

BAB II

LANDASAN TEORI

2.2 Pariwisata

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Sugiama (2011) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah rangkaian aktivitas dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya.

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, alam, dan ilmu (Kodhyat dalam Kurniansah, 2014).

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan meninggalkan tempat tinggalnya ke daerah tujuan wisata untuk sementara waktu dan bukan untuk menetap dengan berbagai macam tujuan seperti rekreasi, berbisnis dan lainnya.

2.2 Daya Tarik Wisata

Berdasarkan UU No. 10 tahun 2009 daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata juga diartikan dengan upaya atau kegiatan yang mempergunakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dari alam, budaya, maupun buatan yang dimiliki oleh masyarakat untuk menarik kunjungan wisatawan.

Komponen penting dari daya tarik wisata adalah memiliki keunikan, keaslian, kelangkaan, dan keutuhan yang bernilai tinggi sehingga menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Disamping itu komponen lain juga penting diperhatikan adalah menyangkut kebutuhan wisatawan, mengingat daya tarik wisata telah bersentuhan dengan wisatawan yang datang.

2.3 Wisata Kuliner

Istilah kuliner secara bahasa diserap dari bahasa Inggris yakni *culinary* yang artinya adalah sesuatu yang di gunakan dalam memasak atau berkaitan dengan masak-memasak (KBBI, 2016). Kata wisata kuliner berasal dari bahasa asing yaitu *Voyages Culinaires* (Prancis) atau *Culinary Travel* (Inggris) yang artinya perjalanan wisata yang berkaitan dengan masak- memasak. Menurut Asosiasi Pariwisata Kuliner Internasional (*International Culinary Tourism Association/ICTA*), wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata. Berbeda dengan produk wisata lainnya seperti wisata bahari, wisata budaya dan alam yang dapat dipasarkan sebagai produk wisata utama, tetapi pada wisata kuliner biasanya dipasarkan sebagai produk wisata penunjang (Besra, 2012:82).

Wisata kuliner merupakan bidang studi ilmiah yang muncul sebagai bagian penting dari industri pariwisata. Juga dikenal sebagai wisata gastronomi, wisata mencicipi, dan wisata makanan, wisata kuliner mengacu pada makan petualang, makan karena mencari pengalaman baru atau rasa penasaran, menjelajahi budaya lain melalui makanan, dengan sengaja berpartisipasi dalam jalur makanan orang lain, dan pengembangan makanan sebagai tujuan wisata. dan daya tarik. Dalam wisata kuliner, motivasi utama untuk bepergian adalah untuk mengalami pengalaman makanan tertentu (Long dalam Pilcher, 2012).

2.3 Pengertian Pindang Khas Kota Palembang

Berdasarkan data dari warisan budaya tak benda provinsi Sumatera Selatan, di Palembang hampir setiap rumah makan menyediakan hidangan hasil olahan ikan-ikan sungai. Salah satu jenis masakan olahan ikan sungai adalah pindang ikan. Biasanya ikan baung, patin, toman, gabus, seluang, dan lais yang menjadi bahan utama menu tersebut. Jika dilihat sepintas, sajian pindang ikan salai itu mirip dengan sup ikan. Hal yang berbeda terletak pada rasanya yang demikian pedas. Rasa gurih bercampur pedas dari kuah ikan salai serta daging ikan yang empuk mampu menimbulkan sensasi tersendiri. Harum kembang kemangi yang dipadukan dengan aroma campuran berbagai bahan tambahan lainnya, seperti lengkuas, tomat, dan mentimun sangat kentara. Agar panas masakan tahan lama, pindang ikan salai dihidangkan dengan menggunakan mangkok berbahan stainless steel bertungku yang di bawahnya terdapat api kecil.

Pindang merupakan makanan (lauk) khas Palembang Melayu. Pindang merupakan masakan dengan pengolahan sederhana. Pada masa lalu, aktivitas masyarakat yang tinggi, menyebabkan dorongan untuk memasak secara praktis. Pada sisi lain, Sumatra Selatan yang memiliki aliran Sungai Musi beserta anak-anak sungai lainnya, menyediakan ikan yang berlimpah. Ditambah lagi lebak (rawa) memiliki kekayaan yang sama melimpahnya. Dibuatlah kemudian pindang ikan atau udang. Ikan yang biasa dimasak pindang adalah baung (*Mocrones micracanthus Bleeker*), betok (*Anabas testudineus*), gabus (*Channa striata*), juaro (*Pangasius [ordo Osthariophys]*), patin (*Pangsius nasutus Bleeker*), serandang (*Chana malioides*), toman (*Chana micropeltes*), bujuk (*Chana marulias*), lais (*Krioptoterus*), dan belida (*Notopterus chitala*).

Bumbu pindang sangat sederhana, yaitu serai, kunyit, lengkuas, cabai, dan asam kandis. Kesederhanaan bumbu ini lebih disebabkan oleh pertimbangan praktis masyarakat. Aktivitas masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang yang padat, lebih memungkinkan untuk mengkonsumsi makanan yang praktis. Salah satunya pindang dengan bumbu yang sederhana tersebut. Para penduduk Belanda yang bermukim di Palembang pada masa kolonial, juga membuat varian pindang. Masyarakat Palembang mengenalnya sebagai pindang serani (dari kata “nasrani” yaitu agama mayoritas masyarakat Belanda). Pindang terus berkembang, dan muncul pindang ikan salai, pindang ayam, pindang daging, dan pindang tulang. Kemudian lahir pula pindang ikan teri, pindang terung dan sebagainya.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut ;

