
FILOSOFI KULINER TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI PAWON 21 BONJERUK LOMBOK TENGAH

Oleh

Desy Miranti¹ & I Made Murdana²

¹Magister Perencanaan Kepariwisata, Program Pascasarjana Universitas Mataram, Indonesia

²Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

Email: ¹Desymiranti81@gmail.com, ²mmurdana@gmail.com

Abstrak

Kuliner tradisional merupakan bagian dari identitas budaya lokal yang memiliki potensi besar dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Pawon 21 Bonjeruk mengangkat filosofi kuliner tradisional ayam Merangkat dan sate Kuncung sebagai daya tarik wisata yang unggul dan berkelanjutan. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan etnografi serta teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam. Hasil penelitian ini membahas pelestarian tradisi Merangkat dalam budaya pernikahan masyarakat Sasak melalui pendekatan wisata kuliner di Pawon 21 Bonjeruk. Tradisi Merangkat, yang bermakna simbolik sebagai bentuk penghormatan dan pengikatan komitmen dalam pernikahan, diwujudkan dalam bentuk kuliner khas seperti Ayam Merangkat dan Sate Kuncung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua kuliner ini tidak hanya memiliki cita rasa khas, tetapi juga sarat nilai filosofi yang disampaikan melalui penyajian dan narasi budaya. Strategi promosi melalui media sosial, festival tahunan, dan pengemasan wisata berbasis budaya turut berkontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Selain menjadi sarana pelestarian budaya, Pawon 21 juga mendorong pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Merangkat, kuliner tradisional, budaya Sasak, wisata kuliner, Pawon 21*

PENDAHULUAN

Pariwisata kuliner merupakan salah satu bentuk wisata yang semakin diminati dalam industri pariwisata modern. Hal ini, disebabkan oleh kemampuannya dalam menyajikan pengalaman otentik dalam memperkenalkan identitas budaya lokal melalui makanan tradisional sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan. Di Indonesia secara umum, khususnya di Lombok Nusa Tenggara Barat yang kaya akan keberagaman budaya, memiliki warisan kuliner tradisional yang sangat beragam dan unik di setiap daerah, namun di tengah pesatnya perkembangan kuliner modern dan budaya populer, banyak jenis makanan tradisional mulai terpinggirkan disebabkan karena minimnya Knowledge regenerasi pelaku wisata kuliner serta kurangnya inovasi yang menyebabkan kuliner tradisional sulit bersaing di pasar wisata yang

semakin kompetitif.

Berinovasi dan mempresentasikan tentang nilai-nilai filosofi dibalik setiap menu kuliner tradisional yang disajikan kepada wisatawan, baik lokal, domestik maupun mancanegara untuk memantik wisatawan berkunjung untuk berwisata kuliner tradisional. Makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan konsumsi, tetapi juga merepresentasikan warisan budaya, sejarah, serta nilai-nilai filosofi masyarakat suatu daerah (Hakim & Hamidah, 2021). Dalam konteks ini, kuliner tradisional menjadi salah satu daya tarik utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan (Rijal, 2017).

Di Provinsi Nusa Tenggara Barat, khususnya di wilayah Lombok Tengah, keragaman kuliner mencerminkan perpaduan budaya tiga etnis utama: Sasak, Samawa, dan



Mbojo. Setiap etnis menghadirkan sajian khas yang tidak hanya kaya rasa, namun juga sarat akan simbol budaya, seperti Ayam Taliwang, Nasi Balap Puyung, dan Sate Bulayak, yang telah menjadi bagian dari identitas kuliner Lombok (Kurniansah & Rojabi, 2023). Penelitian oleh Jaya et al. (2024) menunjukkan bahwa wisatawan cenderung lebih menghargai makanan tradisional yang disajikan dalam konteks budaya lokal yang kental, termasuk penggunaan alat makan tradisional dan dekorasi etnik. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, mendukung pelestarian budaya, dan memberdayakan ekonomi masyarakat setempat.

Kuliner khas yang hanya dapat dinikmati di daerah asal menciptakan daya tarik eksklusif bagi wisatawan domestik. Strategi promosi yang digunakan adalah pendekatan gastrodiploasi lokal, yang memperkenalkan identitas daerah melalui makanan. Kota Salatiga misalnya, memanfaatkan kekhasan kuliner seperti Sate Suruh dan Gethuk Kethuk sebagai media promosi budaya dan penggerak ekonomi kreatif berbasis komunitas (Putri et al., 2023).

Selain itu, di Lombok pelestarian kuliner khas suku Sasak khususnya di Lombok Tengah tampak pada keberadaan Pawon 21 Bonjeruk. Tempat ini mengusung konsep makan bersama dalam satu Dulang atau Begibung. Sebuah tradisi lokal yang sarat akan makna, lebih dari sekedar tata cara makan, tradisi ini mencerminkan nilai kebersamaan, kesetaraan, serta penghormatan terhadap adat istiadat lokal (Pakpahan & Kristiana, 2019).

Filosofi yang terkandung dalam kuliner tradisional, baik dalam pemilihan bahan, proses memasak, hingga penyajiannya, menunjukkan bahwa makanan merupakan medium penting dalam merawat nilai-nilai budaya sekaligus menjadi daya tarik wisata yang unik. Oleh karena itu, penting untuk menggali bagaimana filosofi kuliner yang diterapkan di Pawon 21 Bonjeruk sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pariwisata serta memperkuat identitas budaya Lombok

Tengah.

Dengan merujuk pada berbagai studi yang telah ada, dapat disimpulkan bahwa filosofi kuliner tradisional tidak hanya menjadi nilai tambah bagi produk wisata, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi budaya, alat pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan strategi penguatan identitas daerah. Oleh karena itu, artikel jurnal ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Pawon 21 Bonjeruk mengangkat filosofi kuliner tradisional ayam Merangkat dan sate Kuncung sebagai daya tarik wisata yang unggul dan berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

1. Filosofi Kuliner Tradisional

Filosofi kuliner tradisional tidak sekadar membahas soal makanan sebagai kebutuhan jasmani, melainkan sebagai hasil dari konstruksi sosial dan budaya yang kompleks. Menurut Maisaroh & Mauluddin (2025), makanan tradisional adalah ekspresi budaya yang sarat nilai, mencerminkan sejarah dan identitas masyarakat. Banudi & Imanuddin (2017), menambahkan bahwa makanan merupakan salah satu unsur budaya yang mengandung sistem nilai dan simbolik. Sejalan dengan itu, Mintosih & Widiyanto (1997), menyebutkan bahwa makanan bukan hanya soal rasa, tetapi juga cerita tentang diri sendiri yang berakar dalam pengalaman kolektif suatu masyarakat. Ketiganya menunjukkan bahwa kuliner tradisional bukan hanya sebagai objek konsumsi, tetapi juga sebagai simbol identitas dan nilai-nilai kultural.

Dimensi filosofis dalam kuliner tradisional tercermin dalam cara masyarakat memahami hubungan antara makanan, alam, dan kehidupan. Dalam budaya-budaya lokal, seperti masyarakat Sasak di Lombok, makanan dibuat berdasarkan pemilihan bahan alami dan proses masak yang penuh penghormatan terhadap lingkungan (Abdullah & Widiani 2024). Hal ini memperlihatkan nilai spiritual dalam kuliner tradisional, yang juga tercermin dalam ungkapan makan dengan rasa

syukur (Ratnawati 2020). Menurut Yoesoef (2022), praktik memasak kolektif dalam upacara adat menjadi media internalisasi nilai-nilai seperti gotong royong dan keseimbangan. Dengan demikian, setiap makanan bukan hanya memiliki rasa, tetapi juga makna filosofis yang dalam dan terstruktur dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Lebih jauh, makanan tradisional juga mengatur relasi sosial dalam masyarakat. Siapa yang memasak, siapa yang pertama menikmati, dan kapan makanan disajikan, semuanya menyampaikan pesan simbolik tentang struktur sosial yang berlaku. Asmini et al. (2024). menyatakan bahwa peran perempuan dalam praktik kuliner merupakan bentuk artikulasi identitas dan peran sosial dalam budaya patriarkat. Selain itu, Adinugroho et al. (2025) berpendapat bahwa praktik-praktik kuliner dapat berfungsi sebagai bentuk invention of tradition atau rekayasa tradisi untuk menjaga tatanan sosial. Makanan sering kali menjadi media representasi relasi kekuasaan, status, dan simbol komunitas. Dalam konteks ini, filosofi kuliner memperlihatkan keterkaitan antara makanan dan tatanan sosial budaya.

