



## Peran Festival Kuliner Jakarta Fair Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan dan Promosi Pariwisata Jakarta

Tiara Martha Ananda<sup>1</sup>, Asep Parantika<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Nasional

---

### Abstract

Received: 07 July 2025  
Revised: 16 July 2025  
Accepted: 23 July 2025

*Festival Kuliner Jakarta Fair, sebagai salah satu acara tahunan, bertujuan untuk mempromosikan pariwisata Jakarta melalui keunikan makanan dan budaya lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran festival dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta memperkuat citra Jakarta sebagai destinasi kuliner. Studi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival ini mampu menarik wisatawan lokal dan asing, mencatat transaksi ekonomi sebesar Rp7,5 triliun pada tahun 2024, serta memperkuat reputasi Jakarta. Rekomendasi meliputi kolaborasi dengan UMKM, peningkatan infrastruktur, dan strategi promosi digital untuk keberlanjutan festival.*

**Keywords:** *festival kuliner, kunjungan wisatawan, promosi pariwisata, UMKM.*

(\*) Corresponding Author:

**How to Cite:** Ananda, T., & Parantika, A. (2025). Peran Festival Kuliner Jakarta Fair Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan dan Promosi Pariwisata Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(8.D), 140-147. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/12648>.

---

### INTRODUCTION

Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia tidak hanya menjadi pusat ekonomi dan politik tetapi juga destinasi pariwisata yang menawarkan beragam pengalaman, terutama dalam wisata kuliner. Sebagai kota multikultural, Jakarta memiliki kekayaan kuliner yang mencerminkan warisan budaya Nusantara dan inovasi modern.

Festival Kuliner Jakarta Fair, yang merupakan bagian dari Pekan Raya Jakarta (PRJ), adalah salah satu acara utama yang telah menjadi ikon kota. Acara ini adalah kampanye pariwisata yang menggabungkan budaya, hiburan, dan ekonomi kreatif. Selain mencerminkan warisan budaya Indonesia yang kaya, festival ini menawarkan keragaman kuliner dari berbagai daerah dan memberikan peluang bagi inovasi kuliner baru untuk dikenal masyarakat luas.

Secara strategis, Festival Kuliner Jakarta Fair membantu mempromosikan pariwisata Jakarta. Festival ini menarik pengunjung dari dalam dan luar negeri yang ingin menikmati makanan dan mendapatkan pengalaman yang asli. Festival ini berhasil meningkatkan jumlah wisatawan setiap tahunnya dengan memanfaatkan tren makanan global. Acara tersebut diselenggarakan pada tahun 2024 dan menarik 6,3 juta pengunjung selama 33 hari, menghasilkan transaksi ekonomi sebesar Rp7,5 triliun. Data ini menunjukkan bahwa festival adalah faktor utama yang meningkatkan daya tarik wisata Jakarta.

Festival Kuliner Jakarta Fair tidak hanya berfungsi sebagai ajang kuliner, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk mempromosikan tempat wisata lain di

Jakarta. Festival ini menggabungkan elemen budaya seperti seni pertunjukan, pameran sejarah, dan stan yang mempromosikan destinasi wisata populer seperti kota tua, museum, dan pusat perbelanjaan di setiap penyelenggaraannya. Dengan demikian, festival tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata kuliner, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk menunjukkan kepada khalayak yang lebih luas keunikan dan potensi Jakarta.

Namun, untuk menjaga festival tetap relevan dan berkelanjutan di masa depan, penting untuk mengatasi masalah seperti pengelolaan limbah, keterbatasan infrastruktur, dan kebutuhan untuk lebih banyak promosi untuk menarik wisatawan internasional.

Festival Kuliner Jakarta Fair dapat menjadi contoh acara pariwisata yang meningkatkan sektor pariwisata dan meningkatkan ekonomi secara signifikan dengan menggunakan pendekatan strategis. Acara ini memperkuat citra Jakarta sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di Asia Tenggara dan mendorong pertumbuhan UMKM kuliner dan industri kreatif lainnya. Akibatnya, festival ini menarik untuk dipelajari lebih lanjut, terutama dengan kaitannya dengan peningkatan kunjungan wisatawan dan promosi pariwisata Jakarta di seluruh dunia. Tujuan Penelitian :

1. Menganalisis dampak Festival Kuliner Jakarta Fair dalam meningkatkan kunjungan wisatawan domestik dan internasional.
2. Mengidentifikasi strategi promosi yang efektif untuk memperkuat citra Jakarta sebagai destinasi wisata kuliner.
3. Memberikan rekomendasi strategis untuk keberlanjutan festival.

