

## **POTENSI WISATA KULINER DI WARUNG BETAWI HAJI APEN, RAGUNAN, JAKARTA SELATAN**

### ***CULINARY TOURISM POTENTIAL AT WARUNG BETAWI HAJI APEN, RAGUNAN, SOUTH JAKARTA***

**Rezka Fedrina<sup>1</sup>, Melinda Rahayu Andrika<sup>2</sup>, Bedwina Baptista Antonio<sup>3</sup>, Farhan Zaki  
Darmawan<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Negeri Jakarta, [rezka-fedrina@unj.ac.id](mailto:rezka-fedrina@unj.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Negeri Jakarta, [melindarahayu72@gmail.com](mailto:melindarahayu72@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Negeri Jakarta, [bdwbptsta@gmail.com](mailto:bdwbptsta@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Negeri Jakarta, [fzdsh1010@gmail.com](mailto:fzdsh1010@gmail.com)

---

#### **INFO ARTIKEL**

Diterima  
6 Mei 2025

Disetujui  
14 Juli 2025

Tersedia Secara  
Online  
Desember 2025

---

#### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the potential and development strategy of Warung Betawi Haji Apen as a local culture-based culinary tourism destination in Ragunan, South Jakarta. The research method used is descriptive qualitative through direct observation, in-depth interviews, documentation, and focus group discussions (FGDs). This study examines the 4A aspects (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to evaluate the strategic position of the warung within the culinary tourism ecosystem. The results show that Warung Betawi Haji Apen offers authentic culinary appeal and a strategic location, but still faces challenges in digital promotion and limited additional facilities. The study recommends several development strategies including digital media optimization, provision of cultural interpretation materials, collaboration with travel agents, service enhancement, and staff training. By strengthening strategies based on internal strengths and external opportunities, Warung Betawi Haji Apen has great potential to become a leading culinary tourism destination while contributing to the preservation of Betawi culture.*

*Keywords : SWOT Analysis, Culinary Tourism, Betawi Cuisine, Potential Development*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi serta strategi pengembangan Warung Betawi Haji Apen sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya lokal di kawasan Ragunan, Jakarta Selatan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dokumentasi, dan diskusi kelompok terfokus (FGD). Penelitian ini mengkaji aspek 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) serta analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengevaluasi posisi strategis warung dalam ekosistem wisata kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Betawi Haji Apen memiliki daya tarik kuliner yang autentik dan lokasi strategis, namun masih menghadapi tantangan dalam aspek promosi digital dan keterbatasan fasilitas tambahan. Studi ini merekomendasikan beberapa strategi pengembangan termasuk optimalisasi media digital, penyediaan media interpretasi budaya, kolaborasi dengan agen perjalanan, penguatan pelayanan, dan pelatihan SDM. Dengan penguatan strategi berdasarkan potensi internal dan peluang eksternal, Warung Betawi Haji Apen berpotensi besar menjadi destinasi wisata kuliner unggulan sekaligus berkontribusi dalam pelestarian budaya Betawi.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Wisata Kuliner, Kuliner Betawi, Pengembangan Potensi

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pariwisata kuliner telah menjadi salah satu daya tarik utama dalam industri pariwisata global. Menurut World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata kuliner merupakan salah satu subsektor pariwisata yang tumbuh paling cepat dan menyumbang lebih dari 30% dari total industri pariwisata global. Menurut Richards (dalam Lucy M. Long, 2022), Seiring dengan tren, makanan menjadi lebih penting dalam pariwisata sebagai motivasi untuk berpergian, bentuk budaya dan estetika untuk merasakan sesuatu, sebagai media untuk mengomunikasikan identitas, hubungan, nilai, serta status. Makanan tidak hanya menjadi kebutuhan dasar, tetapi juga bagian dari identitas budaya suatu daerah yang mampu menarik minat wisatawan (Kemenparekraf, 2020).

Di Indonesia, kekayaan kuliner tradisional merupakan aset potensial dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis budaya lokal. Salah satunya adalah kuliner khas Betawi yang mengandung nilai historis, budaya, dan cita rasa khas atau autentik yang unik (Farhan, 2024). Jakarta sebagai pusat budaya Betawi memiliki banyak peluang dalam pengembangan wisata kuliner (Febrianti, 2020). Namun, masih banyak pelaku usaha kuliner tradisional yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi ini secara strategis. Salah satu tempat yang memiliki peluang besar dalam hal ini adalah Warung Betawi Haji Apen yang terletak di kawasan Ragunan, Jakarta Selatan.

