

## **BAB II**

### **TINJAUAN OBJEK DAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Objek**

##### **2.1.1 Atraksi Unggulan**

Kuliner khas Bogor umumnya dijual di pinggir jalan oleh pedagang kaki lima, yang biasanya dikenal sebagai jajanan *street-food*. *Street-food* ini menggambarkan berbagai makanan dan minuman yang disajikan di tempat umum. Di Surya Kencana, berbagai jenis kuliner dapat ditemui di sepanjang jalan.

##### **2.1.2 Lokasi/ Tempat**

Jalan Surya Kencana atau yang sering disebut Surken, berlokasi di Jalan Surya Kencana No.1 Kelurahan Babakan Pasar, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Tepatnya, ada di sebelah Pasar Bogor dan berada di pertemuan Jalan Juanda dan Otto Iskandardinata. Secara administratif, Jalan Suryakencana meliputi dua kelurahan di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Kedua kelurahan itu di antara lain Babakan Pasar, dan Kelurahan Gudang. Jalan Suryakencana ini dibangun pada tahun 1808 hingga 1810 oleh pemerintahan Belanda di bawah kepemimpinan Gubernur Jenderal Daendels, beliau membuat jalan sepanjang Anyer hingga ke Panarukan, yang melintasi jalan yang awalnya dinamakan dengan Post Weg atau Jalan Pos.

##### **2.1.3 Keunggulan Objek**

Jajanan di sepanjang Jalan Surya Kencana ini tergolong sebagai jajanan *street-food*, sehingga dalam segi harga masih terjangkau, dan jajanan di sepanjang jalan ini sangat bervariasi sehingga cocok untuk semua kalangan, baik dari yang muda maupun tua.

#### **2.2 Tinjauan Referensi Video Dokumenter**

Dalam pembuatan *storytelling*, maka tinjauan referensi video dokumenter sebagai berikut:

**TABEL REFERENSI VIDEO**

No.	Judul Referensi	Link Video	Sumber	Sinopsis
1.	“Surya Kencana Semarak Kuliner dan Wisata Religi”	<a href="https://youtu.be/dBogW2pI6Fg">https://youtu.be/dBogW2pI6Fg</a>	Youtube	Tessa menjelajahi Surya Kencana yang menyimpan berbagai kekayaan kuliner dan tingkat toleransi yang tinggi. Hal ini dibuktikan dalam kunjungannya ke Vihara Maha Brahma. Tessa juga tidak melewati salah satu kuliner legendaris yaitu Soto Kuning Pak M. Yusuf di Surya Kencana, Bogor
2.	“Street Food – Asia. (Eps: Yogyakarta, Indonesia)”	<a href="https://www.netflix.com/us/title/80244996?s=i&amp;trkid=258593161&amp;vlang=en&amp;clip=81004832">https://www.netflix.com/us/title/80244996?s=i&amp;trkid=258593161&amp;vlang=en&amp;clip=81004832</a>	Netflix	Yogyakarta dikenal sebagai lorong masa lalu yang penuh budaya dan hal ini terlihat dari penjual makanan kaki lima yang kebanyakan berusia 70 hingga 100 tahun seperti Mbah Lindu. Selain itu ada juga Mbah Satinem, salah satu penjual jajanan pasar di Yogyakarta. Dan, Arya Snack & Food, penjual jajanan pasar tradisional yang sudah disesuaikan dengan generasi baru
3.	“Kuliner Legendaris di	<a href="https://youtu.be/f4Z">https://youtu.be/f4Z</a>	Youtube	Berkisah tentang perjalanan Matthew Gabriel di

	Jalan Suryakencana Bogor”	<a href="#">W LXuW VY</a>		Suryakencana, Bogor. Matthew mengunjungi Soto Mie Agih dan Toge Goreng
4.	“Distrik: Bogor Mesra di Suryakencana”	<a href="https://youtu.be/yKBa8FjOuml">https://youtu.be/yKBa8FjOuml</a>	<i>Youtube</i>	Dea Anugrah meninggalkan kunjungannya di beberapa destinasi kuliner di Surya Kencana, Bogor. Diantaranya ada, Martabak Bangka Legendaris, Nasi Goreng Guan Tjo, Sate Sapi Pak Oo. Sate Babi Njok. Dea juga mengunjungi Vihara Maha Brahma
5.	“Mengulik Surya Kencana Sebagai Destinasi Kuliner Legendaris”			Devaney, Jeannifer, Michelle menyusuri daerah yang dahulu dikenal sebagai “Pecinan” di Kota Bogor, yaitu Surya Kencana. Kawasan ini, menyimpan banyak cerita dari sisi sejarah, terutama kuliner.

Tabel 2.1 Tabel Referensi Video

## 2.3 Tinjauan Pustaka

### 2.3.1 Pengertian Wisata

Berdasarkan (UU 10, 2009) Bab 1 Pasal 1 No.6 dalam kaitannya dengan pariwisata, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut daerah tujuan wisata adalah suatu wilayah geografis tertentu yang terletak dalam satu atau lebih wilayah administratif yang merupakan tempat kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan mempunyai kapasitas untuk menampung ruang-ruang publik, daya tarik wisata, aksesibilitas, dan aksesibilitas, dan komunitas yang saling berhubungan.