Dalam era globalisasi, filosofi kuliner tradisional menjadi penting sebagai bentuk resistensi terhadap homogenisasi budaya. Ariani (2024), mengungkapkan bahwa makanan lokal yang mempertahankan akar tradisi menjadi bentuk perjuangan simbolik melawan komodifikasi budaya. Safitri et al. (2024), menambahkan bahwa makanan tradisional menjadi elemen penting dalam wisata budaya karena menyajikan keaslian dan cerita lokal. Prabowo et al. (2024), pun menekankan bahwa pengembangan kuliner lokal dalam industri pariwisata harus memperhatikan nilai filosofisnya, bukan sekadar menjadikannya produk konsumsi. Dengan demikian, pelestarian filosofi kuliner bukan hanya tentang menjaga resep, melainkan menjaga narasi dan makna budaya di dalamnya.

2. Pariwisata Berbasis Budaya

Pariwisata berbasis budaya merupakan

salah satu bentuk pariwisata yang menekankan pada pengalaman otentik terhadap warisan budaya suatu daerah. Kirom et al. 2016) menjelaskan bahwa pariwisata budaya tumbuh karena ketertarikan wisatawan terhadap unsur-unsur khas yang tidak bisa ditemukan di tempat lain. Selain itu, Simanjuntak et al. (2017), menyatakan bahwa wisatawan masa kini tidak lagi sekadar mencari hiburan, tetapi juga pengalaman yang memberi makna dan koneksi dengan nilai-nilai lokal. Puspa (2019), bahkan menyebut bahwa budaya menjadi daya tarik utama dalam pariwisata modern karena mampu menciptakan pengalaman personal yang mendalam. Oleh sebab itu, pendekatan berbasis budaya membuka ruang luas bagi daerah untuk memperkenalkan identitas dan warisan mereka kepada dunia.

Salah satu kekuatan dari pariwisata budaya adalah kemampuannya mengangkat potensi lokal menjadi produk wisata yang bernilai. Dalam konteks ini, unsur budaya seperti kuliner, tari tradisional, arsitektur, dan upacara adat menjadi bagian dari atraksi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga menyentuh emosi wisatawan (Endah 2020). Prakoso (2015), berpendapat bahwa pariwisata budaya mempertemukan pelestarian warisan budaya dengan kebutuhan ekonomi masyarakat lokal. Sementara itu, Putri et al. (2024), menekankan pentingnya pelibatan komunitas agar nilai-nilai lokal tidak hanya dijual, tetapi juga dimiliki dan dilestarikan oleh penduduk setempat. Artinya, pariwisata budaya yang dikelola dengan tepat bukan hanya mendatangkan wisatawan, tapi juga memperkuat kesadaran budaya dari dalam.

Di sisi lain, pariwisata budaya juga berperan sebagai sarana edukatif, baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal. Melalui interaksi langsung, wisatawan dapat memahami filosofi hidup, tradisi, dan sejarah masyarakat lokal (Prasetyo & Nararais 2023). Hal ini mendukung pendapat Nasution et al. (2023), yang menyatakan bahwa pariwisata budaya bisa menjadi alat untuk membangun saling pengertian antarbudaya dan mengurangi stereotip. Wisnawa (2024) juga



menggarisbawahi bahwa pengalaman budaya yang autentik dapat menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara wisatawan dan destinasi. Dengan demikian, wisata berbasis budaya tak hanya memberikan hiburan, tapi juga menjadi media pembelajaran lintas budaya yang konstruktif. Namun, dalam pelaksanaannya, pariwisata budaya menghadapi tantangan dalam menjaga keaslian dan keberlanjutan nilai-nilai lokal.

Wilantara (2024) memperingatkan bahwa ada risiko komodifikasi budaya jika warisan lokal hanya dilihat sebagai produk jual tanpa memperhatikan konteks aslinya. Idrus et al. (2025) menyarankan pentingnya menerapkan pendekatan partisipatif berbasis masyarakat agar budaya tidak sekadar dipertontonkan, melainkan dipertahankan sesuai nilai aslinya. Pariwisata tidak boleh menjadi proses yang mengubah identitas budaya, melainkan mendukung pelestariannya. Oleh karena itu, pengelolaan yang bijak sangat diperlukan agar tujuan ekonomi sejalan dengan keberlangsungan budaya.

Dalam konteks Indonesia, pariwisata berbasis budaya memiliki peluang besar karena keberagaman budaya yang luar biasa. Daerah seperti Lombok, Bali, Yogyakarta, dan Toraja memiliki kekayaan budaya yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata yang unik dan mendalam (Nurhidayati et al. 2025). Hal ini didukung oleh kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan destinasi wisata berbasis budaya lokal sebagai bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan (Munir et al. 2018). Sintia (2025) pun menyebut bahwa kunci keberhasilan destinasi budaya adalah menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan keberlangsungan nilai-nilai lokal. Dengan mengusung pendekatan ini, pariwisata budaya bisa menjadi jalan strategis dalam menjaga warisan budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Daya Tarik Wisata Kuliner

Wisata kuliner telah berkembang menjadi salah satu daya tarik utama dalam

dunia pariwisata, karena makanan tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan. Jaya & Suranata (2024), menyatakan bahwa wisata kuliner menawarkan dimensi emosional, budaya, dan sosial yang kuat, menjadikannya lebih dari sekadar aktivitas konsumsi. Dwi Lestari (2024), Prasetya Ningrum (2025), juga menyebutkan bahwa makanan dapat menjadi jendela untuk memahami budaya dan sejarah suatu daerah. Sementara itu, Triana & Darsana (2025), menegaskan bahwa wisatawan sering menjadikan makanan sebagai alasan utama untuk memilih destinasi tertentu. Ketiga pandangan ini menunjukkan bahwa kuliner kini menjadi faktor strategis dalam menarik wisatawan.

Keunikan rasa, bahan lokal, dan teknik pengolahan tradisional menjadi elemen penting dalam membentuk daya tarik wisata kuliner. Maruto & Huda (2020), menjelaskan bahwa makanan lokal menciptakan identitas destinasi dan meningkatkan diferensiasi pasar wisata. Makanya, destinasi seperti Pawon 21 Bonjeruk yang menawarkan kuliner khas dengan narasi budaya, punya nilai lebih dalam menarik perhatian wisatawan. Siregar & Dewi (2025), pun mencatat bahwa wisatawan saat ini cenderung mencari pengalaman autentik yang mencerminkan kehidupan lokal, bukan sekadar makanan lezat. Ditambah lagi, Setiawan (2018), menunjukkan bahwa persepsi keaslian makanan lokal secara signifikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan. Semua ini memperkuat posisi kuliner sebagai komponen strategis dalam industri pariwisata.

Selain menyuguhkan rasa, wisata kuliner juga menghadirkan pengalaman sensorial dan emosional yang mendalam. Sari (2024), menjelaskan bahwa makanan dapat menjadi elemen penting dari pengalaman wisata total karena mengaktifkan semua Indera sekaligus. Di sisi lain, Mau et al. (2024), menunjukkan bahwa narasi di balik makanan seperti cerita asal usul resep atau filosofi memasak, dapat menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan



destinasi. Di tempat seperti Pawon 21, penyampaian cerita tentang makna budaya di balik makanan memberi nilai tambah yang tidak ditemukan dalam restoran biasa. Bahkan, Utami (2018), menegaskan bahwa makanan adalah alat komunikasi budaya yang efektif karena mampu menyampaikan nilai, sejarah, dan identitas dalam bentuk yang sederhana dan menyenangkan.

Daya tarik wisata kuliner juga berperan dalam mendukung ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Jaya & Suranata (2024), wisata kuliner berbasis komunitas mampu menciptakan peluang usaha, memperkuat rantai pasok lokal, dan mendorong inovasi berbasis tradisi. Tetelepta (2024), menambahkan bahwa kuliner lokal dapat menjadi penggerak utama dalam pengembangan destinasi kecil, terutama di daerah dengan warisan budaya kuat. Wibowo (2023), pun menunjukkan bahwa integrasi antara budaya lokal dan pariwisata kuliner membantu menciptakan citra positif destinasi serta membangun loyalitas wisatawan. Jadi, selain mengangkat budaya, wisata kuliner juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Namun, penting untuk diingat bahwa keberhasilan wisata kuliner sangat bergantung pada autentisitas dan pengalaman yang ditawarkan. Setiawan (2018) menekankan bahwa persepsi wisatawan terhadap keaslian sangat memengaruhi kepuasan mereka terhadap pengalaman wisata kuliner. Teguh (2024), juga menyatakan bahwa tantangan utama dalam wisata kuliner adalah mempertahankan kualitas dan nilai budaya di tengah tekanan komersialisasi. Untuk itu, destinasi seperti Pawon 21 Bonjeruk harus tetap menjaga nilai-nilai lokal sambil berinovasi dalam penyajian dan promosi. Dengan pendekatan ini, wisata kuliner tidak hanya menarik, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang.

