

Inovasi Jajanan Pasar sebagai Dessert Hotel Berbasis Kesehatan dan Estetika di Gumaya Tower Hotel Semarang

Market Snack Innovation as a Health and Aesthetic-Based Hotel Dessert at Gumaya Tower Hotel Semarang

Dona Ayu Safitri & Henry Yuliamir*

Program Studi Manajemen Perhotelan, Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 11 Juli 2025; Direview: 31 Juli 2025; Disetujui: 18 Agustus 2025

*Corresponding Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

Abstrak

Tren kuliner modern mendorong industri perhotelan untuk berinovasi menghadirkan menu yang tidak hanya lezat, tetapi juga sehat dan menarik secara visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk jajanan pasar sebagai dessert hotel yang mengintegrasikan nilai kesehatan dan estetika berbasis kearifan lokal di Gumaya Tower Hotel Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, dengan triangulasi sebagai teknik validasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gumaya Tower Hotel berhasil memodifikasi jajanan pasar tradisional menjadi menu penutup premium melalui pengolahan rendah gula, penyajian artistik, dan penggunaan bahan lokal berkualitas. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dan nilai gizi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dalam industri kuliner perhotelan. Studi ini memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan menu hotel berbasis budaya lokal yang adaptif terhadap tren kesehatan konsumen modern.

Kata Kunci: Estetika; Hotel; Inovasi Kuliner; Jajanan Pasar; Kesehatan.

Abstract

Abstract Revitalization of traditional snacks as healthy and aesthetic desserts is an innovative strategy in strengthening local culinary identity in the hospitality industry. This study aims to examine the process of modifying traditional market snacks to meet the aesthetic and health standards of five-star hotels, with a case study at Gumaya Tower Hotel Semarang. The approach used is descriptive qualitative with a single case study method. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation of chefs, food and beverage managers, and hotel guests. The results of the study indicate that innovation is carried out through substituting unhealthy ingredients with natural ingredients, modern serving techniques, and inserting local cultural values through storytelling. Hotel guest responses showed a high level of satisfaction with the visual appearance and health value, although some noted a change in taste from the traditional version. This revitalization also has a positive impact on the hotel's image, strengthens product differentiation, and supports the preservation of Nusantara culinary culture. These findings are important as a basis for developing sustainable culinary innovations based on local wisdom and can be applied in other hospitality industries.

Keywords: Culinary Culture; Traditional Dessert; Menu innovation; Traditional Snacks.

How to Cite: Safitri, D.A., & Yuliamir, H., (2025). Revitalisasi Jajanan Pasar Sebagai Dessert Sehat Dan Estetik Di Gumaya Tower Hotel Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (1): 326-333.

PENDAHULUAN

Pariwisata kuliner kini telah menjadi salah satu penggerak utama sektor pariwisata, baik di tingkat lokal maupun internasional. Kuliner bukan hanya berfungsi sebagai kebutuhan konsumsi, melainkan juga sebagai sarana eksplorasi budaya, simbol identitas daerah, dan media komunikasi sosial (Richards, 2021); (Bali, 2022). Dalam konteks industri perhotelan, makanan menjadi elemen penting dalam membentuk citra dan kepuasan tamu. Hotel berbintang lima tidak hanya dituntut menghadirkan fasilitas akomodasi berkualitas, tetapi juga menyajikan pengalaman kuliner yang unik, otentik, dan berkelas (Horng et al., 2018).

Tren global yang mengarah pada pola hidup sehat telah memengaruhi preferensi konsumen terhadap makanan. Saat ini, wisatawan domestik maupun mancanegara cenderung memilih makanan yang rendah kalori, rendah gula, tinggi serat, serta bebas dari bahan pengawet dan pewarna buatan (Retnowati et al., 2021). Hal ini menuntut industri perhotelan untuk melakukan inovasi menu yang adaptif terhadap kebutuhan pasar. Menyediakan sajian sehat menjadi keharusan bagi hotel untuk mempertahankan daya saing dan loyalitas konsumen (Manie et al., 2024).