Penelitian ini didukung oleh teori pengalaman wisata berbasis kuliner yang diuraikan oleh Kim & Fesenmaier (2017), yang menyatakan bahwa pengalaman sensorik, keterlibatan sosial, dan pembelajaran merupakan faktor utama dalam menarik wisatawan. Selain itu, pendekatan teori push and pull factors juga relevan, di mana daya tarik (pull) festival dikombinasikan dengan motivasi pribadi wisatawan (push).

Penelitian ini berfokus pada aspek keberlanjutan, termasuk pengelolaan limbah dan inovasi promosi digital, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

## **METHODS**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis data sekunder, termasuk laporan resmi, artikel berita, dan data statistik terkait pariwisata kuliner di Jakarta. Data kuantitatif mencakup jumlah kunjungan wisatawan dan transaksi ekonomi, sementara data kualitatif berasal dari literatur ilmiah, laporan tahunan, dan wawancara informal. Pendekatan analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola utama yang relevan dengan dampak ekonomi, daya tarik wisata, dan strategi promosi.

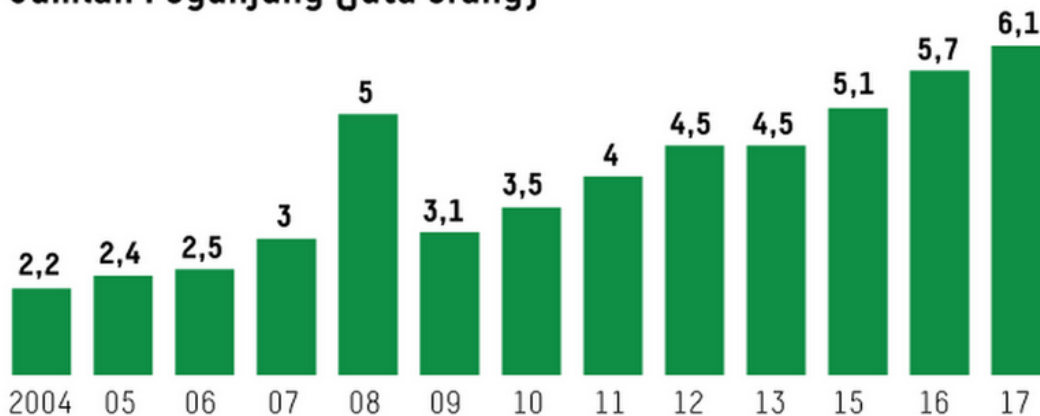
## **RESULTS & DISCUSSION**

Peran Festival Kuliner Jakarta *Fair* dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, mendukung promosi pariwisata Jakarta, dan dampaknya terhadap ekonomi lokal adalah tujuan dari penelitian ini. Berikut adalah beberapa poin utama yang dihasilkan dari analisis data sekunder (laporan resmi, artikel berita, data statistik).

1. Kunjungan Wisatawan

Festival Kuliner Jakarta *Fair* 2024 belum merilis data resmi terkait peningkatan jumlah pengunjung secara rinci. Namun, optimisme ditunjukkan oleh penyelenggara melalui target penjualan Rp7,5 triliun, melibatkan lebih dari 2.550 stan (Karuna Murdaya, Ketua Panitia Penyelenggara, laporan

**Jumlah Pegunjung (juta orang)**



pembukaan Jakarta *Fair* 2024).

Gambar 1. Jumlah Pengunjung Jakarta Fair (Litbang Kompas, 2018)

2. Wisatawan Lokal

Sebagian besar pengunjung berasal dari Jabodetabek, tertarik pada keunikan kuliner Nusantara seperti kerak telur, sate Betawi, dan soto Betawi. Informasi ini diperoleh dari laporan PT JIExpo, penyelenggara resmi Jakarta *Fair*.

3. Wisatawan Internasional

Pengunjung asing mayoritas berasal dari Malaysia, Singapura, dan Australia, termotivasi untuk mengenal kekayaan kuliner Indonesia (Disparekraf Jakarta). Menurut data Kementerian Pariwisata, wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat 23,78% periode Januari–Mei 2024. Meskipun tidak spesifik untuk Jakarta *Fair*, tren ini mencerminkan potensi acara dalam mendukung pariwisata nasional (Kemenparekraf).

Promosi Festival Kuliner Jakarta *Fair* memanfaatkan:

1) Kampanye Media Sosial

Instagram, TikTok, dan platform lainnya menampilkan daya tarik kuliner.