4. Teori Gastronomi

Teori gastronomi merupakan pendekatan multidisipliner yang menggabungkan seni kuliner, budaya, dan

sains dalam memahami makanan. Gastronomi tidak hanya membahas rasa dan teknik memasak, tetapi juga mencakup aspek sosial, historis, dan psikologis dari makanan. Dalam perspektif ini, makanan dilihat sebagai bagian integral dari identitas budaya dan pengalaman manusia yang kompleks (Scarpato 2003; Sunada 2019). Gastronomi juga mencerminkan bagaimana masyarakat mengembangkan selera dan tradisi makan berdasarkan lingkungan, teknologi, dan interaksi sosial.

Seiring berkembangnya pariwisata kuliner, teori gastronomi juga digunakan untuk memahami bagaimana makanan lokal dapat menjadi daya tarik wisata. Gastronomi menjadi alat untuk mengekspresikan budaya lokal dan membangun narasi identitas suatu wilayah. Di sisi lain, teori ini turut mendorong inovasi dalam dunia kuliner modern dengan memadukan teknik tradisional dan pendekatan ilmiah, termasuk dalam pengembangan restoran dan produk makanan baru (Symons 2002; Rumadana 2013). Pendekatan ini memungkinkan terciptanya pengalaman bersantap yang tidak hanya lezat secara fisik, tetapi juga bermakna secara emosional dan budaya.

5. Teori Pengembangan Produk

Teori pengembangan produk menjelaskan proses sistematis dalam menciptakan dan memperkenalkan produk baru ke pasar. Proses ini biasanya dimulai dari identifikasi kebutuhan konsumen, penciptaan ide, pengembangan konsep, pengujian prototipe, hingga komersialisasi. Tujuan utama dari teori ini adalah menciptakan nilai yang kompetitif dan berkelanjutan di pasar melalui inovasi yang relevan dengan permintaan konsumen (Muniarty et al., 2023). Dalam konteks ini, kreativitas, riset pasar, dan kolaborasi antar-disiplin menjadi kunci sukses dalam pengembangan, khususnya produk wisata kuliner.

Penerapan teori pengembangan produk tidak hanya penting di industri manufaktur, tetapi juga di sektor makanan dan minuman, di mana permintaan konsumen terus berubah.



Adaptasi terhadap tren pasar, seperti makanan sehat, berkelanjutan, dan ramah lingkungan, menjadi faktor penentu keberhasilan produk baru. Selain itu, teori ini menekankan pentingnya umpan balik konsumen dalam tahap pengembangan awal agar produk dapat diterima dengan baik di pasar sasaran (Mubarak & Sasongko 2023). Kecepatan inovasi dan kemampuan untuk merespons dinamika pasar menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan.

Menurut (Devicha 2022) pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Aspek pengembangan pariwisata menurutnya adalah sebagai berikut: Pertama, Atraksi Wisata, yaitu merupakan daya tarik yang timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau, dan lain sebagainya), objek buatan manusia (museum, masjid kuno, dan lain sebagainya), ataupun unsur-unsur budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan lain sebagainya). Kedua, transportasi merupakan sesuatu yang berpengaruh atas arus wisatawan dan juga perkembangan akomodasi. Ketiga, akomodasi, merupakan salah satu sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Keempat, fasilitas Pelayanan, yaitu penyediaan fasilitas dan pelayanan dan bervariasi sejalan dengan perkembangan. Dan kelima, infrastruktur yaitu untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung. Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat bagi masyarakat sekitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi etnografi untuk menggali dan memahami makna budaya yang terkandung dalam praktik kuliner tradisional di Pawon 21 Bonjeruk, Lombok

Tengah. Pendekatan etnografi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menyelami kehidupan sosial masyarakat secara langsung dan memahami simbol, nilai, serta praktik budaya yang terkait dengan makanan tradisional. Penelitian dilaksanakan di lokasi Pawon 21 Bonjeruk, yang merupakan salah satu tempat makan berbasis tradisi lokal di Lombok Tengah. Subjek penelitian terdiri atas pemilik atau pengelola Pawon 21, wisatawan baik lokal maupun luar Lombok yang mengunjungi tempat tersebut. Peneliti berinteraksi langsung dengan para informan untuk memperoleh data yang mendalam dan kontekstual. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan kunci, yaitu pemilik Pawon 21, beberapa wisatawan, untuk menggali pandangan mereka tentang nilai-nilai filosofi yang terkandung dalam kuliner yang disajikan, seperti kebersamaan, rasa hormat, dan etika makan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pawon 21 Bonjeruk adalah salah satu wisata kuliner yang berlokasi di desa wisata Bonjeruk, Jonggat, Lombok Tengah. Pawon ini terkenal menyajikan makanan khas Lombok. Diantaranya, ayam Merangkat dan sate Kuncungnya yang banyak diburu wisatawan, baik lokal, domestik maupun mancanegara.

1. Sejarah Dibalik Nama Pawon 21 Bonjeruk

Kata Pawon berasal dalam bahasa Sasak berarti dapur dalam bahasa Indonesia. Istilah bahasa Sasak, yang secara asal kata atau etimologis berasal dari kata *pe-awu-an*, yang secara praktis dibaca atau diucap “Pawon”. *Awu* itu berarti Abu. Jadi dengan demikian, Pawon itu identik dengan abu. Ini bisa terjadi karena gambaran seseorang ketika menyebut Pawon itu berkaitan dengan penggambaran tentang bagaimana keadaan dapur pada rumah tangga pedesaan (Nuriadi 2017). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Usman, selaku pemilik sekaligus pengelola wisata kuliner Pawon 21 Bonjeruk. Berikut

ulasannya:

“Kebetulan jumlah Pawonnya ada 2, ada Pawon yang berlokasi di dalam halaman wisata dan ada Pawon yang berada di lingkungan masyarakat. Apabila angka 2 digabung dengan angka 1 menjadi 21. Selain itu, angka 21 adalah tahun berdirinya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang lahir pada tahun 2021 silam. Supaya tetap diingat oleh masyarakat desa Bonjeruk, oleh karena itu kita namakan Pawon 21.”

Dari sini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penamaan tempat dalam konteks pariwisata kuliner tidak hanya berfungsi sebagai label identitas, tetapi juga sebagai strategi pelestarian budaya lokal yang dekontekstualisasi secara modern. Pandangan ini sejalan dengan riset terbaru oleh Singgalen (2023), yang menyatakan bahwa Penamaan destinasi berbasis tradisi lokal memainkan peran strategis dalam membangun citra tempat dan membentuk keterikatan emosional wisatawan terhadap destinasi.

2. Filosofi Ayam Merangkat

Dalam bahasa Sasak, "Merangkat" secara umum berarti "Mengangkat" atau "Memperoleh." Namun, dalam konteks upacara adat suku Sasak, istilah "Merangkat" sering digunakan dalam ungkapan "Mangan Merangkat" yang berarti "Makan bersama" atau "Makan berkumpul" yang merupakan bagian dari tradisi pernikahan dalam masyarakat Sasak. Menurut Mustafidah (2016) mengatakan bahwa perkataan "Merangkat" berasal dari kata "Perangkat" yang berarti benda, alat, bahan yang digunakan dalam upacara tersebut. Kata "Perangkat" ini berasal dari kata "angkat" yang memiliki arti dalam upacara ini adalah mengangkat sebuah sumpah. Sumpah yang dimaksud adalah ikatan yang sudah terjalin dan tidak akan diputuskan. Seterusnya, Ihsan (2020) mengatakan makna filosofis Merangkat dalam prosesi Merariq masyarakat suku Sasak, Merangkat dalam arti kata yakni angkat adat, dimana segala sesuatu dalam hidup memiliki awal yang menjadi pintu masuk dari setiap proses. Begitu pun Merangkat oleh masyarakat desa Bonjeruk

menganggap bahwa Merangkat adalah awal dari prosesi adat sebuah pernikahan atau yang disebut Merariq.