Warung ini telah berdiri sejak tahun 2004 dan dikenal dengan sajian khasnya seperti beraneka macam jenis pecak dan soto Betawi. Lokasinya yang strategis berdekatan dengan Taman Margasatwa Ragunan dan mudah dijangkau oleh transportasi umum menjadikannya berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner. Meskipun sudah dikenal masyarakat, Warung Betawi Haji Apen belum secara maksimal memanfaatkan potensi pasar wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Belum adanya strategi kolaboratif dengan pelaku industri pariwisata maupun paket wisata serta belum dimanfaatkannya media interpretasi dan visual branding, menunjukkan bahwa masih terdapat celah untuk mengembangkan pasar baru.

Dalam konteks ini, dibutuhkan pendekatan strategi yang tidak hanya berorientasi pada kompetisi, tetapi juga pada penciptaan nilai baru yang relevan dengan pasar pariwisata saat ini. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu usaha atau organisasi. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk merumuskan strategi pengembangan berbasis potensi internal dan kondisi eksternal secara lebih sistematis. Dengan menerapkan analisis SWOT, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta menjadi masukan strategis dalam pengembangan warung sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya lokal serta mendukung pelestarian kuliner Betawi.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memahami secara mendalam terkait pengembangan potensi wisata kuliner di Warung Betawi Haji Apen, kawasan Ragunan, Jakarta Selatan. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi potensi wisata kuliner yang dimiliki oleh Warung Betawi Haji Apen dengan mengkaji aspek 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary).
2. Menganalisis strategis pengembangan yang tepat melalui pendekatan analisis SWOT agar Warung Betawi Haji Apen dapat berkembang menjadi destinasi unggulan dan turut melestarikan budaya Betawi.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi empat elemen utama dalam sebuah organisasi atau usaha, yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Menurut Rangkuti (dalam Mashuri, 2020), analisis SWOT membantu organisasi dalam memahami kondisi internal dan eksternal secara sistematis sehingga strategi yang dibentuk akan lebih relevan dan realistik terhadap potensi dan tantangan yang ada di lapangan.

Secara umum, kekuatan dan kelemahan mencerminkan faktor internal sementara peluang dan ancaman berasal dari faktor eksternal. *Strengths* adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu usaha yang membedakannya dari pesaing, seperti kualitas produk, Lokasi strategis hingga citra merek. *Weaknesses* adalah keterbatasan yang menghambat pengembangan usaha, seperti SDM terbatas, kurangnya promosi atau pelayanan yang belum optimal. *Opportunities* mencerminkan tren atau peluang pasar yang bisa dimanfaatkan untuk tumbuh, sedangkan *Threats* adalah ancaman eksternal seperti competitor, perubahan selera pasar atau ketergantungan pada kondisi ekonomi.

Menurut Jogiyanto (dalam Mashuri, 2020), informasi dalam analisis SWOT dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumen hingga literatur yang relevan. SWOT tidak hanya mengidentifikasi faktor – faktor tersebut, tetapi juga membantu dalam menyusun strategi yang sesuai, seperti:

1. Strategi SO (*Strength – Opportunities*): memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang.
2. Strategi WO (*Weakness – Opportunities*): meminimalkan kelemahan dengan cara memanfaatkan peluang.
3. Strategi ST (*Strength – Threats*): menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
4. Strategi WT (*Weakness – Threats*): strategi defensive untuk menghindari risiko lebih besar.

Dalam konteks Warung Betawi Haji Apen, analisis SWOT dapat menjadi alat bantu yang komprehensif untuk menilai potensi pengembangan sebagai destinasi wisata kuliner. Dengan memahami faktor – faktor internal seperti keunikan kuliner dan loyalitas pelanggan serta faktor eksternal seperti lokasi strategis dan tren wisata kuliner dengan gastronomi, warung dapat merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

### 2. Wisata Kuliner sebagai Daya Tarik Wisata

Wisata kuliner (*Culinary Tourism*) merupakan salah satu bentuk perjalanan wisata yang berfokus pada pengalaman menikmati makanan dan minuman khas suatu daerah. Menurut Lucy Long (dalam Hasnah, 2021), wisata kuliner diartikan sebagai eksplorasi wisatawan terhadap cita rasa dan kebiasaan makan suatu daerah tertentu. Dalam konteks ini, makanan tidak hanya menjadi objek konsumsi, tetapi juga sebagai media interpretasi budaya lokal yang dapat menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan.

