

## INTISARI

Pariwisata di Indonesia, sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar, memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya. Di Kabupaten Banyumas, khususnya Sokaraja, wisata kuliner menjadi daya tarik utama, termasuk dalam kategori wisata belanja dan kuliner. Sokaraja telah berkembang dengan atraksi kuliner lokal, seperti soto sokaraja, gethuk goreng, dan mendoan. Namun, globalisasi mulai mengancam popularitas kuliner lokal melalui waralaba asing. Oleh karena itu, penelitian tentang preferensi wisatawan keluarga sebagai salah satu pasar utama diperlukan untuk memahami kebutuhan mereka di Kawasan Wisata Kuliner Sokaraja. Penelitian ini menggunakan teori 3A (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas) untuk mengetahui preferensi wisatawan keluarga agar destinasi tetap relevan dengan tren wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan instrumen berupa observasi, wawancara, dan kuesioner. Dari 205 responden kuesioner, 200 data dipilih dan diolah menggunakan IBM SPSS 25 serta Microsoft Excel. Hasil penelitian diukur dengan skala Likert pada 16 pertanyaan, menunjukkan bahwa Amenitas adalah dimensi yang paling unggul dibandingkan Atraksi dan Aksesibilitas. Hasil ini kemudian dianalisis lebih lanjut berdasarkan profil wisatawan dan pemetaan konsentrasi wisatawan keluarga di kawasan tersebut melalui pertanyaan terbuka.

**Kata Kunci: Wisata Kuliner, Kawasan Wisata Kuliner, Wisatawan Keluarga, Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Preferensi Wisatawan.**

## ABSTRACT

Tourism in Indonesia, as one of its largest economic sectors, plays a significant role in supporting economic growth and cultural preservation. In Banyumas Regency, particularly in Sokaraja, culinary tourism is a major attraction, categorized under shopping and culinary tourism. Sokaraja has developed with local culinary attractions like Soto Sokaraja, Gethuk Goreng, and Mendoan. However, globalization threatens local cuisine's popularity due to foreign franchises. Therefore, research on family tourist preferences, as a primary market, is needed to understand their needs in Kawasan Wisata Kuliner Sokaraja. The research employs the 3A theory (Attraction, Amenity, Accessibility) to explore family tourist preferences, ensuring the destination stays relevant to tourism trends. A descriptive quantitative method is used with instruments such as observations, interviews, and questionnaires. Of the 205 questionnaire respondents, 200 data were analyzed using IBM SPSS 25 and Microsoft Excel. Results measured using a Likert scale across 16 questions indicate that amenities were ranked highest compared to attractions and accessibility. The findings were further analyzed based on tourist profiles and the mapping of family tourist concentrations in the area through open-ended questions.

**Keywords: Culinary Tourism, Culinary Tourism Area, Family Tourists, Attractions, Amenities, Accessibility, Tourist Preferences**