

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang tumbuh pesat di dunia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi global. Berdasarkan laporan Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), jumlah kunjungan wisatawan internasional meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun, dengan pariwisata memainkan peran kunci dalam mendukung pembangunan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan melestarikan warisan budaya (UNWTO, 2019). Di tengah berbagai jenis pariwisata yang ada, wisata kuliner telah muncul sebagai salah satu bentuk pariwisata yang paling menarik dan berkembang.

Wisata kuliner merupakan kegiatan berwisata yang muncul karena adanya pengaruh minat dalam melakukan kunjungan ke tempat pengolahan makanan, festival makanan, restoran, atau Lokasi yang menyediakan berbagai tujuan untuk mencoba makanan (Hall et al, 2003). Wisata kuliner kini tidak hanya menjadi aktivitas pelengkap dalam perjalanan wisata, tetapi juga menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu. Makanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman wisata, karena mencicipi kuliner lokal dianggap sebagai salah satu cara paling autentik untuk memahami budaya dan identitas suatu daerah. Beberapa makanan khas bahkan telah menjadi simbol budaya yang mampu menarik jutaan wisatawan, seperti pasta di Italia, sushi di Jepang, dan pad thai di Thailand (Hjalager & Richards, 2002). Negara-negara ini telah memanfaatkan makanan tradisional mereka sebagai daya tarik wisata yang kuat dengan mengintegrasikan pengalaman kuliner ke dalam strategi promosi pariwisata nasional. Persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional memainkan peran penting dalam membentuk daya tarik suatu destinasi sebagai tujuan wisata kuliner, karena pengalaman kuliner yang dirasakan dapat memengaruhi minat dan kepuasan mereka selama berwisata (Cohen

& Avieli, 2004). Ia pun menyatakan bahwa persepsi yang positif dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, sementara persepsi yang negatif dapat menjadi penghalang.

Meski perkembangan wisata kuliner global terus menunjukkan tren positif, masih terdapat hambatan dalam menjadikan makanan tradisional sebagai daya tarik wisata yang kompetitif. Makanan tradisional sering kali kurang mendapatkan penerimaan optimal dari wisatawan, baik lokal maupun internasional, karena perbedaan selera dan ekspektasi yang dimiliki. Oleh karena itu, memahami bagaimana persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional menjadi aspek krusial dalam upaya mengembangkan pariwisata kuliner secara efektif (Bessière, 1998).

Di Indonesia, wisata kuliner memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat kekayaan budaya dan keragaman kuliner di setiap daerah. Namun, promosi kuliner tradisional sebagai daya tarik wisata masih menghadapi berbagai tantangan. Makanan tradisional Indonesia seperti rendang, sate, dan gudeg sebenarnya memiliki daya tarik yang tinggi bagi wisatawan, namun upaya promosi yang kurang maksimal menyebabkan makanan-makanan tersebut masih kalah populer dibandingkan kuliner modern atau internasional di kalangan wisatawan (Astuti, 2018).

Sebagai negara kepulauan yang kaya akan budaya dan tradisi, Indonesia memiliki keragaman kuliner yang sangat luas dan berpotensi menjadi daya tarik wisata unggulan. Setiap daerah memiliki makanan khas yang tidak hanya menawarkan cita rasa unik, tetapi juga merepresentasikan sejarah, nilai, serta identitas masyarakat setempat. Namun demikian, pemanfaatan potensi kuliner sebagai bagian dari strategi promosi pariwisata nasional belum sepenuhnya merata. Beberapa daerah dengan kuliner yang sudah populer cenderung lebih sering diangkat dalam media, program promosi, maupun agenda pariwisata nasional, sementara daerah lain yang tidak kalah menarik masih kurang terekspos (Damayanti & Manaf, 2022).