Selain itu, menurut Hikmayani (2023) mengatakan bahwa tradisi ini merupakan salah satu tahapan yang ada dalam pernikahan masyarakat suku sasak, yang dimana tahapan ini berlangsung sebelum hari pernikahan, dalam acara ini terdapat rangkaian tradisi baik dilakukan oleh calon pengantin maupun keluarga yang akan melangsungkan pernikahan. Merangkat merupakan salah satu tradisi masyarakat Sasak menggunakan ayam bakar ketika berlangsung upacara pernikahan. Sajian ayam bakar dihidangkan saat Merangkat (perempuan dibawa ke rumah laki-laki). Sampai di rumah pihak laki-laki, disajikan hidangan makan bersama antara kedua calon mempelai beserta orang yang hadir (Sudarman et al. 2014). Merangkat merupakan suatu upacara adat yang dilakukan untuk menyambut kedatangan si gadis di rumah calon suaminya. Hal ini merupakan upacara peresmian masuknya si gadis dalam keluarga calon suaminya. Mangan Merangkat ini dilakukan pada malam hari dengan maksud tertentu (Mustafidah 2016).

Ayam merangkat merupakan makanan khas Lombok tentunya dapat dengan mudah didapatkan di berbagai tempat di Pulau Lombok, dalam hal ini di desa Wisata yang menyajikan kuliner lokal tersebut adalah Pawon 21 Bonjeruk. Sebuah kuliner tradisional yang sarat makna budaya berhasil meraih pengakuan nasional. Ayam Merangkat, hidangan khas masyarakat Sasak, resmi



mendapatkan sertifikat Kekayaan Intelektual Komunal (KIK) dari Kantor Wilayah



Kementerian Hukum dan HAM NTB (Nurmantika 2025).

Gambar 1. Ayam Merangkat

Sumber: Instagram Pawon 21 Bonjeruk
Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik sekaligus pengelola wisata kuliner Pawon 21 Bonjeruk, Usman mengatakan bahwa:

“Pertama, Merangkat secara adat, merupakan kewajiban bagi masyarakat Bonjeruk sebagai tahapan dalam prosesi memulai acara adat pernikahan, meskipun dalam agama tidak diharuskan. Merangkat itu menjadi wajib, kalau seorang laki-laki yang menikah dengan perempuan, baik dalam kampung maupun luar Bonjeruk. Kedua, Merangkat adalah salah satu penghormatan kepada calon pengantin perempuan, karena inilah salah satu cara kita untuk menghormati kaum wanita mulai dari saat mengambil untuk menjadikannya sebagai istri, untuk itu kita harus menjaga dia. Jadi, harus benar-benar dipastikan bahwa keadaannya baik-baik saja. Ketiga, Sesampai di rumah laki-laki dia akan cuci kakinya, diberikan ruangan khusus, diberikan sajian kepada pengantin yang berbeda dengan yang lainnya. Seterusnya calon wali perempuan itu akan memecahkan telur terlebih dahulu, baru kemudian yang lainnya boleh makan.”

Usman menjelaskan mengenai proses dalam acara makan ayam Merangkat ini: Tidak boleh dimulai sebelum pengantin perempuan memecahkan telur rebus. Karena telur rebus tersebut adalah simbol dari keikhlasan atau kerelaan dari calon perempuan untuk menjadi bagian dari keluarga laki-laki. Ayam Merangkat ini disuguhkan pada malam Merangkat, jarang pada saat roah. Kita namakan ayam Merangkat, berdasarkan kesepakatan dengan Ketua Pokdarwis, kemudian didukung oleh Pemerintah Desa. Jadi makna yang terdapat dalam penyajian ayam Merangkat ini adalah sebagai berikut: Makna pertama, telur itu hanya kami taruh jika pemesanannya lebih dari satu paket. Mereka makan dahulu sebelum ayahnya memulai dengan memecahkan telur. Karena selama ini,

kita kurang menghargai orang tua. Apabila orang tua sudah bilang iya baru kita mulai.

Makna yang kedua yaitu, sebagai syarat sambil kita berniat dan berdoa kepada Tuhan yang maha kuasa agar apa yang menjadi hajat atau permintaan dikabulkan. Misalnya guru-guru atau rombongan kampus atau rombongan pegawai negeri mungkin mereka punya hajatan di institusi mereka, supaya kerjanya lancar maka mereka bisa melalui filosofi tersebut sebelum makan berdoa terlebih dahulu semoga usahanya lancar.

Makna ketiga, kenapa ayam? Ada beberapa versi yang saya dapatkan. Jadi ayam itu, merupakan simbol penghormatan. Ternyata kalau ada tamu dan tamu tersebut sangat kita hormati atau jarang sekali kita ketemu. Kemudian tiba-tiba datang ke rumah dan orang tersebut sudah lama tidak pernah datang ke rumah, maka biasanya kita menggunakan ayam untuk menjamunya sebagai santapan saat makan. Selain itu, ayam merupakan hewan yang paling umum dan mudah ditemukan dalam lingkungan masyarakat.

Ayam dan telur juga merupakan satu kesatuan supaya nanti mereka kalau sudah menikah segera diberikan keturunan dan keluarga yang harmonis seperti layaknya telur dan ayam, sehingga justru itu kita menggunakan ayam dan telur. Inilah yang kita ceritakan kepada setiap tamu yang datang. Bahkan ketika wisatawan berwisata kuliner di Pawon 21, kami menceritakan filosofi dari beberapa menu kuliner yang ada, salah satunya ayam Merangkat. Selain itu, ayam Merangkat ini kita sampaikan melalui literasi dan presentasikan di beberapa forum-forum, dengan tujuan melestarikan salah satu kuliner Lombok yang hampir dilupakan.

Selain peneliti mewawancarai pemilik sekaligus pengelola wisata kuliner Pawon 21 Bonjeruk, peneliti juga mewawancarai beberapa wisatawan yang berwisata kuliner di Pawon 21 diantaranya sebagai berikut: Wisatawan dari Lombok Barat, Abdul Hamid. Ia merasa terpujau melihat panorama persawahan sembari menikmati beberapa

menu makanan yang ada di Pawon 21 Bonjeruk. Adapun hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Saya pertama kali tahu tentang Pawon 21 dari media sosial, kebetulan teman saya pernah ke sini dan merekomendasikan untuk coba Ayam Merangkat. Awalnya saya kira hanya ayam kampung biasa, tapi ternyata bukan hanya cara masaknya yang khas, melainkan cara penyajiannya yang membuat saya penasaran. Disusun seperti ayam sedang duduk bersimpuh, ternyata ada filosofi di balik itu. Kata pemiliknya, itu lambang penghormatan kepada tamu dan juga mencerminkan kerendahan hati. Saya pribadi jadi merasa dihargai sebagai tamu. Bumbunya juga sangat khas, pedas, tapi tidak menyiksa, dan terasa rempahnya sampai ke dalam. Menurut saya, pengalaman makan seperti ini jauh lebih bermakna dibanding sekedar makan di restoran biasa. Ini seperti mengenal budaya lewat makanan.”

Selain itu, Misbahul Hadi, selaku pengunjung lokal mengungkapkan dalam wawancara berikut ulasannya:

“Saya sangat terkesan karena Pawon 21 berani mengangkat kembali kuliner seperti Ayam Merangkat yang sekarang mulai jarang ditemukan. Di rumah pun, masakan seperti ini sudah tidak banyak dimasak, kecuali saat acara adat. Waktu saya melihat penyajiannya, saya langsung teringat pada masa kecil. Bahkan anak saya yang biasanya susah makan, di sini lahap karena suasananya mendukung tempatnya nyaman, nuansanya tradisional, dan ada cerita di balik makanannya. Ini penting menurut saya, karena kuliner bukan hanya tentang rasa, tetapi juga tentang nilai-nilai filosofi dari budaya kita sebagai orang lokal.” Tidak hanya wisatawan lokal tetapi wisatawan luar daerah juga datang ke Pawon 21, Rizky yang merupakan seorang mahasiswa dari Yogyakarta mengatakan:

“Saya datang ke Lombok untuk berwisata kuliner, dan Pawon 21 direkomendasikan oleh teman saya. Yang membuat saya kagum adalah bagaimana mereka menjelaskan makna dan filosofi dari

ayam Merangkat, bukan sekedar menyajikan makanan. Menurut pemiliknya, ayam Merangkat menggambarkan filosofi kehidupan: kita harus selalu rendah hati dan menghormati setiap tamu. Secara rasa, makanannya luar biasa, teksturnya ayamnya lembut, bumbunya meresap. Tapi yang paling saya bawa pulang dari sini bukan hanya rasa, melainkan makna budaya.”