2) Kerja Sama dengan Influencer

*Influencer* lokal dan internasional mempromosikan acara ke audiensi mereka.

3) Kolaborasi Agen Perjalanan

Paket wisata disertakan dengan kunjungan ke festival.

Pendekatan ini sejalan dengan teori *push and pull factors* di mana daya tarik festival (*pull factors*) dan motivasi pribadi wisatawan (*push factors*) saling melengkapi.

4. Daya Tarik Utama Festival

Menurut pengunjung yang diwawancarai, ada beberapa daya tarik utama yang membuat Festival Kuliner Jakarta *Fair* menarik perhatian :

- 1) Keragaman Kuliner : Lebih dari 1.550 stan menjual makanan modern dan tradisional di festival ini. Sate Betawi, kerak telur, dan soto Betawi adalah kuliner lokal dan internasional yang disukai.
- 2) Pengalaman Interaktif: Pengunjung dapat menikmati makanan dan berpartisipasi dalam lokakarya memasak, kompetisi kuliner, dan sesi mencicipi makanan. Pengalaman wisatawan diperkaya dengan aktivitas ini.
- 3) Hiburan dan Atraksi Budaya : Pertunjukan musik, tarian tradisional, dan pameran seni budaya menjadi pelengkap festival, menciptakan suasana yang meriah dan menarik minat berbagai usia.
- 4) Inovasi Kuliner : Festival ini memungkinkan banyak pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk inovatif seperti makanan berbasis rempah lokal, hidangan vegetarian, dan makanan *fusion*.

Sesuai dengan teori *push and pull factors* daya tarik ini mendorong pengunjung untuk mengeksplorasi pengalaman baru karena motivasi pribadi mereka (*push factors*) dan daya tarik acara (*pull factors*).

#### 5. Promosi Pariwisata Jakarta

Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi pemasaran Pekan Raya Jakarta memiliki potensi besar untuk meningkatkan kehadiran acara dan partisipasi masyarakat. Media sosial memberikan akses langsung ke audiensi yang luas. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube, Pekan Raya Jakarta dapat menjangkau ribuan hingga jutaan pengguna yang potensial untuk menjadi pengunjung acara. Dengan demikian, media sosial memungkinkan promosi Pekan Raya Jakarta untuk mencapai lebih banyak orang daripada melalui metode promosi tradisional (*Mochamad Amboro Alfianto, Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (PRJ)*).

Selama festival, destinasi wisata tambahan di Jakarta, seperti Museum Sejarah, Kota Tua, dan Monas, diperkenalkan. Ini meningkatkan kunjungan ke tempat wisata lainnya, meningkatkan efek ekonomi dari festival.

#### 6. Dampak Ekonomi Festival

Jakarta mengalami dampak ekonomi yang signifikan dari Festival Kuliner Jakarta *Fair*. Dengan peningkatan Rp200 miliar dari tahun sebelumnya, total transaksi akan mencapai Rp7,5 triliun pada tahun 2024. Hasilnya meliputi :

- 1) Peningkatan Pendapatan UMKM: Sebagian besar tenant adalah UMKM, yang meraup keuntungan besar dari penjualan selama festival. Sebagai contoh, beberapa UMKM mengatakan bahwa mereka mengalami kenaikan pendapatan hingga 50% dibandingkan dengan penjualan di luar festival.
- 2) Dampak *Multiplier*: Efek berantai dari aktivitas ekonomi festival berdampak pada industri lain seperti transportasi, perhotelan, dan hiburan. Kunjungan wisatawan meningkatkan pendapatan pajak daerah.
- 3) Lapangan Kerja: Ribuan pekerjaan sementara diciptakan oleh penyelenggaraan festival, mulai dari petugas keamanan, tenaga pemasaran, hingga karyawan di restoran.

Temuan ini mendukung teori *multiplier effect* yang mengatakan bahwa pariwisata dapat memiliki dampak ekonomi yang luas pada banyak industri yang saling terkait.

7. Tantangan dan Keberlanjutan

Meskipun sukses besar, terdapat tantangan yang perlu diselesaikan untuk keberlanjutan festival, antara lain:

1) Pengelolaan Limbah:

Volume limbah tinggi selama festival. Penyelenggara perlu mengadopsi strategi ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan daur ulang dan sistem pengelolaan limbah yang lebih efektif.