Tren wisata kuliner di Indonesia telah berkembang seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap otensitas makanan tradisional, termasuk dalam program acara televisi dan media social. Fenomena ini menunjukkan bahwa makanan lokal telah menjadi alasan utama wisatawan berkunjung ke suatu daerah, sejalan dengan perubahan gaya hidup yang menjadikan konsumsi makanan sebagai bagian dari pengalaman wisata.

Hall dan Sharples (dalam Hasnah, 2021) membagi wisata kuliner menjadi tiga tingkatan berdasarkan motivasi wisatawan:

1. *Gastronomic Tourism*, yaitu wisatawan dengan motivasi utama pada makanan tertentu dan pengalaman gastronomi tinggi,
2. *Culinary Tourism*, yaitu wisatawan yang mengunjungi festival makanan, pasar tradisional, dan restoran lokal sebagai bagian dari perjalanan,
3. *Rural/Urban Tourism*, yaitu wisatawan yang menjadikan makanan sebagai pelengkap dari tujuan wisata utama.

Wisata kuliner juga memiliki keterkaitan yang kuat dengan identitas budaya. Makanan tradisional membawa nilai historis, filosofis, serta keterampilan lokal yang diwariskan antar generasi. Disinilah wisata kuliner berperan sebagai daya tarik wisata budaya yang memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal.

Warung Betawi Haji Apen dapat dijadikan wisata kuliner dengan strategi pengembangan daya tarik wisata berbasis budaya Betawi. Melalui penyajian makanan khas seperti beragam jenis pecak dan Soto Betawi serta dilengkapi dengan storytelling atau media interpretasi, warung ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner yang edukatif dan autentik.

### **3. Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Tradisional**

Strategi pengembangan usaha kuliner tradisional merupakan serangkaian tindakan sistematis yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis kuliner lokal. Dalam era yang semakin kompetitif, usaha kuliner seperti Warung Betawi Haji Apen perlu merancang strategi yang tidak hanya mempertahankan kualitas makanan tradisional, tetapi juga mampu beradaptasi dengan dinamika pasar dan perilaku konsumen yang berubah. Menurut Aini et al (2023), inovasi produk dan jaringan bisnis menjadi dua faktor penting yang memengaruhi perkembangan UMKM kuliner di era digital.

Inovasi menjadi elemen utama dalam meningkatkan keberhasilan usaha kuliner tradisional. Sukriani (2022) menyebutkan bahwa inovasi dapat berupa penciptaan produk baru, pengembangan cita rasa, peningkatan layanan, maupun pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Hal ini diperlukan agar usaha dapat tetap relevan dan mampu menarik minat pasar yang lebih luas. Usaha Tradisional seperti Warung Betawi Haji Apen, inovasi juga mencakup pendekatan kreatif terhadap penyajian makanan, pengemasan cerita budaya hingga pelibatan pengalaman gastronomi yang edukatif.

Disamping itu, Wijaya dan Simamora (2022) menekankan pentingnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai bagian dari strategi pengembangan. Teknologi digital seperti media sosial hingga sistem reservasi online dapat meningkatkan visibilitas usaha kuliner serta memperluas jangkauan promosi secara efektif. Integrasi strategi ini menjadi sangat relevan untuk memperkuat posisi Warung Betawi Haji Apen sebagai destinasi wisata kuliner yang tidak hanya menjual makanan, tetapi juga pengalaman budaya khas.

### **4. Aspek 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary)**

Menurut Cooper (dalam Nurfadillah, 2024), dalam pengembangan destinasi wisata yang termasuk wisata kuliner, terdapat empat komponen utama yang perlu diperhatikan agar sebuah destinasi dapat berkembang secara optimal. Komponen ini dikenal dengan istilah 4A, yaitu Attraction (Atraksi), Accessibility (Aksesibilitas), Amenities (Amenitas), dan Ancillary (Pelayanan Tambahan).

