

## PENINGKATAN PEMAHAMAN KARAKTERISTIK FOODIES TOURIST SEBAGAI SEGMENTASI PASAR WISATA KULINER BAGI MASYARAKAT DESA WISATA LEREP KABUPATEN SEMARANG

Desika Nur Jannah<sup>1</sup>, Setiawan Wibowo<sup>2</sup>, Bram Arvianto <sup>3</sup>  
123Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang

### Abstrak

Foodies Tourist merupakan pecinta kuliner. Pelatihan dalam memahami suatu karakteristik wisatawan merupakan bagian yang sangat penting dalam meningkatkan minat kunjungan dan mengidentifikasi daftar minat khusus wisata berbasis kuliner, yang melingkupi jenis makanan lokal, olahan makanan lokal, daya tarik makanan lokal dan nilai sejarah makanan lokal tersebut. Pelatihan ini untuk menunjang proses pengenalan antara masyarakat dan wisatawan lebih intens dalam memaknai kegiatan kuliner sebagai wadah bertukar informasi dan mendeklarasikan hasil olahan makanan tersebut sebagai budaya khas yang harus dilestarikan. Diharapkan dengan pelatihan ini masyarakat Desa Wisata Lerep bisa lebih memahami kebutuhan khusus informasi nilai sumber daya makanan dan tata cara pengolahan makanan kepada wisatawan penikmat kuliner (foodies tourist). Pelatihan model ceramah dan praktik langsung mempunyai tujuan dari pengabdian ini adalah Masyarakat Desa Wisata Lerep mendapatkan wawasan tentang layanan pecinta makanan wisatawan (Foodies Tourist). Wisatawan yang termotivasi pada kegiatan wisata kuliner dikenal dengan sebutan Foodies Tourist dalam berbagai aspek baik itu dari destinasi wisata, pencarian makanan khas dan hasil olahan menu lokal. Masyarakat Desa Wisata Lerep yang tergabung dalam organisasi pokdarwis Desa Lerep merupakan Peserta pelatihan pemahaman karakteristik Foodies Tourist. Masyarakat Desa Lerep sangat perlu dalam mendalami materi tentang pelayanan kepada wisatawan yang berfokus pada pengalaman menikmati kuliner lokal. Pelatihan ini akan mengajarkan pada masyarakat untuk memberikan pelayanan prima dan praktek tentang tata cara penyajian makanan lokal yang memiliki daya tarik makanan sebagai bentuk visualisasi cita rasa yang elegan. Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian “Peningkatan Pemahaman Karakteristik Foodies Tourist Sebagai Segmentasi Pasar Wisata Kuliner Bagi Masyarakat Desa Wisata Lerep” ini adalah memahami memanfaatkan kemampuan mengolah hasil sumber daya dan kreasi bentuk makanan lokal sesuai karakteristik Foodies Tourist, sehingga memudahkan masyarakat dalam membuat pemetaan destinasi kuliner lokal yang sarat akan pengalaman berharga dan bernilai pada kegiatan perjalanan wisata.

Kata Kunci : *Foodies Tourist, Segmentasi Pasar, Wisata Kuliner*

### I. PENDAHULUAN

Pariwisata sering dihubungkan dengan perjalanan yang lebih banyak berkaitan dengan kegiatan-kegiatan santai dan bersenang-senang. Ada juga yang mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. (Erna Marlina, 2019). Kata Wisatawan (*tourist*) merujuk

kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller* atau seorang *visitor*. Seorang *visitor* adalah seorang *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist*. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja,