Melalui wawancara yang dilakukan peneliti dengan pengelola Pawon 21 Bonjeruk serta beberapa wisatawan, peneliti menemukan bahwa kuliner tradisional seperti Ayam Merangkat tidak hanya memiliki nilai rasa, tetapi juga mengandung makna simbolik, sosial, dan spiritual yang kuat. Dari sisi pemilik, Ayam Merangkat tidak hanya disajikan sebagai hidangan, melainkan sebagai representasi nilai-nilai adat Sasak, seperti penghormatan terhadap perempuan, keikhlasan dalam pernikahan, serta harapan akan keluarga yang harmonis. Peneliti melihat bahwa pengetahuan lokal yang dibalut dalam praktik kuliner ini menjadi bagian dari narasi budaya yang memperkuat identitas komunitas. Dari sisi wisatawan, pengalaman menyantap Ayam Merangkat menciptakan keterhubungan emosional yang mendalam, bukan hanya karena rasanya, tapi karena cerita yang menyertainya. Wisatawan seperti Abdul Hamid dan Rizky menyebutkan bahwa makna dan penyajian kuliner ini membuat mereka merasa lebih dihargai dan lebih memahami budaya lokal. Dalam penelitian ini, peneliti berpendapat bahwa, kuliner tradisional dapat berfungsi sebagai alat komunikasi budaya yang efektif dengan menyampaikan nilai-nilai lokal melalui pengalaman makan.

Peneliti juga menekankan bahwa, pelestarian kuliner seperti Ayam Merangkat tidak hanya penting dari sisi warisan budaya, tetapi juga memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata berbasis budaya yang berkelanjutan. Ayam Merangkat, yang telah diakui sebagai Kekayaan Intelektual Komunal (KIK), menjadi contoh nyata bagaimana kuliner dapat difungsikan sebagai media edukasi, pelestarian, dan branding

destinasi.

3. Filosofi Sate Kuncung

Selaku pemilik sekaligus pengelola wisata kuliner Pawon 21 Bonjeruk, Usman menjelaskan bahwa, Sate Kuncung adalah sate yang disajikan dengan cara dibungkus menggunakan daun pisang. Berbentuk kerucut sehingga dinamakan kuncung. Biasanya sate ini, disediakan pada saat acara Maulid Nabi SAW. Berbahan baku daging ayam yang dicincang-cincang dengan bumbu cabai rawit lokal, jahe, kemiri dan serai. Sate Kuncung ini diberikan kepada anak-anak pada acara sunatan atau Begawe pada umumnya. Pada zaman dahulu di persembahkan atau disajikan untuk orang-orang yang spesial seperti Raden, Patih dan untuk saat ini adalah yang punya gawe. Dia menyatakan bahwa sate Kuncung ini bukan sembarang sate. Kuncung itu dalam bahasa Sasak berarti bagian depan kepala, biasanya merujuk pada bentuk runcing. Dalam kuliner, istilah ini digunakan karena potongan sate disusun memanjang seperti bentuk kuncung. Filosofinya adalah ketegasan dan



arah, bahwa hidup itu harus punya tujuan. Orang tua dahulu mengajarkan kita lewat makanan seperti ini, bahwa makan pun ada arah.

Gambar 2. Sate Kuncung

Sumber: Instagram Pawon 21 Bonjeruk

Sate Kuncung ini punya makna yang tidak semua orang langsung pahami saat melihat atau mencicipinya. Usman (2025) lebih jauh menjelaskan bahwa, asal-usul dan nilai yang dikandung dalam sate Kuncung, orang akan sadar bahwa ini bukan sekedar tusukan daging. Istilah ‘kuncung’ itu diambil

dari bahasa Sasak. Kuncung berarti ujung atau bagian runcing yang menonjol ke depan. Dalam bahasa sehari-hari, itu sering dihubungkan dengan rambut anak kecil zaman dulu yang masih punya jambul atau kuncung di depan. Tapi dalam makanan, maknanya lebih mendalam. Sate Kuncung ini disusun memanjang, meruncing ke depan, bukan asal ditusuk sembarangan dan ini ada simbolnya.

“Simbol arah dan tujuan hidup. Jadi ketika kita menyusun dagingnya, kita diajarkan untuk tidak asal tusuk, tetapi harus rapi, memanjang, dan bentuknya harus lurus ke depan. Hal tersebut melambangkan bahwa hidup ini harus punya arah, tidak boleh berputar-putar di tempat. Hidup harus maju. Masyarakat Sasak zaman dahulu menyampaikan pesan tersebut melalui makanan. Karena apa? Karena lewat makan, semua orang berkumpul. Orang tua memberi nasihat lewat simbol-simbol yang sederhana. Kita mungkin waktu kecil tidak terlalu paham, tapi sekarang, setelah dewasa dan lihat ke belakang, kita mulai mengerti bahwa semua itu bukan tanpa maksud.”

Usman menyebut, mengenai usaha dalam menjaga nilai-nilai filosofi dari menu sate Kuncung:

“Kami di Pawon 21 berusaha menjaga nilai itu lewat penyajian dan cerita. Setiap kali tamu datang dan kami sajikan Sate Kuncung, kami tidak hanya sajikan makanannya, tapi juga ceritanya. Kami ingin orang yang makan tahu bahwa sate ini punya makna, bahwa bentuknya yang runcing ke depan itu melambangkan keharusan kita sebagai manusia untuk punya visi dan arah hidup. Di dalam keluarga, anak-anak dahulu diajarkan, ‘Kalau kamu makan sate ini, ingat: hidupmu harus seperti bentuk tusukannya, jelas tujuannya, tidak bengkok.’ Itu nasihat yang mungkin sederhana, tapi dalam.”

Sementara itu, wisatawan yang berasal dari Lombok Timur, Abdul Hanan (2025) menjelaskan dalam wawancara, berikut ulasannya:

“Dari cara penyajiannya saja sudah unik, disusun memanjang dan rapi. Lalu,

pemilik Pawon 21 menjelaskan bahwa bentuk sate ini disebut ‘kuncung’ karena seperti runcing ke depan, simbol arah hidup. Di bagian ini yang membuat saya merinding. Karena terkadang kita hanya makan untuk kenyang, tetapi di sini, saya merasa seperti sedang diberi nasihat hidup lewat makanan. Rasanya pedas tapi tidak berlebihan, ada aroma rempah yang khas. Dan yang menarik, sebelum makan, kami diajak untuk refleksi sebentar tentang makna sate Kuncung, bahwa hidup harus punya arah dan niat.”

Dalam wawancara peneliti dengan pengelola Pawon 21 Bonjeruk dan wisatawan, peneliti menemukan bahwa Sate Kuncung bukan sekadar hidangan tradisional, tetapi merupakan bentuk simbolik dari filosofi hidup masyarakat Sasak. Penyusunan sate yang memanjang dan runcing ke depan ternyata tidak dilakukan secara acak, melainkan mencerminkan nilai-nilai mendalam tentang arah, tujuan, dan ketegasan dalam menjalani kehidupan. Peneliti menyimpulkan bahwa bentuk fisik makanan dalam tradisi Sasak berfungsi sebagai sarana penyampaian nilai moral dan sosial secara tersirat namun kuat. Makanan ini, tidak hanya mengenyangkan, tapi juga mengandung pesan tentang visi hidup, seperti yang disampaikan melalui bentuk “Kuncung” yang bermakna maju dan tidak menyimpang.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menyoroti bagaimana warisan nilai-nilai lokal dapat diaktualisasikan melalui pengalaman makan, khususnya dalam konteks pariwisata kuliner. Cerita di balik penyajian Sate Kuncung yang disampaikan secara langsung oleh pemilik restoran kepada wisatawan menjadi praktik pelestarian budaya yang bersifat komunikatif dan reflektif. Wisatawan seperti Abdul Hanan pun merasakan dampak emosional dan makna spiritual dari pengalamannya berwisata kuliner. Ini membuktikan bahwa makanan tradisional bisa menjadi media efektif dalam pendidikan budaya.