Dalam konteks Indonesia, terdapat banyak potensi kuliner lokal yang belum dioptimalkan untuk memenuhi segmen konsumen tersebut. Salah satunya adalah jajanan pasar makanan tradisional khas Indonesia yang biasanya diujakan di pasar-pasar tradisional dan berbahan dasar alami seperti tepung beras, kelapa, daun pandan, dan gula merah. Sayangnya, persepsi masyarakat terhadap jajanan pasar masih cenderung negatif karena dianggap kurang higienis, tidak sehat, serta tampilannya tidak menarik (Arab, 2023); (Puruhita et al., 2014).

Gumaya Tower Hotel Semarang, sebagai hotel bintang lima yang mengusung konsep luxury dengan nuansa lokal, mengambil inisiatif untuk melakukan revitalisasi terhadap jajanan pasar. Revitalisasi dilakukan tidak hanya untuk mempertahankan kearifan lokal, tetapi juga untuk menciptakan dessert yang sehat, estetik, dan berkelas internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana proses inovasi dilakukan oleh pihak hotel, serta mengevaluasi tanggapan tamu terhadap menu jajanan pasar yang direpresentasikan dalam bentuk modern dan sehat.

Jajanan pasar merupakan bagian dari warisan kuliner tradisional Indonesia yang memiliki nilai historis, budaya, dan sosial yang tinggi. Jenis makanan ini biasanya dikonsumsi sebagai camilan pagi atau sore dan sangat terkait dengan tradisi lokal di berbagai daerah (Nugraha, A., & Winarno, 2019). Jajanan pasar yang terkenal antara lain klepon, kue lapis, putu ayu, cenil, dan nagasari.

Namun, seiring berkembangnya gaya hidup modern dan globalisasi makanan, eksistensi jajanan pasar mulai tergeser oleh makanan cepat saji atau dessert Barat seperti puding, souffle, dan tiramisu. Sebagian besar jajanan pasar juga belum memenuhi standar gizi modern karena tingginya kandungan gula, santan, dan pewarna buatan (Halimatussa'diyah et al., 2023).

Menurut (Widikusyanto et al., 2021), pemanfaatan jajanan pasar di sektor perhotelan tidak hanya berfungsi sebagai inovasi menu, tetapi juga menjadi upaya pelestarian budaya kuliner lokal. Kuncinya adalah mengemas ulang makanan tersebut agar sesuai dengan kebutuhan konsumen modern dalam hal kesehatan, kebersihan, dan estetika penyajian.

Inovasi merupakan elemen penting dalam strategi pengembangan produk, termasuk dalam industri perhotelan. Inovasi kuliner tidak hanya mencakup penambahan menu baru, tetapi juga transformasi dari produk tradisional menjadi produk yang lebih relevan dengan tuntutan konsumen kontemporer (Kotler, P., & Keller, 2016); (Horng et al., 2018). Di bidang makanan dan minuman hotel, inovasi dapat melibatkan penggunaan bahan baku lokal, teknik masak kontemporer, hingga penambahan narasi budaya sebagai bentuk storytelling.

Penelitian oleh (Umkm & Kota, 2023) menegaskan bahwa inovasi menu berbasis kearifan lokal yang dikemas secara modern mampu meningkatkan minat konsumen, memperpanjang lama tinggal tamu di hotel, serta menciptakan kesan positif terhadap brand hotel.

Sementara itu, penelitian oleh (Sukawati et al., 2019) menunjukkan bahwa *food aesthetics* tampilan makanan yang menarik secara visual memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai persepsi dan keinginan konsumsi konsumen hotel kelas atas.

Revitalisasi adalah proses pembaruan dan penguatan nilai suatu produk agar tetap relevan dan kompetitif. Dalam konteks kuliner, revitalisasi produk tradisional seperti jajanan pasar membutuhkan pendekatan yang tidak hanya mempertahankan cita rasa dan nilai budaya, tetapi juga melakukan adaptasi terhadap tren kesehatan dan estetika.

Terdapat tiga strategi utama dalam proses revitalisasi kuliner:

1. Inovasi visual (*plating*)
Mengadaptasi teknik penyajian modern agar makanan tradisional tampil menarik.
2. Substitusi bahan
Menggunakan bahan alami, rendah gula, dan ramah kesehatan untuk menggantikan bahan tradisional yang berisiko.
3. Storytelling budaya
Menyampaikan narasi budaya, sejarah, dan filosofi makanan kepada konsumen sebagai bagian dari pengalaman makan (Achmadi & Veronika, 2019); (Lund et al., 2018).