Ketimpangan ini menunjukkan bahwa promosi kuliner di Indonesia masih

terpusat pada wilayah-wilayah tertentu, sehingga belum mencerminkan keanekaragaman kuliner nusantara secara menyeluruh. Padahal, upaya pemerataan promosi kuliner tradisional dari berbagai daerah dapat mendorong diversifikasi destinasi wisata, meningkatkan partisipasi pelaku lokal, dan memperkuat identitas budaya nasional (Rahmawati, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menyoroti kuliner-kuliner dari daerah yang belum banyak dikenal sebagai bagian dari strategi pengembangan wisata kuliner Indonesia yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Salah satu daerah yang memiliki beragam makanan tradisional yang berpotensi namun masih belum giat untuk dipromosikan dan belum dikenal khalayak luas yaitu Kalimantan Selatan.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu provinsi yang berada di pulau Kalimantan yang memiliki total luas wilayah 38.744,00 km² dengan Kota Banjarmasin sebagai ibukota provinsi. Kalimantan Selatan, dengan kekayaan budaya dan kuliner tradisionalnya, menawarkan beragam makanan khas yang mencerminkan identitas masyarakat setempat. Kalimantan Selatan memiliki lebih dari 50 makanan tradisional yang tersebar di berbagai kabupaten (Dewi & Purwanti, 2022). Salah satu ikon kuliner dari daerah ini adalah Soto Banjar, hidangan berkuah berbahan dasar ayam yang diperkaya dengan rempah-rempah seperti kayu manis, biji pala, dan cengkeh. Soto Banjar juga telah menjadi bagian penting dari wisata kuliner di Kalimantan Selatan, menarik perhatian wisatawan dan menjadi makanan favorit masyarakat lokal (Hasanah, 2021). Selain itu, makanan tradisional seperti Soto Banjar memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata kuliner yang dapat meningkatkan perekonomian lokal dan memperkaya pengalaman wisatawan (Rahmawati & Kusumaningrum, 2020). Soto Banjar sendiri telah mengalami proses adaptasi, yang didukung dengan meningkatnya minat masyarakat urban terhadap makanan tradisional Indonesia serta keberadaan masyarakat Banjar yang merantau dan memperkenalkan makanan khas daerahnya ke berbagai wilayah, salah satunya Kota Jakarta Pusat (Hasanah, 2021).

Sebagai ibu kota Indonesia, Jakarta menjadi pusat pertemuan berbagai budaya,

termasuk dalam hal kuliner, dan menjadi tempat yang strategis untuk mengamati persebaran serta penerimaan kuliner tradisional seperti Soto Banjar. Jakarta Pusat dengan infrastruktur yang maju dan aksesibilitas tinggi mencerminkan dinamika dan adaptasi kuliner tradisional dalam konteks urban (Hidayat & Wijaya, 2021). Studi di wilayah ini juga dapat memberikan gambaran representatif mengenai bagaimana makanan tradisional diterima oleh masyarakat urban serta menawarkan peluang untuk mengembangkan strategi promosi dan pengenalan kuliner tradisional di pasar yang lebih luas (Nugraha, 2022). Jakarta Pusat tidak hanya menyediakan pilihan kuliner khas daerahnya sendiri, namun juga menyediakan pilihan kuliner tradisional dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam artikel Binus University (2021), dikatakan bahwa di Kota Jakarta terdapat kuliner tradisional dari berbagai daerah seperti Aceh, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Jawa, Bali, Sulawesi, Kalimantan Barat serta Kalimantan Selatan. Di Jakarta Pusat sendiri Soto Banjar menjadi salah satu makanan tradisional Kalimantan Selatan yang paling banyak dijual. Hal ini dapat dilihat dari cukup banyaknya restoran atau bisnis kuliner yang menjual Soto Banjar sebagai makanan tradisional khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat.