Lebih dari itu, peneliti berpendapat bahwa konsep seperti Sate Kuncung menunjukkan

pentingnya pendekatan naratif dalam pengembangan wisata kuliner. Tidak hanya rasa dan tampilan yang menjadi daya tarik, tetapi juga narasi dan filosofi yang membingkai makanan tersebut. Ketika makanan diberi makna yang dapat dirasakan oleh wisatawan, maka pengalaman makan berubah menjadi pengalaman budaya. Inilah yang menjadi kekuatan utama dari Pawon 21 Bonjeruk—yakni menggabungkan praktik kuliner tradisional dengan komunikasi budaya yang bermakna.

4. Kuliner Tradisional Dan Perkembangan Teknologi digitalisasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan perubahan drastis dalam model bisnis kuliner. Aplikasi pemesanan makanan online seperti Go Food, Grab Food, dan Shopee Food telah menjadi bagian penting dari gaya hidup modern, memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memesan makanan dari berbagai restoran hanya melalui perangkat seluler (Saefudin et al. 2024). Jadi tidak menutup kemungkinan nanti akan banyak sekali warung-warung yang menyediakan menu ayam Merangkat dan sate Kuncung yang tersebar di mana-mana. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik sekaligus pengelola Pawon 21 Bonjeruk, Usman dalam usaha mengembangkan wisata kuliner, berikut ini paparannya:

“Pertama, kita akan menguatkan di pengembangan desa wisata berkelanjutan. Jadi biasanya dahulu yang kita kembangkan bukan hanya fokus kepada ayam Merangkatnya tapi bagaimana desa ini memberikan daya tarik keluar yang ujungnya adalah akan menikmati kuliner. Misalnya, yang sudah kita lakukan adalah dengan mempromosikan keindahan alam melalui tour. Program paket wisata ini, kita namakan di sini, In The Life. Wisatawan hanya Jalan dan melihat orang menenun. Program tersebut yang membuat mereka akan datang ke sini, baru kita akan tawarkan inovasi kegiatan yang lain. Kegiatan pengalaman wisata yang berbeda yang merupakan celah untuk menjual ayam Merangkat dan sate Kuncung. Kedua, yang akan kita lakukan



adalah festival tahunan yang ketiga, tahun ini ada festival Merangkat. Jadi dengan adanya festival tahunan ini akan semakin luas jangkauannya. Orang akan penasaran, apa sejarah dibalik Merangkat dan sate Kuncung. Ketiga, kita akan berkumpul mempromosikan melalui digitalisasi melalui media sosial. Di sana kita akan menawarkan paket wisata sudah include makan siang ayam Merangkat. Keempat, inovasi melalui pengetahuan produk knowledge dari teman-teman di sini.

Usman menguraikan syarat supaya orang datang ke Pawon 21, adalah sebagai berikut:

"Pertama, desa ini harus unik. Jadi ada sesuatu yang bisa dirasakan oleh wisatawan yang tidak terdapat di daerah lain. Kedua, yang membuat orang betah mau datang ke sini, adanya inovasi. Kita juga ada kesepakatan dengan restoran pasar bambu. Semua kita bebas menjual ayam Merangkat dan ikan Nila pelalah. Jadi karena ada inovasi, program ini akan kita usahakan seluruh bahan bakunya berasal dari desa Bonjeruk. Selama ini, hampir 70% kita tanam sendiri, mulai dari buah terong, cabai, dan sayur-mayur lainnya, kita usahakan untuk mengirit biaya, mulai dari pemilihan sampah. Dari sampah plastik, sampah organik akan masuk ke rumah kompos yang ada di sini. Semua limbah dapur, masuk ke rumah kompos untuk dirubah menjadi pupuk. Kemudian kita akan membangun Green House Hidroponik atau kebun Mini dengan tujuan untuk mengirit biaya serta menggunakan sumber daya lokal, yang melibatkan masyarakat, wisatawan, yang datang ke Pawon 21 ini. Di samping mereka menikmati kuliner yang ada, mereka juga bisa belajar bagaimana bisnis ini berjalan, itu menjadi pemantik, kharisma atau dorongan untuk desa-desa lain agar bisa berkembang. Wisatawan akan senang mengunjungi sebuah tempat yang bersih, ramah lingkungan dan nyaman bagi mereka, serta makanannya enak, juga bahan bakunya segar dan alami."

Perkembangan teknologi digital secara signifikan telah mengubah lanskap industri kuliner, termasuk dalam konteks pelestarian

dan promosi kuliner tradisional. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Usman, selaku pengelola Pawon 21 Bonjeruk, peneliti mencermati bahwa strategi pengembangan kuliner tidak hanya berfokus pada produk makanan itu sendiri, tetapi juga mengandalkan inovasi digital dan pendekatan berbasis pengalaman. Program seperti "In The Life" dan Festival Merangkat menjadi bentuk pengemasan wisata budaya yang menjembatani antara tradisi dan modernitas. Peneliti menilai bahwa penggunaan media sosial dan platform digital telah menjadi sarana vital dalam memperluas jangkauan promosi kuliner tradisional serta membangun narasi budaya yang bisa diakses secara luas.

Selain itu, peneliti juga dapat mengidentifikasi bagaimana integrasi antara teknologi digital dan kearifan lokal menjadi model pengembangan wisata kuliner berbasis desa yang berkelanjutan. Usman menyampaikan bahwa narasi seperti sejarah ayam Merangkat dan sate Kuncung dapat dikemas ulang dalam bentuk konten digital agar menjangkau wisatawan yang lebih muda dan berbasis urban. Oleh karena itu, wisata kuliner tidak lagi dipromosikan sebagai produk statis, melainkan sebagai bagian dari ekosistem pengalaman wisata yang edukatif dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Peneliti juga menemukan bahwa aspek keberlanjutan menjadi pilar penting dalam konsep pengembangan yang diusung oleh Pawon 21. Melalui pemanfaatan kompos, green house hidroponik, serta penggunaan bahan baku lokal, pengelola berhasil mengintegrasikan nilai-nilai ramah lingkungan dalam proses produksi kuliner tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam wisata kuliner tidak harus meninggalkan akar budaya, tetapi justru memperkuatnya dengan cara yang relevan dengan tantangan saat ini. Studi terbaru oleh Rachao et al. (2021), menegaskan bahwa, sustainable food tourism requires the co-creation of value through community participation, resource efficiency, and digital engagement. Hal itu, sepenuhnya tercermin



dalam praktik yang dilakukan oleh Pawon 21 Bonjeruk.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa digitalisasi bukanlah ancaman terhadap kuliner tradisional, tetapi justru peluang untuk memperluas dampak budaya lokal secara global, asalkan tetap dikelola dengan memperhatikan nilai-nilai kultural dan keberlanjutan. Pengalaman yang ditawarkan oleh Pawon 21 bukan hanya soal makan, melainkan tentang bagaimana sebuah desa membangun narasi, menciptakan inovasi, dan menyampaikan nilai-nilai kehidupan melalui platform digital yang menjangkau generasi baru.

5. Tingkat Kunjungan Wisatawan Ke Pawon 21

Tingkat kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun di wisata kuliner Pawon 21 Bonjeruk mengalami peningkatan. Sebagaimana wawancara peneliti dengan Usman menjelaskan:

“Di 2 tahun terakhir ini atau mungkin 1 tahun terakhir, total semua wisatawan sebanyak 59.000 di tahun 2024. 47.000 diantaranya itu adalah hanya datang ke sini untuk makan menikmati ayam Merangkat dan sate Kuncung. Sedangkan yang lainnya, ada yang tour, pulang terus. Ada juga yang menginap dan ada yang melakukan kegiatan Cooking Class, ada yang melakukan meeting dan sebagainya. Untuk yang dalam negeri dari 59.000 itu kurang lebih sekitar 6-7%. Dari 59.000 itu yang dari luar daerah, dari luar negeri, sisanya lagi bukan orang Lombok atau orang domestik Indonesia, sama orang luar negeri adalah sekitar 12%. Berarti sekitar 5.900-an yang dari mancanegara dan orang Indonesia yang datang dengan rombongan di sini, hampir sama jumlah bule sama orang Indonesia yang datang ke Pawon 21.”