Selain itu, kolaborasi antara hotel dan pelaku UMKM menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan pasokan bahan lokal berkualitas dan memberdayakan ekonomi komunitas (Junior et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi dan proses revitalisasi jajanan pasar sebagai dessert sehat dan estetik di lingkungan hotel berbintang. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi dinamika sosial dan budaya yang melekat pada proses inovasi kuliner dalam konteks perhotelan, serta menangkap makna subjektif yang dimiliki oleh para pelaku dan konsumen terhadap sajian tradisional yang dimodifikasi (Creswell, 2018).

Metode yang digunakan adalah studi kasus tunggal (*single case study*), yang fokus pada satu unit analisis, yakni Gumaya Tower Hotel Semarang. Pemilihan studi kasus tunggal didasarkan pada alasan bahwa hotel ini secara konsisten mengembangkan konsep dessert berbasis kuliner lokal sebagai bagian dari strategi brand positioning-nya. Studi kasus tunggal juga dipandang relevan karena memberikan ruang eksplorasi yang mendalam terhadap peristiwa, proses, dan aktor yang terlibat dalam praktik revitalisasi jajanan pasar (Rahadhini & Lamidi, 2020).

Penelitian ini dilakukan di Gumaya Tower Hotel Semarang, sebuah hotel bintang lima yang terletak di pusat kota Semarang dan dikenal dengan citra layanan premium serta komitmen terhadap pengembangan kuliner lokal. Lokasi dipilih karena hotel ini telah menginisiasi penggunaan jajanan pasar sebagai dessert dalam berbagai event resmi dan menu harian di restoran hotel.

Subjek penelitian dipilih secara purposive (*purposive sampling*), yaitu berdasarkan kriteria relevansi dan keterlibatan langsung dalam proses inovasi kuliner. Adapun subjek yang terlibat meliputi:

1. Chef Eksekutif Hotel, sebagai penanggung jawab utama dalam pengembangan dan implementasi menu inovatif berbasis lokal.
2. Manajer *Food and Beverage*, yang bertugas mengatur strategi penyajian dan promosi menu serta citra kuliner hotel.
3. Pastry Chef atau Tim Kreatif Dapur, yang melaksanakan proses produksi dan plating dessert jajanan pasar.
4. Tamu Hotel, yang dipilih dari mereka yang pernah mengonsumsi atau memberikan umpan balik terhadap dessert jajanan pasar hotel.

Kombinasi informan dari sisi produksi (*internal*) dan konsumen (*eksternal*) dipilih untuk mendapatkan sudut pandang yang holistik mengenai persepsi dan pengalaman terhadap revitalisasi jajanan pasar.

Untuk memperoleh data yang mendalam dan valid, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama:

1. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada para informan utama, yaitu chef eksekutif, manajer F&B, tim dapur, dan tamu hotel. Pertanyaan difokuskan pada motivasi inovasi menu, proses kreatif, penggunaan bahan, teknik penyajian, serta tanggapan konsumen. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi naratif yang kaya dan kontekstual.

2. Observasi Partisipatif

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap kegiatan di dapur dan restoran hotel, terutama pada saat proses pembuatan dan penyajian dessert berbasis jajanan pasar. Observasi mencakup tampilan visual (plating), pemilihan bahan, proses kebersihan, dan interaksi antara staf dapur dengan pelanggan.

3. Dokumentasi

Data dokumentasi dikumpulkan dalam bentuk:

- a) Foto menu dan sajian dessert berbasis jajanan pasar.
- b) Brosur promosi atau katalog makanan hotel.
- c) Testimoni tertulis atau digital dari pelanggan.
- d) Catatan dapur mengenai bahan yang digunakan dan proses inovasi.

Ketiga teknik ini digunakan secara simultan untuk memperkuat data melalui triangulasi metode.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang terdiri atas tiga tahap utama:

1. Reduksi Data

Data yang terkumpul diseleksi dan disederhanakan untuk memfokuskan pada tema-tema penting, seperti inovasi bahan, teknik plating, respon konsumen, dan nilai budaya dalam penyajian dessert.