#### **1. Attraction (Atraksi)**

Atraksi merupakan alasan utama wisatawan mengunjungi suatu destinasi. Atraksi dapat berupa daya tarik alam, budaya, maupun buatan manusia. Dalam konteks wisata kuliner, atraksi bisa berupa keunikan masakan tradisional, teknik memasak khas, atau pengalaman bersantap di tempat yang mencerminkan budaya lokal. Daya tarik harus memiliki nilai diferensiasi, keunikan, dan karakteristik lokal yang kuat agar mampu menarik dan mempertahankan minat wisatawan.

#### **2. Accessibility (Aksesibilitas)**

Aksesibilitas mengacu pada kemudahan wisatawan dalam mencapai suatu destinasi. Ini meliputi kondisi transportasi, infrastruktur jalan, petunjuk arah, serta informasi digital yang mendukung akses wisatawan. Tanpa aksesibilitas yang baik, potensi atraksi sebesar apapun tidak akan mampu berkembang optimal seperti akses ke lokasi makan, ketersediaan parkir, kemudahan penggunaan transportasi umum, dan keterjangkauan menjadi faktor penting.

### 3. Amenities (Amenitas)

Amenitas merujuk pada semua fasilitas pendukung yang tersedia di destinasi wisata, seperti tempat makan, toilet, area bermain, tempat parkir, hingga fasilitas digital seperti koneksi internet. Dalam wisata kuliner, amenitas juga mencakup kenyamanan tempat makan, kebersihan area, variasi menu makanan dan minuman, hingga keunikan pengalaman makan yang ditawarkan. Fasilitas yang memadai akan meningkatkan durasi tinggal wisatawan dan memperkuat loyalitas kunjungan ulang.

### 4. Ancillary (Pelayanan Tambahan)

Ancillary adalah layanan tambahan yang mendukung pengalaman wisatawan, seperti keberadaan pusat informasi wisata, layanan guide lokal, Lembaga pariwisata, komunitas hingga Kerjasama dengan pemerintah daerah. Layanan tambahan yang dapat diberikan dari wisata kuliner seperti program paket wisata kuliner, edukasi tentang makanan tradisional, promosi terpadu hingga keterlibatan komunitas lokal dalam mendukung pengalaman wisata yang autentik.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada penerapan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai alat utama dalam mengevaluasi potensi dan strategi pengembangan Warung Betawi Haji Apen sebagai destinasi wisata kuliner Betawi. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara menyeluruh faktor – faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi strategis warung dalam konteks pengembangan wisata berbasis budaya.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu:

1. Observasi langsung terhadap lingkungan fisik warung, menu yang disajikan, pelayanan, dan aktivitas pengunjung.
2. Wawancara mendalam dengan pemilik/pengelola warung dan mengadakan FGD (Forum Group Discussion) untuk menggali pemahaman mereka tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha mereka.
3. Dokumentasi, seperti foto – foto tempat, menu makanan, dan rekaman suara saat melakukan wawancara.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti peran mereka dalam pengelolaan warung dan pemahaman mendalam terhadap strategi usaha serta pengalaman interaksi dengan pengunjung. Melalui analisis ini dapat teridentifikasi potensi serta permasalahan dari potensi Warung Betawi Haji Apen sehingga mempengaruhi Keputusan dalam penentuan rencana program yang akan dipilih dan digunakan sebagai dasar untuk menentukan langkah – langkah perbaikan dalam pengembangan selanjutnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Warung Betawi Haji Apen merupakan warung makan yang sudah didirikan sejak tahun 2004 oleh pasangan suami istri yang bernama Haji Apen dan Hajah Nengsih. Berawal dari Ibu Hajah Nengsih yang pada saat itu telah pensiun dari pekerjaannya sebagai juru masak di PUSDIKLAT Kejaksaan RI (Pusat Pendidikan dan Pelatihan Kejaksaan Republik Indonesia), bersamaan dengan Bapak Haji Apen yang saat itu seorang pengusaha pemilik kontrakan memutuskan untuk membuka usaha warung makan khas Betawi di Ragunan.

Makanan tradisional khas Betawi yang disajikan oleh warung makan ini berasal dari resep yang dibuat langsung oleh Ibu Hajah Nengsih yang berbekal akan makanan khas Betawi sekaligus sebagai keturunan asli Betawi. Saat ini, dengan mempertahankan resep turun – temurun kepada para

anak dan cucunya tanpa adanya modifikasi, membuat warung ini menawarkan hidangan autentik, tetapi juga menghadirkan pengalaman makan dengan suasana tradisional sederhana yang mencerminkan budaya Betawi.

