



INTISARI

Perkembangan internet di Indonesia saat ini melahirkan tren-tren baru dalam pada bidang kuliner yaitu wisata kuliner. Hal ini membawa peluang baru untuk UMKM terutama dari sektor pariwisata dalam mengembangkan bisnisnya. Meskipun telah dibantu oleh pemerintah untuk memperkenalkan budaya kulinernya masing masing, terdapat kendala umum yang dihadapi oleh para wisatawan kuliner seperti ketidaktahuan mengenai lokasi yang akan dikunjungi dan masalah aksesibilitas restoran sehingga calon wisatawan enggan mengunjungi daerah yang dimaksud. Disisi lain tidak banyak agen perjalanan wisata yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan kuliner tersebut dikarenakan agen perjalanan wisata pada umumnya tidak menjadikan fokus utamanya terhadap wisata kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk merancang bisnis agen perjalanan wisata kuliner, yaitu Traveliner, yang difokuskan pada segmen wisata kuliner yang dapat membantu usaha UMKM dan wisatawan kuliner secara bersamaan. Analisis yang dilakukan diantaranya dengan menggunakan teori *Five Forces Model Of Competition*, SWOT, peta empati, kanvas model bisnis dan rencana bisnis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif, sehingga penelitian ini akan mengidentifikasi dan mengeksplorasi lebih lanjut mengenai fenomena yang terjadi di masyarakat untuk menghasilkan suatu informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang ditemukan. Instrumen yang digunakan adalah wawancara dan survei untuk pengumpulan data lalu dianalisis untuk menentukan kelayakan dari segi bisnis dan juga keuangannya. Hasil dari penelitian ini adalah dokumen kelayakan bisnis yang berisi tentang strategi pemasaran, produk yang ditawarkan, keuangan, dan strategi operasional dalam melakukan bisnis agen perjalanan wisata yang fokus pada segmen wisata kuliner.

Kata Kunci; wisata kuliner, masakan Indonesia, pariwisata, kuliner terbaik



ABSTRACT

Currently, the development of the internet in Indonesia creating new trends in culinary, namely culinary tourism. This brings new opportunities for MSMEs, especially from the tourism sector to developing their business. Although it has been assisted by the government by helping various regions in Indonesia to introduce their respective cultures, there are common obstacles faced by culinary tourists such as ignorance about the location and restaurant accessibility problems so that potential tourists are reluctant to visit the destination. On the other hand, there are not many travel agents who can meet the needs of culinary tourists because travel agents in general do not make their main focus on culinary tourism. This study aims to design a culinary travel agency business, Traveliner, that focuses on the culinary tourism segment that can help MSME businesses and culinary tourists simultaneously. The analysis is carried out using the theory of Five Forces Model Of Competition, SWOT, empathy map, business model canvas and business plan. This study uses exploratory qualitative methods, so this research will identify and further explore the phenomena that occur in society to produce information that can be used to solve the problems that has been found. The instruments used are interviews and surveys for data collection and then analyzed to determine business and finance feasibility. The result of this research is a business feasibility document that contains marketing strategies, products offered, finances, and operational strategies in conducting a travel agent business that focuses on the culinary tourism segment.

Keywords; culinary tourism, Indonesian cuisine, tourism, best culinary