2. Penyajian Data

Data disusun dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, kutipan wawancara, dan visualisasi foto dokumentasi agar memudahkan dalam melihat pola hubungan antar data.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Peneliti menyusun tema-tema utama dan sub-tema berdasarkan pola data, kemudian melakukan verifikasi dengan menguji konsistensi antar teknik dan antar informan melalui triangulasi sumber dan metode.

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas temuan, digunakan beberapa teknik berikut:

1. Triangulasi Sumber

Data dikonfirmasi dari beberapa informan berbeda yang memiliki pandangan dan peran yang bervariasi, seperti chef, manajer, dan tamu.

2. Triangulasi Metode

Data diperoleh melalui tiga metode yang berbeda wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dikombinasikan untuk menguji konsistensi informasi.

3. Member Checking

Hasil interpretasi sementara dikonfirmasi kembali kepada informan kunci untuk memastikan kesesuaian makna dan kebenaran data (Moleong, 2015).

4. Audit Trail

Pencatatan proses penelitian dilakukan secara sistematis untuk memastikan transparansi dan keterulangan penelitian.

Penelitian ini menjunjung tinggi etika penelitian sosial dengan memperhatikan hal-hal berikut:

1. Seluruh informan diberikan informasi lengkap mengenai tujuan, manfaat, serta proses penelitian sebelum data dikumpulkan.
2. Peneliti memperoleh persetujuan tertulis (*informed consent*) dari informan utama sebelum wawancara dilakukan.
3. Kerahasiaan identitas informan dijaga, dan seluruh data yang bersifat sensitif hanya digunakan untuk kepentingan akademik.
4. Peneliti juga menjaga netralitas dan objektivitas selama pengumpulan dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan tiga temuan utama terkait dengan proses revitalisasi jajanan pasar di Gumaya Tower Hotel Semarang, yaitu:

1. Strategi inovasi dan transformasi menu jajanan pasar.
2. Respons dan persepsi konsumen terhadap sajian dessert berbasis kuliner tradisional.
3. Dampak revitalisasi terhadap citra dan nilai tambah hotel.

Strategi Inovasi dan Transformasi Menu

Hasil wawancara mendalam dengan Chef Eksekutif dan tim pastry Gumaya Tower Hotel mengungkapkan bahwa proses revitalisasi dimulai dengan tahap eksplorasi terhadap jenis jajanan pasar yang memiliki potensi untuk diadaptasi. Selanjutnya, dilakukan modifikasi resep dan bahan agar sesuai dengan tren kuliner sehat dan standar penyajian hotel berbintang. Fokus utama dalam inovasi mencakup tiga aspek, yaitu:

1. Substitusi bahan tidak sehat (gula berlebih, pewarna sintetis) dengan bahan alami.
2. Inovasi plating dan estetika penyajian, agar makanan tradisional tampil modern dan menarik.
3. Integrasi nilai budaya melalui storytelling, yang memperkuat identitas kuliner lokal.

Tabel 1. Perbandingan Jajanan Pasar Konvensional dan Versi Revitalisasi

Jenis Jajanan Pasar	Versi Konvensional	Versi Revitalisasi di Hotel
Klepon	Pewarna sintetis, taburan kelapa biasa	Menggunakan pandan asli, disajikan dengan saus santan dan edible flower
Kue Lapis	Pewarna buatan, disajikan polos	Pewarna alami dari jus bit dan daun suji, disajikan dengan garnish mint
Nagasari	Bungkus daun pisang, penyajian sederhana	Dihidangkan dalam cup keramik, saus karamel, dan garnish daun mint
Cenil	Pewarna buatan, penyajian campur	Pewarna alami dari rosela dan ubi ungu, ditata minimalis dan elegan