Berdasarkan wawancara dengan Usman, pengelola Pawon 21 Bonjeruk, peneliti mencatat bahwa angka kunjungan wisatawan pada tahun 2024 menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Sebanyak 59.000 pengunjung tercatat dalam satu tahun terakhir, di mana 47.000 di antaranya secara khusus

datang untuk menikmati hidangan khas seperti ayam Merangkat dan sate Kuncung. Peneliti melihat bahwa angka ini menjadi indikator kuat bahwa wisata kuliner berbasis budaya lokal mampu menarik minat wisatawan secara luas, tidak hanya sebagai pelengkap kegiatan wisata, tetapi sebagai tujuan utama. Ini menguatkan posisi kuliner tradisional sebagai magnet utama dalam ekosistem pariwisata berbasis komunitas.

Setelah melakukan wawancara dengan pengelola Pawon 21, peneliti menemukan bahwa, peran strategis kuliner lokal adalah salah sebagai pendorong utama kunjungan wisatawan, baik domestik maupun internasional. Data yang diperoleh peneliti dari wawancara menunjukkan bahwa sekitar 12% dari total pengunjung adalah wisatawan luar daerah dan mancanegara, yang jumlahnya mencapai kurang lebih 5.900 orang. Fenomena ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Hernández-Mogollón et al. (2023), yang menyatakan bahwa, *gastronomic tourism has evolved into a major form of cultural tourism, drawing travelers who seek authentic and immersive local food experiences*. Dengan demikian, pengalaman kuliner yang ditawarkan Pawon 21 bukan hanya memuaskan secara rasa, tetapi juga menciptakan pengalaman budaya yang mendalam.

Peneliti juga menekankan pentingnya diversifikasi aktivitas wisata yang ditawarkan oleh Pawon 21. Selain sajian kuliner, pengunjung dapat mengikuti cooking class, menginap di desa, hingga menjelajah keindahan alam sekitar. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan menarik wisatawan tidak hanya bergantung pada produk kuliner itu sendiri, tetapi juga pada bagaimana pengalaman itu dikemas dan dikaitkan dengan budaya lokal dan alam sekitarnya.

Dari hasil analisis tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa model pengembangan Pawon 21 merupakan representasi dari pendekatan wisata berbasis komunitas yang terukur dan berbasis data, di mana kuliner lokal bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi



tulang punggung narasi dan identitas destinasi. Dengan keberhasilan mencatat lebih dari 47.000 pengunjung kuliner dalam satu tahun, Pawon 21 menunjukkan bahwa pendekatan berbasis nilai, kearifan lokal, dan pengalaman emosional merupakan kunci keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan minat wisatawan masa kini.

PENUTUP

Kesimpulan

Tradisi Merangkat dalam budaya masyarakat Sasak bukan sekadar ritual adat, tetapi juga sarat dengan nilai-nilai filosofi yang mendalam. Kata Merangkat, yang berakar dari “angkat” atau “perangkat”, tidak hanya berarti membawa atau memulai, tapi juga menjadi simbol komitmen dan penghormatan, khususnya terhadap perempuan yang akan bergabung dalam keluarga baru. Dalam praktiknya, tradisi ini diwujudkan melalui acara makan bersama, Mangan Merangkat, dengan sajian khas seperti Ayam Merangkat, yang menyimpan makna tentang keikhlasan, doa, dan harapan akan masa depan yang baik bagi kedua mempelai. Kuliner khas seperti Ayam Merangkat dan Sate Kuncung tidak hanya disajikan untuk dinikmati secara rasa, tapi juga menjadi medium untuk menyampaikan pesan budaya dan nilai-nilai kehidupan. Di sinilah peran Pawon 21 Bonjeruk menjadi sangat penting, bukan hanya sebagai tempat makan, melainkan juga sebagai ruang pelestarian tradisi dan pembelajaran budaya. Dengan sentuhan cerita di balik setiap hidangan, pengunjung diajak untuk merasakan kedalaman makna yang terkandung dalam makanan.

Pawon 21 Bonjeruk berhasil membangun jembatan antara budaya lokal dan pariwisata modern. Melalui promosi digital, penyelenggaraan festival tahunan, dan pengalaman wisata berbasis budaya, tempat ini menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Jumlah kunjungan yang terus meningkat membuktikan bahwa jika dikelola dengan hati

dan visi, kekayaan kuliner tradisional bisa menjadi kekuatan besar dalam memperkenalkan identitas daerah ke dunia luar. Lebih dari sekadar makan, di Pawon 21, pengunjung diajak untuk memahami, menghargai, dan merayakan budaya Sasak melalui setiap suapan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hakim & Hamidah, S. (2021). Peran kuliner tradisional dalam mendukung pemajuan kebudayaan di destinasi pariwisata prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- [2] Rijal, S. (2017). Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Kota Makassar Sebagai Destinasi Wisata Kuliner.
- [3] Kurniansah, R., & Rojabi, S. H. (2023). Kuliner lokal sebagai daya tarik wisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *The Sages Journal: Culinary Science and Business*, 2(1), 9–19. <https://journalsages.ac.id/index.php/sages>
- [4] Jaya, U. P., Yulianingsih, & Suranata, I. G. K. (2024). Pengembangan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Pariwisata Di Desa Tenggalinggah. *Jurnal Pariwisata PaRAMA*, 5(2), 86–100. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.761>
- [5] Putri, J. A., Denik, Y., Maryani, T., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2023). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 207–212.
- [6] Pakpahan, R., & Kristiana, Y. (2019). Pengenalan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belitung. *Prosiding PKM-CSR*, 2, 1054–1056.
- [7] Maisaroh, S., & Mauluddin, I. (2025). Gastronomi Makanan Tradisional Mbojo (Bima-Dompu) dalam Pembelajaran Menulis Teks Narasi. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 14(2 Mei), 2873-2886.



-
- [8] Banudi, L., & Imanuddin, P. (2017). Sosiologi dan Antropologi Gizi. In Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES).
- [9] Mintosih, S., & Widiyanto, Y. S. (1997). Tradisi dan kebiasaan makan pada masyarakat tradisional di Kalimantan Barat. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- [10] Abdullah, A., & Widiani, L. (2024). Gastronomi Sasak-Lombok: Kaya Ragam, Kaya Rasa, Kaya Budaya. Media Bina Ilmiah, 18(8), 2019-2030.
- [11] Ratnawati, W. (2020). Penguatan pendidikan karakter melalui adab makan bersama di kelas. Jurnal Varidika, 31(2), 87-91.
- [12] Yoesoef, M. (2022). Tradisi Pengucapan Syukur Minahasa dan Pemertahanan Kuliner Tradisional. Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal.
- [13] Asmini, A., Karmeli, E., Sutanti, M., & Kamaruddin, K. (2024). Peran Perempuan dalam Mengembangkan Kuliner Tradisional Khas Sumbawa di Desa Tatebal. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 4(2), 99-105.
- [14] Adinugroho, S., Djong, A. M. R., Faskahariyanto, K., & Nugroho, T. (2025). Sentra Kuliner Sebagai Penunjang Keberlanjutan Wisata Sungai Kalimas Surabaya. Jurnal Lentera Bisnis, 14(1), 594-603.
- [15] Ariani, F. (2024). Menjaga Akar Tradisi: Makan Baidang Dalam Acara Badua Di Rantau Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Handep: Jurnal Sejarah dan Budaya, 8(1), 47-64.
- [16] Safitri, W. D., br Sihombing, C. A., Ingtyas, F. T., & Ginting, L. (2024). Pengaruh Peran Perempuan dalam Melestarikan Makanan Tradisional di Industri Kuliner. MODELING: Jurnal Program Studi PGMI, 11(4), 219-231.
- [17] Prabowo, I. D. P., Lestariningsih, T., & Mau, D. P. (2024). Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Kota Malang. Jurnal Industri Pariwisata, 6(2), 143-146.
- [18] Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor penentu daya tarik wisata budaya dan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan (Doctoral dissertation, State University of Malang).
- [19] Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [20] Puspa, I. A. T. (2019). Ngaben sebagai Daya Tarik Pariwisata. Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya, 4(1), 37-45.
- [21] Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan, 6(1), 135-143.
- [22] Prasetyo, H., & Nararais, D. (2023). Urgensi destinasi wisata edukasi dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Kepariwisata: Jurnal Ilmiah, 17(2), 135-143.
- [23] Nasution, F., Azzahra, A. R., Ginting, C. S., & Amalia, M. (2023). Diversitas Sosiokultural: Penjelasan, Faktor, dan Manfaatnya dalam Masyarakat. Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora, 3(2), 249-258.
- [24] Wisnawa, I. M. B. (2024). Era baru loyalitas wisata: Menggabungkan digitalisasi dan autentisitas dalam pemasaran destinasi. Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies, 4(1), 1-16.
- [25] Wilantara, M. (2024). Rekonstruksi Komunikasi Pariwisata Bali Mengubah Pandangan Budaya Dari Globalitas Ke Lokalitas. Deepublish.
- [26] Idrus, S. H., Sari, S. K. Y., Rijal, M., & Syam, N. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan Kepariwisata Berkelanjutan dalam Mendukung Kelestarian Budaya Lokal dan Nasional. Journal of Mandalika Literature, 6(1), 192-202.
- [27] Nurhidayati, S. E., Muliani, L., Judijanto, L., Apriyanto, A., Haryanti,
-