2) Peningkatan Infrastruktur:

Lokasi festival memerlukan fasilitas yang lebih baik, seperti **transportasi umum, parkir, dan sanitasi**. Penambahan jalur transportasi khusus menuju lokasi festival dapat menjadi solusi.

3) Persaingan dengan Acara Lain:

Untuk tetap menarik, inovasi terus-menerus harus dilakukan, seperti menghadirkan konsep kuliner baru dan hiburan unik.

4) Dukungan UMKM:

Biaya partisipasi yang tinggi dapat menjadi kendala bagi pelaku usaha kecil. Dukungan dari pemerintah dan sponsor sangat penting untuk memastikan keikutsertaan UMKM tetap tinggi.

8. Perspektif Wisatawan dan Pelaku Usaha

Wisatawan yang diwawancarai mengatakan bahwa festival memberikan pengalaman yang luar biasa, terutama dalam hal eksplorasi kuliner. Namun, mereka mengharapkan perbaikan pada beberapa hal, seperti lebih banyak pilihan hiburan dan sistem antrean yang lebih baik. Bisnis melihat festival sebagai kesempatan bagus untuk menjual barang mereka, tetapi mereka juga menghadapi masalah seperti biaya sewa stan yang relatif tinggi. Untuk memastikan partisipasi UMKM tetap tinggi, dukungan lebih lanjut dari pemerintah atau sponsor sangat penting.

9. Festival Kuliner Jakarta *Fair* Menarik Wisatawan ke Jakarta

Untuk menarik wisatawan, festival ini menggunakan pendekatan digital, kolaborasi dengan media, dan emosional. Penggunaan situs web seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi strategi penting untuk menjangkau demografi generasi milenial. Konten interaktif, seperti video pendek yang menampilkan "satu hari di festival", memberikan kesan menarik kepada pengunjung yang akan datang. Paket wisata terintegrasi mendorong turis asing untuk mengunjungi festival. Dalam promosi, testimoni pengunjung festival sebelumnya sering digunakan untuk meningkatkan reputasi dan menarik wisatawan baru. Lidia Wati Evelina (2022) mengatakan bahwa Festival Jakarta *Fair* pernah mengalami masalah citra yang mengurangi daya tariknya. Namun, dengan menggunakan pendekatan baru yang berpusat pada gagasan "festival untuk semua" dengan tiket masuk yang murah, lokasi yang strategis, dan berbagai pilihan makanan, festival ini telah kembali menarik.

10. Daya Tarik Utama Festival bagi Pengunjung

Festival ini menggabungkan berbagai aspek untuk memberi pengunjung pengalaman yang unik. Memasak makanan tradisional, seperti kerak telur dan soto Betawi, dikombinasikan dengan makanan kreatif, seperti es krim yang terbuat dari rempah. Untuk memberikan kesan autentik dan mendukung ekonomi lokal, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat menggunakan festival ini sebagai ajang untuk memamerkan produk khas mereka. Gamelan dan tarian Betawi adalah contoh hiburan tradisional yang meningkatkan pengalaman wisata kuliner dengan sentuhan budaya. Aktivitas seperti lokakarya memasak, sesi mencicipi makanan, dan kompetisi kuliner menarik berbagai kelompok usia. Ini sesuai dengan teori pengalaman yang menekankan bahwa pengalaman perjalanan yang lebih baik dihasilkan oleh interaksi langsung.

11. Festival Memperkuat Citra Jakarta sebagai Destinasi Kuliner

Jakarta adalah pusat kuliner yang menampilkan keragaman budaya dan makanan Indonesia. Narasi ini diperkuat dengan penampilan makanan dari berbagai daerah di Festival Jakarta Fair. Festival ini berfungsi sebagai sarana untuk menghubungkan bisnis lokal dan internasional. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memperoleh platform untuk memasarkan produk mereka, sementara pelanggan memiliki akses langsung ke keunikan rasa Indonesia. Promosi destinasi wisata melalui media sosial memainkan peran penting dalam menciptakan citra positif dari destinasi tersebut. Melalui kampanye kulinernya yang menarik secara visual dan emosional, Jakarta Fair berhasil menarik perhatian media global.