Tabel ini menyajikan perbedaan mendasar antara jajanan pasar konvensional dengan versi yang telah direvitalisasi oleh tim kuliner Gumaya Tower Hotel. Perubahan yang dilakukan tidak hanya pada penggunaan bahan, tetapi juga pada teknik penyajian dan penambahan nilai estetika. Misalnya, klepon yang sebelumnya menggunakan pewarna sintetis kini dibuat dengan ekstrak pandan alami, disajikan dengan saus santan dan hiasan edible flower untuk memperkuat kesan premium. Kue lapis yang awalnya polos dan menggunakan pewarna buatan, diubah dengan pewarna alami dari jus bit dan daun suji, dilengkapi garnish daun mint. Nagasari yang biasanya hanya dibungkus daun pisang kini dipresentasikan dalam cup keramik dengan saus karamel dan garnish mint. Cenil yang sebelumnya berwarna dari pewarna buatan diubah menggunakan rosela dan ubi ungu, serta ditata secara minimalis dan elegan. Transformasi ini memperlihatkan upaya hotel dalam mempertahankan cita rasa tradisional sekaligus menghadirkan sentuhan modern yang selaras dengan standar kuliner hotel berbintang.

Temuan ini memperkuat teori (Puspita et al., 2023) yang menegaskan bahwa revitalisasi kuliner tradisional memerlukan tiga elemen kunci, yaitu pendekatan visual yang menarik, substitusi bahan dengan pilihan yang lebih sehat dan alami, serta penguatan narasi budaya yang menyertai produk tersebut. Dalam konteks inovasi jajanan pasar di Gumaya Tower Hotel, ketiga elemen ini diimplementasikan melalui penggunaan bahan alami pengganti pewarna sintetis, penataan sajian yang modern dan estetis, serta storytelling yang mengangkat nilai budaya lokal. Pendekatan ini membuat kuliner tradisional tetap relevan, kompetitif, dan diminati oleh konsumen modern.

Respons dan Persepsi Konsumen

Sebanyak 10 orang tamu hotel yang pernah mencicipi dessert jajanan pasar versi modern diwawancarai secara semi-terstruktur. Mereka diminta menilai berdasarkan empat indikator utama: estetika penyajian, cita rasa, nilai budaya, dan komposisi sehat.

Tabel 2. Persepsi Tamu terhadap Dessert Jajanan Pasar Revitalisasi

Aspek Penilaian	Jumlah Responden yang Puas ($\geq 8/10$)	Persentase Kepuasan
Estetika Penyajian	9 orang	90%
Cita Rasa	8 orang	80%
Nilai Tradisi	7 orang	70%
Kesehatan & Komposisi	8 orang	80%

Tabel ini menggambarkan tingkat kepuasan tamu hotel terhadap empat aspek utama dalam dessert jajanan pasar yang telah direvitalisasi oleh Gumaya Tower Hotel. Hasil wawancara menunjukkan bahwa **estetika penyajian** memperoleh tingkat kepuasan tertinggi (90%), menandakan bahwa visualisasi hidangan menjadi daya tarik utama, khususnya bagi tamu internasional. **Cita rasa** dan **kesehatan & komposisi** sama-sama memperoleh 80% kepuasan, yang mencerminkan apresiasi terhadap penggunaan bahan alami dan sehat, meskipun beberapa tamu mencatat adanya sedikit perbedaan rasa dibanding versi tradisional akibat penggunaan pemanis rendah kalori atau gula alami. **Nilai tradisi** memperoleh tingkat kepuasan 70%, menunjukkan bahwa meski unsur budaya tetap dihadirkan melalui storytelling dan konsep sajian, sebagian tamu merasa sentuhan modern mengurangi kesan autentik. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan keberhasilan inovasi visual dan komposisi sehat, namun juga menggarisbawahi pentingnya menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian cita rasa tradisional.

Mayoritas tamu menyampaikan bahwa penyajian visual menjadi daya tarik utama, terutama untuk tamu internasional yang menyukai presentasi makanan yang estetik. Beberapa tamu juga memberikan catatan bahwa meskipun tampilannya menarik, cita rasa sedikit berubah dari versi tradisional, akibat penggunaan bahan substitusi seperti gula rendah kalori atau pemanis alami. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga autentisitas rasa saat melakukan inovasi.