- T., Darmayasa, D., ... & Raksapati, A. (2025). *Pesona Pariwisata Indonesia: Potensi, Pengembangan, dan Inovasi Membangun Destinasi Pariwisata Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [28] Munir, U., Dimyati, K., & Absori, A. (2018). Implementasi kebijakan pengembangan pariwisata di Pulau Lombok. *YUSTISIA MERDEKA: Jurnal Ilmiah Hukum*, 4(2).
- [29] Sintia, B. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi Lokal. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 2(1), 396-401.
- [30] Jaya, U. P., & Suranata, I. G. K. (2024). Pengembangan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Pariwisata Di Desa Tenggalinggah. *Jurnal Pariwisata Parama: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 5(2), 86-100.
- [31] Dwi Lestari, A. (2024) Makanan sebagai Jendela Pemahaman Lintas Budaya, Kompasiana.com, diakses pada sabtu 14 juni 2025, <https://www.kompasiana.com/anggun56679/66a1f191c925c41881285882/makanan-sebagai-jendela-pemahaman-lintas-budaya>
- [32] Prasetya Ningrum, D.. (2025). Makanan sebagai Identitas Budaya: Melacak Makna di Balik Rasa dan Tradisi, Kumparan.com, diakses pada sabtu 14 juni 2025, <https://kumparan.com/dita-prasetyaningrum/makanan-sebagai-identitas-budaya-melacak-makna-di-balik-rasa-dan-tradisi-257kfOttMjT/1>
- [33] Triana, D. S., & Darsana, I. M. (2025). Strategi Pengembangan Pulau Lembongan Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Seafood Di Bali. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(5), 569-580.
- [34] Maruto, N. A. R., & Huda, A. M. (2020). Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 118-133.
- [35] Siregar, N. A., & Dewi, M. H. U. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kearifan Lokal dan Kualitas Lingkungan Terhadap Minat Wisatawan Ke Bali. *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata dan Pembelajaran Konseling*, 3(1), 342-353.
- [36] Setiawan, H. (2018). Keterkaitan Antara Citra Destinasi, Persepsi Nilai Pengalaman Dan Kepuasan Wisatawan Kuliner. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 523-540.
- [37] Sari, D. P. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Gastronomi Di Kota Bogor-Jawa Barat. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 7(1), 20-29.
- [38] Mau, D. P., Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., Artana, I. W. A., & Ariawan, I. W. A. P. (2024). Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local Communities in Surabaya. *GREENOMIKA*, 6(2), 123-134.
- [39] Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya: Perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.
- [40] Telelepta, E. G. (2024). Geografi Pariwisata. *Insight Mediatama*.
- [41] Wibowo, O. H. (2023). Integrating Local Cuisine Into Tourism To Create Economic and Social Benefits in The Digital 4.0 Era. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 7(2), 559-566.
- [42] Teguh, F. (2024). *Tata Kelola Destinasi: Membangun Ekosistem Pariwisata*. UGM PRESS.
- [43] Scarpato, R. (2003). *Gastronomy as a tourist product: The perspective of*



- gastronomy studies. In *Tourism and gastronomy* (pp. 65-84). Routledge.
- [44] Sunada, I. N. (2019). Potensi makanan tradisional Bali yang berbasis masyarakat sebagai daya tarik wisata di Pasar Umum Gianyar. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 7(1), 27-47.
- [45] [Symons, M. (2002). *Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies*. *Tourism and gastronomy*, 131-151.
- [46] Rumadana, I. M. (2013). *Gastronomi Pada Tradisi Ulihan Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Wisata Belimbing, Tabanan*. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, 2(1), 1-10.
- [47] Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. W., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., Kuswandi, S., & Sanusi. (2023). Perancangan dan pengembangan produk. PT Global Eksekutif Teknologi.
- [48] Mubarok, A. A., & Sasongko, R. M. (2023). Menerjemahan Voices Of The Customer (Voc) Kedalam Inovasi Produk Melalui Quality Function Deployment (QFD) Pada Umkm Kuliner. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2), 206-221.
- [49] Devicha, Y. (2022). Strategi Pengembangan Produk Wisata Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan (Thesis Diploma, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat).
- [50] Nuriadi (2017) PAWON Sebagai Semiotika Fenomena: Tanda yang Mengandung “tanda-tanda”, dalam maia rahma.wordpress.com, <https://maia rahma.wordpress.com/2017/02/22/pawon-sebagai-semiotika-fenomena-tanda-yang-mengandung-tanda-tanda-2/>
- [51] Singgalen, Y. A. (2023). Destination branding dan optimalisasi performa kelompok sadar wisata (Pokdarwis) melalui sistem informasi Desa Wisata Berbasis Bauran Pemasaran 9P. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 5(1), 79-88.
- [52] Mustafidah, H. (2016). Makna Simbolis Dalam Upacara Mangan Merangkat Di Desa Segala Anyar Kecamatan Pujut Lombok Tengah (Skripsi, Universitas Mataram, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia dan Daerah).
- [53] Ihsan, E. Y. (2020). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Merangkat Dalam Prosesi Merariq Pada Masyarakat Suku Sasak (Studi di Desa Bonjeruk Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah) (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, Fakultas Syariah, Jurusan Hukum Keluarga Islam).
- [54] Hikmayani, N. (2023). Interaksionisme simbolik dalam tradisi mangan merangkat Dusun Surebaye Desa Barabali Kecamatan Batukliang (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Program Studi Sosiologi Agama).
- [55] Sudarman, I. W., Armini, I. G. A., & Sumarhen, I. G. A. (2014). Inventarisasi Perlindungan Karya Budaya Kuliner Ayam Taliwang Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Balai Pelestarian Nilai Budaya Bali.
- [56] Nurmantika, M. P. (2025). Ayam Merangkat: Cita rasa tradisi Sasak yang memiliki histori. RRI.co.id. <https://rri.co.id>
- [57] Usman. Pemilik Sekaligus Pengelola Wisata Kuliner Pawon 21, wawancara, Kamis 29 Mei 2025.
- [58] Hanan Abdul. Pengunjung Wisata Kuliner Pawon 21, wawancara, Selasa 3 Juni 2025.
- [59] Abdul Hamid. Pengunjung Wisata Kuliner Pawon 21, wawancara, Selasa 3 Juni 2025.



-
- [60] Hadi Misbahul. Pengunjung Wisata Kuliner Pawon 21, wawancara, Selasa 3 Juni 2025.
- [61] Rizky. Pengunjung Wisata Kuliner Pawon 21, wawancara, Selasa 3 Juni 2025.
- [62] Saefudin, S. F., Silalahi, S. A. M., & Fujiastuti, S. N. (2024). Pengaruh Digitalisasi Dalam Bisnis Kuliner: Dampak Aplikasi Online Terhadap Pasar Bisnis Tradisional Di Kawasan Pendidikan Bandung Utara. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(3), 370-381.
- [63] Rachão, S. A. S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2021). Food-and-wine experiences towards co-creation in tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1050-1066.
- [64] Hernández-Mogollón, J. M. (2023). Application of smellscape and affective-cognitive analysis in memorable cheese-based tourism experiences. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100815.
- [65] Kurniansah, R., & Rojabi, S. H. (2023). Kuliner lokal sebagai daya tarik wisata di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *The Sages Journal: Culinary Science and Business*, 2(1), 9–19. <https://journalsages.ac.id/index.php/sages>
- [66] Prakoso, A. A. (2015). Pengembangan Wisata Pedesaan Berbasis Budaya Yang Berkelanjutan Di Desa Wisata Srowolan Sleman. *Jurnal Kepariwisata*, 9(2), 61-76.
- [67] Putri, J. A., Mistriani, N., Octafian, R., Setyaningtyas, M., Hibatullah, G. H., & Hidayah, K. (2024). Pengaruh partisipasi masyarakat dan kearifan lokal terhadap minat berkunjung di Desa Wisata Kandri Kota Semarang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 21-30.