Meskipun Warung Betawi Haji Apen berhasil dalam mempertahankan rasa autentik khas Betawi pada makanan yang disajikan, warung ini membutuhkan pengembangan dalam beberapa aspek mengingat bahwa warung ini sendiri masih menjaga bangunan tanpa ada renovasi besar – besaran agar tetap meninggalkan kesan tradisional, dengan hanya memperluas ruangan yang sebelumnya hanya berlantai satu dan hanya dapat menerima delapan orang kini di perluas hingga berlantai dua dan dapat menerima kapasitas pembeli sebanyak 120 orang.

Dari hal tersebut, keberadaan Warung Betawi Haji Apen sebagai potensi destinasi wisata kuliner tidak dapat dilepaskan dari aspek penting dalam pengembangan destinasi wisata, yaitu aspek 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary). Hasil pengamatan aspek 4A dari Warung Betawi Haji Apen sebagai berikut:

1. **Attraction (Atraksi)**

Warung Betawi Haji Apen menawarkan daya tarik utama berupa hidangan autentik Betawi dengan bumbu kuat seperti pecak dan teknik pengolahan tradisional serta gaya bangunan yang masih meninggalkan kesan tradisional tanpa ada tambahan ornamen modern.

2. **Accessibility (Aksesibilitas)**

Letak lokasi Warung Betawi Haji Apen dekat dengan Taman Margasatwa Ragunan dan mudah dijangkau dengan kendaraan umum seperti TransJakarta maupun kendaraan pribadi memberikan kemudahan bagi wisatawan.

3. **Amenities (Amenitas)**

Warung Betawi Haji Apen menyediakan fasilitas tempat makan berkapasitas 75 orang dengan 45 orang untuk ruang VIP, tiga toilet, tiga wastafel, musholla, dan lahan parkir.

4. **Ancillary (Pelayanan Tambahan)**

Bentuk layanan tambahan di Warung Betawi Haji Apen sayangnya hingga saat ini masih terbatas. Warung ini masih berfokus untuk dikelola oleh keluarga tanpa adanya campur tangan dari komunitas lokal. Walaupun demikian, warung ini memiliki beberapa warga lokal yang bekerja pada bagian dapur.

Melalui pengamatan dan pemahaman terhadap keempat aspek ini, terlihat bahwa Warung Betawi Haji Apen memiliki pondasi kuat untuk dijadikan destinasi wisata kuliner budaya yang unggul namun masih dibutuhkan strategi untuk warung ini dapat berkembang lebih lanjut. Oleh karena itu, setelah melakukan observasi, wawancara, dan FGD (Forum Group Discussion) dengan pengelola Warung Betawi Haji Apen, kelompok Gang Mandala, SUDIN KPKP (Ketahanan Pangan, Kelautan, dan Pertanian Provinsi DKI Jakarta) serta Urban Healing Garden Ragunan, diperoleh gambaran SWOT terhadap Warung Betawi Haji Apen sebagai berikut:

Aspek *Strengths* (Kekuatan) yang dimiliki oleh Warung Betawi Haji Apen, yaitu:

1. Keaslian rasa yang dimiliki oleh warung ini dengan menggunakan resep turun – temurun oleh keluarga pendiri, menjaga rasa autentik Betawi dengan teknik tradisional, contohnya seperti pecak yang masih dibuat dengan ulekan manual tanpa bantuan blender atau chopper,
2. Menyajikan beraneka ragam menu khas Betawi, yaitu sebanyak 45 menu makanan. Meskipun hanya menyediakan makanan khas Betawi, pembeli tidak akan bosan dengan tersedianya pilihan makanan khas Betawi yang begitu banyak.
3. Berlokasi strategis dengan letak warung makan yang terlalu dekat dengan Taman Margasatwa Ragunan dan mudah diakses oleh transportasi umum.
4. Memiliki reputasi positif dikarenakan pernah diliput oleh media nasional seperti Trans7 dan TransTV serta kehadiran salah satu presenter makanan, yaitu Pak Bondan yang sejak itu terjadi kenaikan signifikan terhadap nama Warung Betawi Haji Apen.
5. Suasana sederhana dan autentik dengan khas sebuah warung Betawi memberikan pengalaman budaya lokal kepada pengunjung dengan meninggalkan kesan warung makan tradisional.