Menurut (K.Pavithra & L.Sharmila, S. Sivapriya, U. Swathi, S. Sekar, 2019), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau banyak orang, biasanya dengan tujuan untuk membangkitkan perasaan senang dan memperoleh suatu pemahaman. Pariwisata merupakan satu dari banyak sektor pembangunan ekonomi yang memiliki manfaat signifikan bagi suatu bangsa.

Kemudian, menurut (Safitri, 2021), implikasi dari industri pariwisata yang berkembang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pemerintah sekaligus memberikan kemanfaatan bagi masyarakat umum seperti munculnya lapangan kerja baru. Hal ini menghasilkan tingkat persaingan yang tinggi antar daerah dalam upaya menarik minat wisatawan.

### **2.3.2 Pengertian Desa Wisata**

Mengutip pernyataan (Hadiwijoyo, 2012), desa wisata memiliki kriteria sebagai berikut: Pertama, desa tersebut mudah diakses oleh wisatawan menggunakan berbagai jenis transportasi. Kedua, desa tersebut memiliki beragam objek menarik seperti keindahan alam, seni budaya, legenda, dan makanan lokal yang bisa dikembangkan menjadi objek wisata. Ketiga, masyarakat dan aparat desa memberikan dukungan tinggi terhadap desa wisata serta menyambut wisatawan yang datang. Keempat, desa tersebut menjamin keamanan bagi para pengunjung. Kelima, tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai. Keenam, desa tersebut memiliki iklim sejuk atau dingin. Terakhir, desa wisata terhubung dengan objek-objek wisata yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

### **2.3.3 Pengertian Promosi**

Menurut Puspitarini dan Nuraeni, pemasaran atau promosi adalah tugas penting untuk bisnis apapun. Membuat pesan yang efisien dalam menarik pelanggan adalah salah satu aspek promosi yang paling penting.

Menurut Syahputra, salah satu elemen dari sejumlah inisiatif pemasaran suatu produk adalah promosi. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi keputusan pelanggan guna meningkatkan volume penjualan.

Menurut (Tjiptono, 2015), sebagai komponen bauran pemasaran, promosi berfokus pada upaya mendidik, meyakinkan, dan mengingatkan pelanggan tentang nama dan barang perusahaan.

Sedangkan menurut menurut (Buchory & Saladin, 2017) dalam Aris Jatmika Diyatma, salah satu komponen bauran pemasaran bisnis, promosi berfungsi untuk mendidik, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang penawaran merek.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk dan jasa untuk menarik pembeli produk. Kegiatan periklanan sebaiknya dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus dapat dipahami oleh masyarakat sehingga pembaca dapat tertarik dan memahaminya.

#### **2.3.4 Pengertian Destinasi**

Menurut (Hidayah, 2021) dalam buku Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital, menyatakan bahwa batas suatu tempat dapat dipahami sebagai suatu destinasi apabila mencakup komponen-komponen kegiatan pariwisata (daya tarik wisata, sarana penunjang pariwisata, prasarana atau) dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu yang mempunyai batas administratif seperti negara, kabupaten/kota. , sub-wilayah, desa. dll atau tidak ada batas administratif atau lintas administrasi seperti kawasan wisata.

Menurut (Kotler, 2010), destinasi wisata merupakan suatu tempat yang mempunyai batas-batas nyata maupun khayalan, baik berupa batas fisik (pulau), batas politik, maupun batas berdasarkan pasar.

Menurut (Hadinoto, 1996), destinasi merujuk pada suatu area yang dipilih oleh pengunjung untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu. Istilah 'destinasi' dapat digunakan untuk menggambarkan suatu kawasan yang telah direncanakan dengan

baik, yang dilengkapi dengan berbagai produk wisata, fasilitas rekreasi, restoran, hotel, objek wisata, dan toko ritel yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

### **2.3.5 Pengertian Makanan**

Makanan merupakan salah satu kebutuhan esensial bagi manusia. Penting bagi manusia untuk mengkonsumsi makanan yang mengandung gizi yang sesuai dengan kebutuhan tubuhnya. Di Indonesia, yang terkenal dengan keanekaragaman budayanya, terdapat juga keanekaragaman dalam jenis makanannya. Setiap suku di Indonesia memiliki masakan khas dengan cita rasa yang unik. Jika makanan ini diolah dengan profesional dan disajikan sebagai kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan menjadi identitas bangsa yang khas.

Kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat identitas budaya suatu bangsa. Di Indonesia, terdapat beragam makanan tradisional yang berbeda-beda antara daerah satu dengan yang lainnya. Penting untuk menjaga agar keanekaragaman kuliner ini tidak diklaim oleh negara lain. Mirip dengan tarian, kuliner juga merupakan bagian integral dari identitas budaya Indonesia (Wongso, 2015).

Menurut (Soegiarto, 2018), Kuliner merujuk pada makanan yang dihasilkan melalui proses memasak. Wisata kuliner adalah ketika seseorang melakukan perjalanan ke suatu daerah atau tempat dengan tujuan untuk mencoba dan menikmati makanan khas yang ditawarkan, dengan harapan mendapatkan pengalaman baru yang berhubungan dengan kuliner. Dalam konteks ini, pusat wisata kuliner merupakan suatu tempat yang menawarkan berbagai hidangan dan olahan makanan sehingga pengunjung dapat memiliki pengalaman baru yang kaya terkait dengan kuliner.