Tabel 1. 1 Daftar Restoran atau Bisnis Kuliner Tradisional Soto Banjar

No	Beberapa Daftar Restoran atau Bisnis Kuliner Tradisional Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat	Alamat
1.	Soto Banjar Bang Suhai	Jl. H. Agus Salim C Sabang No.22, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340
2.	Soto Banjar Mak Acil	MALL GRAND INDONESIA (KANTIN WEST, LANTAI LG, RT.10/RW.4, Kb. Kacang, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10240

No	Beberapa Daftar Restoran atau Bisnis Kuliner Tradisional Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat	Alamat
3.	Soto Banjar & Sate Tulang Borneo	Jl. Cempaka Putih Raya No. 108, Cempaka Putih, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
4.	Sate Tulang & Soto Banjar "Eldorado"	Jl. Petojo Enclek I No.1, RT.1/RW.7, Petojo Sel., Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10160
5.	Warung Mutira Soto Banjar	Jl. Karet Pasar Baru Barat VII, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10250
6.	Soto Banjar Laris Manis	Jl. Lebak Bulus 1 No. 59 (Moss Bakery) Jakarta Pusat, DKI Jakarta
7.	Soto Banjar Jidah	Jl. H. Samali No.4, RT.4/RW.4, Kalibata, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12740
8.	Soto Banjar Hj Entin	Jl. Rasamala II No.9 1, RT.1/RW.9, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12870
9.	Soto Banjar Acil Khas Kalimantan	Jl. Utan Kayu Raya Jl. Kramat Asem Utara No.28, RT.13/RW.10, Utan Kayu Utara, Kec. Matraman, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13120

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa persebaran restoran atau bisnis kuliner tradisional Soto Banjar sudah cukup banyak. Hal ini idealnya menjadikan kuliner tradisional Soto Banjar dapat eksis di kalangan masyarakat Kota Jakarta Pusat. Namun pada kenyataannya, kuliner tradisional Soto Banjar masih belum mendapat perhatian lebih dari masyarakat Kota Jakarta Pusat. Bahkan banyak masyarakat Kota Jakarta Pusat yang masih belum mengetahui tentang makanan tradisional dari Kalimantan Selatan. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti terhadap 32 responden yang berdomisili di Kota Jakarta Pusat. Berikut hasil dari pra survey tersebut.

Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survey

No	Pertanyaan	Tanggapan
1.	Apakah anda tinggal di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 32 Responden
2.	Apakah anda tahu mengenai wisata kuliner tradisional?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 32 Responden
3.	Apakah anda tahu apa saja wisata kuliner tradisional yang ada di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 12 Responden - Tidak, 20 Responden
4.	Apakah anda pernah berwisata kuliner tradisional di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 26 Responden - Tidak, 6 Responden
5.	Apakah anda tahu mengenai kuliner tradisional khas Kalimantan Selatan?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 10 Responden - Tidak, 22 Responden
6.	Apakah anda tahu mengenai makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 10 Responden - Tidak, 22 Responden
7.	Apakah anda pernah mencoba makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 4 Responden - Tidak, 28 Responden

No	Pertanyaan	Tanggapan
8.	Apakah anda tahu restoran atau bisnis kuliner mana saja yang menjual makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 1 Responden - Tidak, 31 Responden
9.	Apakah anda pernah mencoba makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan yang dijual di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 2 Responden - Tidak, 30 Responden
10.	Apakah anda tertarik untuk mencoba makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 31 Responden - Tidak, 1 Responden
11.	Apakah makanan tradisional Soto Banjar berpotensi untuk menjadi daya tarik wisata kuliner khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat?	Dari 32 responden mereka menjawab : - Ya, 30 Responden - Tidak, 2 Responden

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Tabel 1.2 yang berisi hasil pra survey yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa sebanyak 22 Responden masih belum mengetahui mengenai makanan tradisional Soto Banjar. Selanjutnya sebanyak 28 responden masih belum pernah mencoba makanan tradisional Soto Banjar. Lalu sebanyak 31 responden masih belum mengetahui restoran atau bisnis kuliner mana saja yang menjual makanan tradisional Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat juga 30 responden masih belum pernah mencoba makanan tradisional Soto Banjar yang di jual di Jakarta Pusat. Selain itu hasil pra survey menunjukkan adanya ketertarikan responden yang signifikan untuk mencicipi makanan tradisional Soto Banjar yang dijual di Kota Jakarta Pusat serta sebanyak 30 responden berpendapat bahwa makanan tradisional Soto Banjar berpotensi untuk menjadi salah satu daya tarik wisata kuliner khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat.