6. Telah terjual di platform online seperti Go-Food atau Grab Food.

Aspek *Weaknesses* (Kelemahan) yang ada pada Warung Betawi Haji Apen diantaranya adalah:

1. Kurangnya pemanfaatan pada promosi digital atau melalui media sosial sehingga hanya melakukan promosi berupa mulut ke mulut atau status whatsapp warung yang informasi tersebut hanya diterima oleh pelanggan lama yang telah menyimpan nomor,
2. Lahan parkir yang terbatas atau terlalu kecil sehingga membutuhkan lahan pinggir jalan diseberang bangunan pada saat kedatangan ramai pembeli,
3. Kurang kehadiran menu khas Betawi lainnya seperti Gabus Pucung atau Sayur Besan yang seharusnya menu ini juga menjadi menu khas dalam warung khas Betawi selain pecak dan soto Betawi,
4. Belum tersedianya media interpretasi seperti papan informasi atau leaflet mengenai budaya makanan Betawi.

Aspek *Opportunities* (Peluang) yang dapat dimiliki oleh Warung Betawi Haji Apen, yaitu:

1. Memanfaatkan tren wisata kuliner budaya yang dimana wisatawan mencari pengalaman kuliner autentik,
2. Mengikuti program pemerintah seperti Jakpreneur dan event kuliner Betawi yang disediakan oleh kelurahan Ragunan pada setiap lebaran,
3. Bergabung dalam rute paket wisata kuliner Betawi atau Urban Tourism yang membutuhkan tempat makan di Ragunan sekaligus memperkenalkan budaya dan makanan khas Betawi.

Aspek *Threats* (Ancaman) yang terjadi pada Warung Betawi Haji Apen, yaitu:

1. Munculnya warung dan restoran baru kekinian,
2. Perubahan tren konsumen dimana generasi muda cenderung mencari tempat yang Instagrammable dan inovatif,
3. Potensi kekurangan tenaga kerja untuk melayani lonjakan pengunjung dari paket wisata.

Dari hasil analisis SWOT tersebut, dapat diketahui strategi yang diperlukan dengan memadukan faktor internal dan faktor eksternal pada SWOT yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT Warung Betawi Haji Apen

<b>Faktor Internal</b>	<b>Faktor Ekternal</b>	<b>Strategi</b>
Strengths + Opportunities	Keaslian rasa + Dukungan program wisata	Mengaktifkan promosi digital dan masuk ke dalam paket wisata kuliner.
Weaknesses + Opportunities	Keterbatasan promosi + Peluang wisata kuliner	Kolaborasi dengan agen perjalanan dan optimalisasi media sosial.
Strengths + Threats	Keunikan rasa + Persaingan restoran modern	Menonjolkan nilai budaya Betawi dan storytelling makanan.
Weaknesses + Threats	Kurangnya media interpretasi + Tren modernisasi	Inovasi media interpretasi dan revitalisasi konsep warung makan.

Sumber: Hasil Analisis Data Penelitian, 2025

Warung Betawi Haji Apen memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya di kawasan Ragunan. Selain menyajikan kuliner autentik, keberadaan warung makan ini juga berperan dalam pelestarian budaya Betawi melalui makanan. Dukungan lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang baik memberikan nilai tambah. Keberhasilan mempertahankan rasa asli di tengah era modernisasi menunjukkan daya saing yang kuat. Selain itu, keikutsertaan dalam kegiatan seperti Lebaran Betawi dan terbukanya peluang bergabung dengan program e-order Pemda DKI melalui Jakpreneur menjadi peluang konkret untuk memperluas pasar.

Meski memiliki potensi besar, tidak terlalu dengan tantangan yang mendatang, seperti minimnya promosi digital menyebabkan jangkauan pasar terbatas, padahal pada saat ini promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya

tarik wisatawan berkunjung, kurangnya media interpretasi membuat pengalaman kuliner yang memperkenalkan makanan khas Betawi belum optimal, persaingan dari warung – warung baru yang menawarkan konsep modern menjadi ancaman bagi keberlanjutan kuliner tradisional, dan kendala kapasitas saat menghadapi rombongan wisatawan yang berpotensi menurunkan kualitas layanan jika tidak dikelola dengan baik.

