan utama dalam menu modern seperti nasi goreng andaliman, ayam goreng andaliman, kopi andaliman, dan camilan berbumbu khas. Inovasi ini menjadikan café berbeda dari pelaku usaha lain sekaligus menambah nilai daya tarik bagi wisatawan.

### **3. Daya Tarik Wisata Kuliner**

Andaliman menjadi daya tarik utama yang membedakan Binanga Cafe dengan café lain di kawasan Danau Toba. Keunikan rasa pedas-getir serta narasi budaya yang menyertai setiap menu menghadirkan pengalaman otentik bagi wisatawan. Hal ini sejalan dengan teori daya tarik wisata yang menekankan keunikan budaya sebagai magnet utama pariwisata.

### **4. Strategi Bisnis dan Branding**

Binanga Cafe menerapkan strategi diferensiasi dengan menonjolkan keunikan andaliman, memanfaatkan media sosial, serta menjalin kerja sama dengan komunitas pariwisata lokal. Strategi ini mendukung promosi Kabupaten Toba sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya.

### **5. Analisis SWOT**

Seluruh temuan penelitian selaras dengan teori yang digunakan dalam landasan pustaka, seperti teori sense of place (Relph), inovasi kuliner (Hjalager), experiential marketing (Buhalis & Sinarta), serta pengalaman emosional konsumen (Kim & Eves). Dengan demikian, rumusan masalah penelitian telah terjawab, yakni bahwa menu andaliman di Binanga Cafe mampu merepresentasikan identitas kuliner lokal sekaligus meningkatkan daya tarik wisata kuliner di Kabupaten Toba.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Experiential marketing in tourism and hospitality: Theory and practice. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Hawkes, J. (2020). The fourth pillar of sustainability: Culture's essential role in public planning. *Common Ground*.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
- Howkins, J. (2021). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458–1467.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E. (2020). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion Limited.
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on cultural tourism. *International Journal of Cultural Policy*, 27(1), 1–17.

- Sachs, J. D. (2020). *The ages of globalization: Geography, technology, and institutions*. Columbia University Press.
- Smith, L., & Waterton, E. (2020). *Heritage, communities and archaeology*. Routledge.
- UNESCO. (2021). *Culture 2030 indicators*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO. (2022). *Intangible cultural heritage and sustainable development*. UNESCO Publishing.
- UNCTAD. (2022). *Creative economy outlook 2022: Trends in international trade in creative industries*. United Nations Conference on Trade and Development.