

## INTISARI

Wisata gastronomi yang merupakan wisata minat khusus dengan menjadikan keunikan kompleksitas budaya makan sebagai daya tarik wisata tidak luput dari dampak positif dan negatif terhadap nilai budaya gastronomi itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini untuk meminimalkan dampak negatif dan meningkatkan dampak positif dengan menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan wisata gastronomi ingkung berkelanjutan di Guvosari Pajangan Kabupaten Bantul. Metode wawancara dan dokumentasi digunakan untuk mengetahui motivasi pelaku usaha dalam menentukan produksi gastronomi otentik dan terdiferensiasi, atribut-atribut identitas makanan dan lingkungan yang terdiferensiasi, serta preferensi wisatawan terhadap atribut gastronomi ingkung di Sentra Ingkung Guvosari. Analisa data deskriptif menggunakan Software NVivo 10. Dua fitur utama pada NVivo 10 yang digunakan yaitu *Matrix Coding* untuk memahami suatu konsep dari data yang telah dikategorikan, seperti preferensi wisatawan terhadap atribut gastronomi, motivasi pelaku usaha terhadap originalitas dan inovasi, serta fitur *Crosstab* digunakan untuk melihat tipologi jalur gastronomi yang sebenarnya dari masing-masing rumah makan ingkung yang mempunyai label dan strategi usaha berupa original dan inovasi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa diferensiasi identitas gastronomi di Sentra Ingkung Guvosari cukup tinggi, berbanding terbalik dengan tingginya preferensi wisatawan terhadap originalitas. Umumnya originalitas atribut gastronomi yang ada saat ini merupakan otentisitas eksistensial dan otentisitas konstruksional sehingga pengalaman wisatawan terhadap originalitas bukan merupakan otentisitas murni. Hasil analisis SOAR menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan yaitu (1) Strategi pengembangan produk untuk mempertahankan originalitas identitas gastronomi ingkung. Inovasi-inovasi dapat dilakukan jika produk berada pada tahap jenuh ataupun sebagai solusi bagi usaha yang ingin menawarkan produk sejenis yang lebih baik, lebih murah, ataupun menghadirkan keunikan sebagai strategi usaha. Inovasi yang dimaksud tetap memperhatikan keseuaian dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tanpa harus merusak nilai identitas gastronominya sehingga inovasi dilakukan secara terukur dan tepat; (2) Strategi pengembangan atraksi yaitu strategi yang bertujuan untuk mengemas identitas gastronomi ingkung menjadi daya tarik pariwisata yang akan memberikan pengalaman, kepuasan, serta kunjungan kembali bagi wisatawan. Daya tarik wisata gastronomi ingkung merupakan unsur-unsur budaya yang melekat pada atribut identitas makanan dan lingkungan dari produk ingkung di Sentra Ingkung Guvosari Pajangan, Kabupaten Bantul; (3) Strategi pengembangan pasar yaitu memperkenalkan produk atau jasa saat ini lebih masif dan luas. Tujuan strategi ini adalah untuk memperbesar pangsa pasar yang belum jenuh sehingga produksi ingkung otentik terus dapat berlangsung dengan demikian manfaat ekonomi dapat dirasakan sekaligus pelestarian ingkung sebagai makanan warisan budaya dapat terjadi.

Kata kunci : wisata gastronomi, sentra ingkung Guvosari, SOAR

## ABSTRACT

*Gastronomy tourism, a tour that arouses special interest by tourismizing the unique complexity of gastronomic culture, cannot escape its positive and negative impact on the value of gastronomic culture itself. The purpose of this study is to minimize the negative impacts and enhance the positive impacts by determining the right strategies for the development of sustainable Inkung gastronomic tourism in Guwosari, Pajangan, Bantul Regency. Interview and documentation methods were used to determine the motivation of business actors in determining authentic and differentiated gastronomic production, differentiated food and environmental identity attributes, and tourist preferences for ingkung gastronomic attributes. Descriptive data analysis used NVivo 10 software. Two main features in NVivo 10 were used, namely Matrix Coding to understand a concept from data that has been categorized, such as tourist preferences for gastronomic attributes of business actors' motivation for Originality and Innovation, and the Crosstab feature is used to see the true typology of gastronomic pathways from each ingkung restaurant which has a label and business strategy in the form of original and innovation. The results of the data analysis show that the differentiation of gastronomic identities at the Sentra Inkung Guwosari is quite high, inversely proportional to the high preference of tourists for originality. In general, originality of current gastronomic attributes is existential authenticity and constructive authenticity, so that tourists' experience of originality is not pure authenticity. The results of the SOAR analysis produce several alternative developments, namely (1) Product development strategy to preserve the uniqueness of Inkung's gastronomic identity. If a product has reached saturation, innovations can be made as a solution for businesses that want to offer similar products that are better, cheaper, or present uniqueness as a business strategy. The innovation in question still pays attention to consumer needs and desires without jeopardizing the value of their gastronomic identity, ensuring that innovation is carried out in a measurable and precise manner; (2) Attraction development strategy, specifically a strategy aimed at packaging Inkung's gastronomic identity into a tourism attraction that will provide tourists with experience, satisfaction, and return visits. The cultural elements attached to the food and environmental identity attributes of ingkung products at the Inkung Guwosari Pajangan Center, Bantul Regency, are the ingkung gastronomic tourist attraction; (3) The market development strategy is to introduce products or services that are currently more popular. The goal of this strategy is to increase the unsaturated market share so that authentic ingkung production can continue, allowing for both economic benefits and the preservation of ingkung as a cultural heritage food.*

*Keywords: gastronomic tourism, sentra ingkung Guwosari, SOAR*