Berdasarkan analisis tersebut, secara keseluruhan berikut strategi pengembangan yang disarankan:

1. Digitalisasi Promosi dengan mengaktifkan kembali akun media sosial resmi, membuat konten kreatif tentang makanan, proses pembuatan, dan sejarah makanan khas Betawi.
2. Menyediakan media interpretasi seperti infografis, leaflet atau video pendek tentang asal – usul makanan Betawi.
3. Bekerja sama dengan agen perjalanan untuk membuat program wisata edukatif mencakup penyajian masak dan storytelling budaya makanan khas Betawi selain hanya menyantap makanan,
4. Memperluas parkir atau bekerja sama dengan lahan parkir terdekat serta penambahan area reservasi untuk tamu rombongan,
5. Pelatihan pada staf terkait sosial media.

## **SIMPULAN**

Warung Betawi Haji Apen memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya Betawi di kawasan Ragunan. Keaslian rasa, keberagaman menu tradisional, dan lokasi strategis menjadi kekuatan utama yang dapat menarik minat wisatawan. Penilaian terhadap aspek 4A menunjukkan bahwa warung ini memiliki daya tarik autentik dan aksesibilitas yang baik, namun masih perlu peningkatan pada fasilitas pendukung dan pelayanan tambahan.

Analisis SWOT mengungkapkan bahwa kelemahan dalam promosi digital dan keterbatasan fasilitas dapat diminimalkan dengan memanfaatkan tren wisata kuliner budaya dan dukungan dari program pemerintah. Strategi pengembangan yang perlu diterapkan antara lain digitalisasi promosi, penyediaan media interpretasi budaya, kerja sama dengan agen perjalanan, peningkatan kapasitas pelayanan, serta pelatihan SDM.

Dengan mengoptimalkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada, Warung Betawi Haji Apen tidak hanya dapat menjadi destinasi wisata kuliner unggulan, tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal serta meningkatkan daya saing sektor kuliner tradisional di tengah arus modernisasi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pengelola dan staff Warung Betawi Haji Apen yang dengan terbuka berbagi informasi dan pengalaman berharga terkait usaha kuliner tradisional, pemerintah dan masyarakat di Ragunan atas bantuan informasi mengenai permasalahan dan situasi di wilayah tersebut, serta rekan – rekan peneliti atas dukungan moral dan motivasi yang terus – menerus selama proses penelitian berlangsung.

## **REFERENSI**

Aini, L. N., Santoso, F., & Khirdany, E. N. (2023). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital: Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 179-181.

Fitrianingsih, A. D. (2025, Februari 22). *Pentingnya Ketahanan Pariwisata Kuliner Dalam*

*Mendorong Keberlanjutan Industri Pariwisata.* Retrieved from GIZI FPOK UPI: <https://gizifpok.upi.edu/ch/2025/02/22/pentingnya-ketahanan-pariwisata-kuliner-dalam-mendorong-keberlanjutan-industri-pariwisata/>

Hasnah, V., & Nugroho, S. P. (2021). Gastronomi Makanan Yogyakarta sebagai Atraksi Wisata Kuliner. *Undergraduate Conference On Language, Literature, and Culturen (UNCLE)*, 141-147.

Indonesia, K. P. (2020). *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024*. Jakarta: Kemenparekraf/Baparekraf.

Long, L. (2020). Folkloristic Perspective on Food as Tourism Souvenir: a Reflection on Stereotypes, Meanings and Messages in Irish Soda Bread. *Research in Hospitality Management*, 209-214.

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah (JPS)*, 97-112.

Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 50-56.

Nurfadillah, S. (2024, October 8). *Analisis Komponen 4A dalam Peningkatan Daya Tarik Wisata Kuliner Masakan Tradisional Rumah Empangku di Kabupaten Barru*. Retrieved from repository.ianpare: <https://repository.ianpare.ac.id/id/eprint/7516/>

Putra, J. U., Yulianingsih, & Suranata, I. G. (2024). Pengembangan Kuliner Tradisional sebagai Daya Tarik Pariwisata di Desa Tenggalinggah. *Jurnal Pariwisata PaRAMA*, 86-100.

Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 65-75.