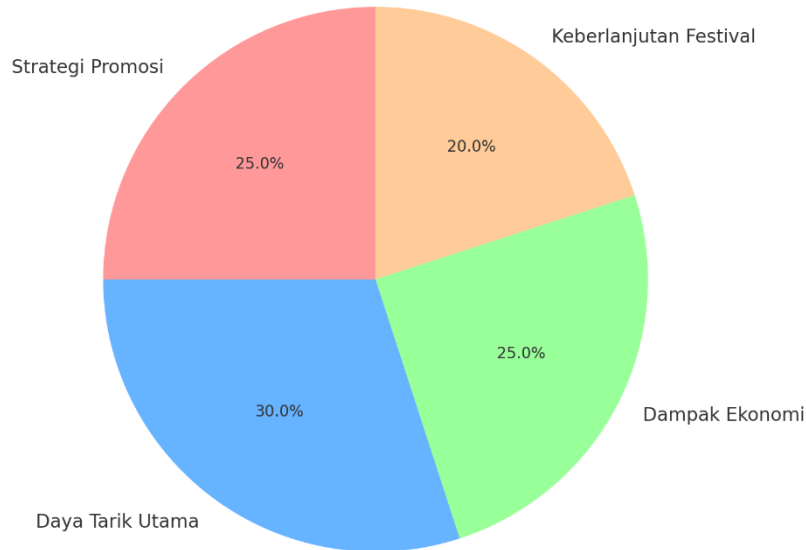
12. Dampak Ekonomi dan Penyelenggaraan Festival

Sebagai pasar temporer yang menarik audiensi luas, UMKM yang mengikuti festival melaporkan peningkatan penjualan hingga 50%. Pada tahun 2024, total transaksi akan meningkat menjadi Rp7,5 triliun, naik sebesar Rp200 miliar dari tahun sebelumnya. Festival juga berdampak langsung pada industri perhotelan, transportasi, dan hiburan. Bukan hanya industri kuliner yang mengalami dampak ekonomi dari festival ini, tetapi juga sektor lain, seperti wisatawan yang menggunakan layanan transportasi untuk pergi ke lokasi. Pendapatan pajak daerah meningkat sebagai hasil dari kegiatan ekonomi yang intensif.

13. Langkah yang Dapat Diambil untuk Memastikan Keberlanjutan Festival

Dengan banyak pengunjung, mengelola limbah menjadi masalah besar. Pemerintah harus mendorong penggunaan bahan *biodegradable* dan menerapkan sistem pengelolaan limbah berbasis teknologi. Untuk tetap menarik, festival harus menciptakan hal baru seperti Zona Kuliner Internasional untuk menarik wisatawan dari seluruh dunia. Festival Anak, acara yang mengajarkan anak-anak tentang makanan. Hidangan Berbasis Kesehatan, Mengubah tren makanan yang lebih sehat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat mengatasi biaya tinggi melalui subsidi pemerintah atau kerja sama sponsor. Untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, kami berkomitmen untuk menyediakan parkir, transportasi, dan sanitasi yang memadai.

Kontribusi Faktor-Faktor terhadap Keberhasilan Festival Kuliner Jakarta Fair



Gambar 2. Kontribusi Faktor Terhadap Keberhasilan Jakarta Fair

Berdasarkan pembagian berikut, diagram di atas menunjukkan komponen utama yang berkontribusi pada keberhasilan Festival Kuliner Jakarta Fair:

- 1) Strategi Promosi (25%): Penggunaan media digital, kerja sama dengan *influencer*, dan kerja sama dengan agen perjalanan.
- 2) Daya Tarik Utama (30%): Atraksi budaya, keragaman kuliner, dan pengalaman interaktif menjadi magnet utama pengunjung.
- 3) Dampak Ekonomi (25%): Ini mencakup peningkatan pendapatan UMKM, efek *multiplier* ekonomi, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal.
- 4) Keberlanjutan Festival (20%): termasuk pengelolaan limbah, inovasi acara, peningkatan infrastruktur, dan dukungan pemerintah dan sponsor.

## CONCLUSION

Festival Kuliner Jakarta Fair memainkan peran penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, mempromosikan pariwisata kuliner Jakarta, dan memberikan dampak ekonomi signifikan. Keanekaragaman kuliner dan promosi strategis melalui media digital meningkatkan citra Jakarta sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di Asia Tenggara.

## REFERENCES

- Cohen, E. (2002). *Authenticity and Commoditization in Tourism*. Tourism Management.
- Getz, D. (2008). *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*. Tourism Management.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Elsevier.

Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky.

Pizam, A., & Mansfield, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Routledge.

UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization.

Evalina, L. W. (2022). *Krisis Citra Penyelenggaraan Event Jakarta Fair Untuk Mengembalikan Konsiep Masyarakat*.

Mochamad Amboro Alfianto (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperkuat Brand Awareness Pekan Raya Jakarta (PRJ)*.