sekolah dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari. Orang-orang menurut kategori ini sama sekali tidak dapat dikatakan *tourist*. Terdapat tiga konsep dasar wisatawan yang umum diaplikasikan saat ini, yaitu pengertian umum tentang *tourist*, konsep *heuristic*, dan definisi teknis. Prinsip dasar studi mengenai wisatawan harus dimulai dari pemahaman pengertian yang berbeda tersebut tidak menimbulkan kebingungan dan kesalahpahaman. (Pitana, 2019). Makanan adalah zat yang dikonsumsi untuk memberikan dukungan nutrisi bagi tubuh. Makanan biasanya berasal dari tanaman, hewan, dan nutrisi penting seperti karbohidrat, lemak, protein, vitamin, dan mineral. Zat tersebut tertelan oleh organisme dan diasimilasi oleh organisme sel untuk menghasilkan energi, mempertahankan hidup atau membantu pertumbuhan. (Parantika, 2019). Semakin meningkatnya taraf hidup suatu bangsa menyebabkan tuntutan manusia terhadap makanan lebih meningkat. Manusia tidak hanya butuh untuk makan saja., tetapi lebih dari itu menuntut pula makanan yang cukup baik, cukup gizinya, enak dan menarik. (Hamidah, 2013). Inti dari pemasaran destinasi pariwisata adalah bagaimana menyelaraskan antara permintaan pelanggan dengan produk yang dimiliki oleh destinasi. Upaya dalam penyelarasan itu dapat dilakukan dengan cara berorientasi terhadap pelanggan itu sendiri. Orientasi terhadap pelanggan mengandung arti bahwa destinasi harus mengerti apa yang dibutuhkan, yang diinginkan dan apa yang diharapkan oleh pelanggan atau dengan kata lain, destinasi harus memahami apa yang ada dalam benak pelanggan atau yang biasa disebut dengan *customer insight*. (Hidayah, 2019). Makanan (termasuk minuman) bukan lagi sekedar bagian dari akomodasi, justru makanan adalah atraksi itu sendiri, yaitu tujuan utama wisatawan tersebut dalam melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi. Inilah yang membedakan *food tourism* dengan corak pariwisata lainnya, bahwa motivasi berwisata adalah makanan (*food experience and enjoyment*). (Nurdiyansah, 2014).

Masyarakat Desa Wisata Lerep masih belum mengetahui atau memahami potensi kunjungan wisatawan penikmat kuliner. Pelatihan karakteristik *Foodies Tourist* bertujuan mempelajari kemampuan berpartisipasi menata lingkungan desa yang humanis terhadap kebutuhan terhadap sumber daya pengolahan makanan. Masyarakat Desa Wisata Lerep hanya menyelenggarakan kegiatan

kuliner secara *temporary* Bernama “pasar jajanan ndeso”. Masyarakat desa hanya berorientasi pada hasil penjualan makanan dan ketersediaan stok hasil olahan yang sangat terbatas. Dalam kenyataannya banyak masyarakat desa dan wisatawan yang berkunjung minim interaksi dalam hal pengetahuan dan nilai dari makanan lokal yang dijual. Pada dasarnya hanya memenuhi kebutuhan jual beli di pasar.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan suatu pelatihan untuk menunjang proses pengenalan antara masyarakat dan wisatawan lebih intens dalam memaknai kegiatan kuliner sebagai wadah bertukar informasi dan mendeklarasikan hasil olahan makanan tersebut sebagai budaya khas yang harus dilestarikan. Diharapkan dengan pelatihan ini masyarakat Desa Wisata Lerep bisa lebih memahami kebutuhan khusus informasi nilai sumber daya makanan dan tata cara pengolahan makanan kepada wisatawan penikmat kuliner (*foodies tourist*).

## II. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah. Sebelum dimulai kegiatan praktek diawali dengan macam macam makanan dengan pecinta makanan. Kegiatan Peningkatan kemampuan ini bertempat di Pendopo Tamu Desa Wisata Lerep.