Temuan ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara keberadaan fisik kuliner tradisional seperti Soto Banjar dengan tingkat pengetahuan serta pengalaman wisatawan terhadapnya. Keberadaan restoran saja belum cukup untuk membangun

daya tarik wisata kuliner tanpa dukungan promosi dan pengenalan yang tepat. Fenomena ini mencerminkan kondisi promosi kuliner nasional yang belum merata. Kuliner dari daerah-daerah seperti Sumatera Barat, Yogyakarta, dan Jawa Tengah lebih sering diangkat melalui media dan promosi pariwisata, sementara makanan khas dari Kalimantan, Maluku, dan Papua masih kurang terekspos, meskipun memiliki potensi yang tidak kalah besar (Damayanti & Manaf, 2022; Kemenparekraf, 2020; Rahmawati, 2021).

Promosi yang tidak merata ini menciptakan kesenjangan dalam representasi kuliner Nusantara, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat popularitas serta daya tarik makanan dari daerah-daerah yang kurang terekspos tersebut. Pemerataan promosi terhadap kuliner tradisional dari seluruh wilayah Indonesia menjadi penting tidak hanya untuk memperkuat identitas budaya lokal, tetapi juga untuk mendorong pemerataan kunjungan wisatawan dan pengembangan ekonomi kreatif daerah (Damayanti & Manaf, 2022).

Penelitian sebelumnya tentang wisata kuliner di Indonesia lebih banyak berfokus pada daerah-daerah yang sudah terkenal sebagai destinasi wisata kuliner, seperti Bali, Yogyakarta, dan Bandung. Kajian tentang persepsi wisatawan terhadap makanan tradisional di kota besar seperti Jakarta Pusat masih sangat terbatas. Sari dan Wijaya (2020) mencatat bahwa meskipun makanan tradisional seperti Soto Banjar memiliki potensi besar, kurangnya promosi dan pemahaman terhadap persepsi wisatawan menjadi kendala dalam pengembangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi lebih dalam bagaimana wisatawan memandang Soto Banjar dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka. Selain itu peneliti berharap penelitian ini juga dapat membantu mengungkap potensi kuliner tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan sebagai salah satu daya tarik wisata kuliner di Kota Jakarta Pusat. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Persepsi Wisatawan Terhadap Soto Banjar Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Kalimantan Selatan Di Kota Jakarta Pusat.”***

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap kuliner Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat?
2. Bagaimana peran *penta helix* dalam memperkenalkan kuliner Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner di Kota Jakarta Pusat?
3. Bagaimana analisis potensi Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap terhadap kuliner Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat.
2. Menganalisis bagaimana peran *penta helix* dalam memperkenalkan kuliner Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner di Kota Jakarta Pusat.
3. Mengidentifikasi potensi Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat mengungkap dan menambah pengetahuan mengenai persepsi wisatawan terhadap Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam mengetahui persepsi wisatawan Soto Banjar sebagai daya tarik wisata kuliner khas Kalimantan Selatan di Kota Jakarta Pusat.
- b. Bagi pengusaha Soto Banjar di Kota Jakarta Pusat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menjadi rekomendasi dalam pengembangan makanan tradisional Soto Banjar khas Kalimantan Selatan sehingga dapat terus meningkatkan potensi wisata kulinernya di

Kota Jakarta Pusat.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan untuk akademisi lain terutama pada penelitian – penelitian selanjutnya yang masih bersinggungan topik yang dibahas pada penelitian ini.