Peneliti	Judul	Metode	Hasil
Minta Harsana, M. Baiquni, Eni Harmayani,	Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif	Penelitian ini menunjukkan bahwa makanan tradisional Kue Kolombeng merupakan suatu produk yang berdaya

<p>Yulia Arisnani Widyarningsih (2018)</p>	<p>Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta</p>	<p>kualitatif, dengan menggunakan teori Daya tarik Wisata dari Damanik dan Weber, (keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara.</p>	<p>tarik wisata. Daya tarik wisata pada Makanan Tradisional Kolombeng adalah karena makanan Tradisional ini memiliki keunikan, originalitas, otentisitas, dan keragaman. Keunikan dapat dilihat dari adanya kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat makanan tradisional Kue Kolombeng. Originalitas makanan tradisional tergambar dari keaslian bahan makanan tradisional dengan tetap mempertahankan bahan baku lokal asli dan proses dengan ,juga menggambarkan otentisitasnya, keragaman mengarah pada variasi bentuk dan nama.</p>
<p>I Wayan Suteja dan Sri Wahyuningsih (2019)</p>	<p>Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal Dalam Menunjang Kegiatan Pariwisata</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat banyak sekali potensi kuliner lokal yang dapat dikembangkan dalam menunjang pariwisata di kawasan ini. Supaya dapat menjadi penunjang kegiatan</p>

	<p>Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Kabupaten Lombok Tengah</p>	<p>wawancara</p>	<p>pariwisata maka potensi tersebut perlu dikembangkan dengan strategi yang tepat. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan yaitu Strategi SO (Strength Opportunities) dengan inventarisasi dan program-program yang menguatkan eksistensi kuliner lokal. Strategi WO (Weakness-Opportunity), dengan meningkatkan kelemahan yang dimiliki menjadi peluang dengan cara melatih masyarakat agar mampu mengemas potensi wisata kuliner dan mengisi peluang usaha pariwisata. Strategi ST (Strength Threat) dengan memanfaatkan kekuatan untuk menangkal ancaman dengan cara optimalisasi peran masyarakat dalam pelestarian dan meningkatkan militansi terhadap budaya lokal. Strategi terakhir adalah WT (Weakness-Threat) dengan mengubah kelemahan untuk</p>
--	--	------------------	--

			menangkal ancaman dengan cara memperbanyak wawasan masyarakat dan pelaku wisata kuliner sehingga mampu melestarikan kuliner lokal dalam bentuk produk bernilai ekonomi.
Lila Muliani (2019)	Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta	Metode Penelitian kualitatif ini menggunakan data primer dari hasil observasi, FGD dan in depth interview dengan tokoh dan pakar kuliner Betawi, serta data sekunder dari berbagai buku dan informasi digital	Bubur Ase memiliki potensi sebagai daya tarik wisata kuliner Jakarta. Keunikan dan harmonisasi cita rasa, cerita sejarah, nilai budaya dan filosofi yang tersimpan dalam semangkok Bubur Ase merupakan kekuatan yang dapat dikembangkan dan dipromosikan. Kekurangan dan ancaman yang ada dapat teratasi jika Bubur Ase sudah dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan.
Sufa, A.S., Subiakto, H., Octaviani, M., Kusuma, E.A 2020	Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten	Metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan data penelitian diperoleh dari wawancara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperlukan sinergitas yang baik di antara para pelaku UMKM yang tergabung dalam ASMAMINDA agar wisata gastronomi dapat menarik wisatawan untuk

	Sidoarjo	<p>mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Informan penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Sidoarjo yang tergabung dalam ASMAMINDA yaitu asosiasi yang beranggotakan produsen makanan dan minuman khas Sidoarjo.</p>	<p>datang ke Sidoarjo. Sinergitas harus dilakukan dalam segala aspek, mulai dari pengelolaan produk dari setiap UMKM sampai pada media promosi yang akan digunakan. Bukan hanya menjual produk kuliner, tetapi pelaku UMKM yang tergabung dalam ASMAMINDA harus mampu menciptakan nilai lebih dari hanya sekedar menjual makanan dan minuman.</p>
<p>Margi, I.K., Ariani R.P., Widiastini N.M.A., Suriani, N.M. 2013</p>	<p>Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal Di Kabupaten Buleleng, Bali</p>	<p>Metode penelitian ini adalah studi dokumentasi, observasi lapangan dan wawancara mendalam, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Temuan di lapangan menunjukkan hasil produksi unggulan masyarakat yang dapat dimanfaatkan menjadi produk wisata kuliner ada tiga jenis yakni buah duren, singkong/ubi jalar/ubi ungu, dan buah anggur. Berdasarkan kenyataan tersebut di Kabupaten Buleleng</p>

		kualitatif	berpotensi dikembangkan wisata alternatif, yakni wisata kuliner. Hal ini penting karena bukan semata-mata berkembangnya diversifikasi produk wisata, akan tetapi sekaligus menumbuhkan ekonomi kreatif di kalangan anggota masyarakat. Untuk mewujudkannya perlu adanya perhatian khusus serta sinergisitas pihak pemerintah daerah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat (petani).
--	--	------------	---

Dalam penelitian ini **“Potensi Pindang Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Kota Palembang”** berfokus penggalian potensi agar masakan pindang menjadi daya tarik wisata kuliner yang dapat mengundang banyak wisatawan menjadi daya tarik wisata kuliner yang dilihat dari dimensi meliputi keunikan, keaslian, kelangkaan, dan keutuhan yang bernilai tinggi. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif dengan wawancara semi berstruktur, studi pustaka dan kuesioner sehingga data yang didapat akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SWOT