Masing-masing peserta duduk 1 meja 4 orang selama praktik berlangsung. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi Peningkatan kemampuan adalah 4 (empat) jam, terdiri dari : 30 menit perkenalan, 30 menit untuk persiapan buku check list kebutuhan *Foodies Tourist*, 180 menit praktek dan keseluruhan penyusunan kebutuhan *Foodies Tourist*



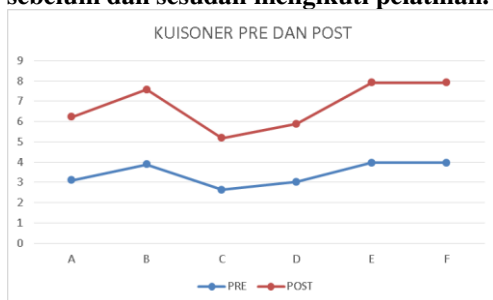


Gambar 1. Tim Pengabdian sedang membimbing peserta

Peserta dari kegiatan *Foodies Tourist* ini adalah 15 orang yang berasal dari kelompok peserta pelaku wisata Desa Lerep. Adapun syarat untuk menjadi peserta, seperti yang telah disepakati dengan pihak pelaku wisata di Desa Wisata Lerep dan peserta bersedia mengikuti kegiatan selama 1 (satu) hari.

### III. HASIL dan PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian berjalan dengan lancar. Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan *Foodies Tourist* ini dilakukan selama satu hari. Pada pelatihan ini akan dilakukan evaluasi kemudian dilanjutkan evaluasi materi secara keseluruhan diakhir kegiatan. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan. Evaluasi kegiatan juga dilakukan berupa kuesioner yang diisi peserta, terkait dengan kegiatan yang telah diikuti. Berikut gambar 2 adalah hasil pengolahan kuesioner sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan.



Gambar 2. Hasil kuesioner pre dan post test

Grafik diatas menunjukkan bahwa hasil dari nilai POST-TEST memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding dengan nilai PRE-TEST, ini mempunyai arti adanya peningkatan pemahaman terhadap materi yang diberikan.

Luaran yang dihasilkan adalah peningkatan pemahaman para pelaku desa wisata lerep tentang karakteristik *Foodies*

*Tourist* sebagai segmentasi pasar wisata kuliner bagi masyarakat desa wisata lerep kabupaten semarang. Kemampuan pemahaman pelaku desa wisata lerep diperoleh berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelaku desa wisata lerep. Melalui peningkatan kemampuan ini, diharapkan pelaku desa wisata lerep dapat memanfaatkan *Foodies Tourist* dengan baik sebagai segmentasi pasar wisata kuliner, sehingga pelaku desa wisata lerep dapat melakukan *Foodies Tourist* dengan baik dan benar bagi masyarakat desa wisata lerep Kabupaten Semarang.



Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian Peningkatan *Foodies Tourist* bagi Pelaku desa wisata Lerep diperoleh beberapa hasil sebagai berikut:

- Peserta berhasil memahami karakteristik *Foodies Tourist* yang benar
- Peserta mendapatkan wawasan tentang layanan pecinta makanan wisatawan (*Foodies Tourist*).

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu :

- Peningkatan pemahaman *Foodies Tourist*
- Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Publikasi.

### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain : Para pelaku desa wisata lerep memahami manfaat dari pelatihan *Foodies Tourist* dengan baik dan mudah dipahami dan permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan *Foodies Tourist* bagi pelaku desa wisata lerep berjalan dengan baik dan lancar.

Saran yang dapat diberikan adalah memberikan pengetahuan lebih tentang peningkatan *Foodies Tourist* bagi pelaku desa wisata lerep Ungaran.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Semarang yang telah membiayai kegiatan ini, sehingga bisa berjalan lancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

Pitana, I Gde. 2019. *Pengantar Ilmu Pariwisata*: Penerbit Andi

Ridwan, Mohammad. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Sofmedia

Nurdiyansah. 2014. *Peluang dan Tantangan Pariwisata Indonesia*. Alfabeta

Abidin, Yusuf Zainal, dkk , 2014. *Pengantar Sistem Sosial Budaya di Indonesia*. Pustaka Setia.

Hidayah, Nurdin. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.

Gambar 2. Luaran Publikasi di Media Masa