Dampak terhadap Citra dan Nilai Tambah Hotel

Berdasarkan wawancara dengan Manajer Food and Beverage, revitalisasi jajanan pasar memberi dampak positif terhadap strategi branding dan pemasaran hotel. Tiga nilai strategis yang dihasilkan adalah:

1. Diferensiasi menu sebagai keunikan dibanding hotel lain di Semarang.
2. Meningkatkan daya tarik promosi visual, terutama melalui media sosial.
3. Mendukung citra hotel ramah lingkungan dengan penggunaan bahan lokal organik.

Tabel 3. Manfaat Revitalisasi Jajanan Pasar bagi Hotel

Aspek Strategis	Dampak Positif
Diferensiasi Produk	Meningkatkan positioning hotel sebagai pelestari kuliner lokal.
Promosi Media Sosial	Menu menjadi konten visual yang menarik untuk promosi digital.
Pelestarian Budaya	Tamu lebih mengenal budaya Indonesia melalui makanan.
Peningkatan Omzet	Penjualan dessert naik $\pm 25\%$ selama masa kampanye promosi (data internal hotel).

Tabel ini menampilkan empat aspek strategis yang menjadi dampak positif dari program revitalisasi jajanan pasar di Gumaya Tower Hotel, berdasarkan wawancara dengan Manajer Food and Beverage serta data internal hotel. Dari sisi diferensiasi produk, menu ini berhasil meningkatkan positioning hotel sebagai pelestari kuliner lokal yang unik dibandingkan kompetitor di Semarang. Pada aspek promosi media sosial, dessert tersebut menjadi konten visual yang menarik dan mudah viral di platform digital, sehingga memperluas jangkauan pemasaran.

Revitalisasi ini juga berkontribusi pada pelestarian budaya, di mana tamu, terutama wisatawan mancanegara, dapat mengenal budaya Indonesia melalui sajian tradisional yang dikemas modern. Secara finansial, program ini memicu peningkatan omzet penjualan dessert sekitar 25% selama kampanye promosi, sesuai laporan internal hotel. Sajian ini bahkan diangkat sebagai signature dish pada berbagai acara formal dan menjadi ikon kampanye branding “Tradition in Modern Taste”, yang menegaskan komitmen hotel terhadap keberlanjutan kuliner tradisional dengan sentuhan modern.

Diskusi

Temuan ini memperkuat pandangan (Kotler, P., & Keller, 2016) bahwa inovasi berbasis budaya dapat digunakan sebagai strategi diferensiasi dalam industri jasa, khususnya perhotelan. Gumaya Tower Hotel berhasil mengemas nilai-nilai lokal dalam format yang dapat diterima oleh pasar global, tanpa kehilangan esensi kulturalnya. Hal ini juga sesuai dengan konsep kuliner sebagai komunikasi budaya (Yuliamir et al., 2022), di mana makanan bukan hanya produk konsumsi, tetapi juga media ekspresi identitas dan narasi sosial.

Kendati demikian, hasil wawancara dengan tamu mengindikasikan adanya tantangan dalam menjaga keseimbangan antara inovasi dan keaslian rasa. Beberapa responden mencatat bahwa cita rasa klepon atau nagasari berbeda dari versi tradisional akibat substitusi bahan seperti pemanis alami atau gula rendah kalori. Kondisi ini menggarisbawahi perlunya strategi kompromi inovatif—menggabungkan elemen estetika, kesehatan, dan standar penyajian modern tanpa menghilangkan karakter rasa yang menjadi ciri khas kuliner tradisional. Dengan demikian, revitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat branding, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan selera pasar masa kini dengan warisan kuliner yang tetap autentik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai revitalisasi jajanan pasar sebagai dessert sehat dan estetik di Gumaya Tower Hotel Semarang, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Strategi inovasi yang diterapkan oleh hotel berhasil memodifikasi jajanan pasar tradisional menjadi sajian yang sesuai dengan standar hotel berbintang, baik dari segi estetika visual, kandungan gizi, maupun citra produk. Teknik plating modern, penggunaan bahan alami, dan storytelling budaya menjadi kunci keberhasilan proses revitalisasi.
2. Respons konsumen terhadap inovasi jajanan pasar sangat positif, khususnya dalam aspek visual dan penyajian. Namun, sebagian konsumen menyampaikan bahwa terjadi pergeseran cita rasa dari versi tradisional akibat substitusi bahan, yang menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga keseimbangan antara autentisitas dan inovasi.
3. Revitalisasi jajanan pasar memberikan dampak positif terhadap citra dan nilai tambah hotel, seperti meningkatkan diferensiasi produk, memperkuat strategi promosi melalui media sosial, serta mendukung pelestarian budaya kuliner lokal di ranah perhotelan.
4. Kelebihan dari inovasi ini terletak pada kemampuannya dalam memadukan kearifan lokal dengan tren global, sementara kekurangannya terletak pada potensi hilangnya rasa orisinal jajanan pasar yang sudah familiar bagi masyarakat.

Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada diversifikasi jenis jajanan pasar lain yang belum terekplorasi, serta peningkatan partisipasi konsumen dalam proses pengembangan menu melalui feedback aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, N. S., & Veronika, R. (2019). Strategi Pemasaran Benteng Fort Rotterdam sebagai Green Tourism Berbasis Kearifan Lokal di Makassar. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(2), 52–63.
- Arab, L. D. T. S. M. P. D. M. P. K. B. (2023). *ANALISIS PENGARUH HYGIENE SANITASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS MAKANAN DI KITCHEN BANQUET HOTEL FAIRMONT JAKARTA* (Vol. 6).
- Bali, P. P. (2022). *INOVASI DALAM HOSPITALITY*.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

- Halimatussa'diyah, E., Fadilla, A., & Rahma, A. (2023). Cara Pengelolaan Limbah Kopi . *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 743–750. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.4337>
- Horng, J. S., Liu, C. H. S., Chou, S. F., Tsai, C. Y., & Hu, D. C. (2018). Developing a sustainable service innovation framework for the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 455–474. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2015-0727>
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Lund, N. F., Cohen, S. A., & Scarles, C. (2018). The power of social media storytelling in destination branding. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.05.003>
- Manie, M., Puteri, P., & Dhea, D. (2024). Analisis Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Tape Sebagai Oleh - Oleh Khas Jember. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(1), 171–182. <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i1.243>
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Nugraha, A., & Winarno, S. (2019). Evaluasi Kualitas Layanan Restoran di Destinasi Wisata Kuliner di Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 45–55.
- Puruhita, N., Hagnyonowati, Adianto, S., Murbawani, etisa adi, & Ardiaria, M. (2014). Gambaran Sisa Makanan Dan Mutu Makanan Yang Disediakan Instalasi Gizi. *Journal Nutrition and Health*, 2(3).
- Puspita, N., Kausar, D. R. K., & Firmansyah, R. (2023). Pengembangan Komponen Pariwisata 3A Berbasis Lansekap Budaya Sunda. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(2), 124–138. <https://doi.org/10.22334/jam.v3i2.55>
- Rahadhini, M. D., & Lamidi. (2020). Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 4(2), 81–91. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v6i2>.
- Retnowati, E., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Anastasya, E. S. (2021). Pengaruh pencapaian kepuasan konsumen rumah makan berdasarkan kesan kualitas produksi dan harga. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1381–1389. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/589>
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 33, Issue 3, pp. 1037–1058). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1217>
- Sukawati, L. P., Widiastini, N. M. A., & Rahmawati, P. I. (2019). Meningkatkan Kualitas Produk Pastry Di Anantara Seminyak Bali Resort Melalui Pengolahan Bahan Baku. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 2(2), 110. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i2.22097>
- Umk, M., & Kota, D. I. (2023). *Web Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil Dan*.
- Widikusyanto, M. J., Putri, S. I., & Saputra, G. G. (2021). Membangun Kemandirian Ekonomi Masyarakat Terumbu Melalui Pelatihan Produksi Dan Diferensiasi Produk Makanan Olahan. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 30–36. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1506>
- Yuliamir, H., Priyanto, E., Rahayu, E., & ... (2022). KEPUASAN KERJA KARYAWAN HOUSE KEEPING DEPARTEMEN HOTEL ALEXANDER TEGAL: DITINJAU DARI ASPEK KOMUNIKASI, BUDAYA ORGANISASI *Jurnal Manajemen* <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/45279>