

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data pada bab sebelumnya yaitu temuan dan bahasan mengenai *Daya Tarik Minuman Bandrek Kemasan Dikalangan Generasi Z Sebagai Warisan Wisata Kuliner Di Kawasan Bandung Raya* didapatkan kesimpulan, sebagai berikut :

1. Temuan merk bandrek yang didapat antara lain berasal dari merk Bandrek Hanjuang, Bandrek Abah, Bandrek Warung Paseh, Bandrek Braga, Bnadrek Bandung by Sifa, Bandrek Special by Chandra Snack, dan terakhir Bandrek Cap Sahabat. Mengenai pengetahuan masyarakat mengenai merk bandrek kemasan yang dibuat oleh produsen bandrek di wilayah Bandung Raya adalah Bandrek Hanjuang, Bandrek Cap Sahabat, Bandrek Abah, dan Bandrek Braga. Keempat merk tersebut adalah merk yang paling sering dijumpai di pasaran oleh generasi z sebagai merk bandrek kemasan.
2. Faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi ketertarikan Generasi Z terhadap minuman bandrek kemasan di Kawasan Bandung raya adalah adanya pengaruh dari daya tarik pada kemasan bandrek yang memengaruhi keputusan Generasi Z untuk membeli produk bandrek kemasan.
3. Identifikasi daya tarik wisata kuliner pada minuman tradisional bandrek pada komponen *nona helix* (Pemerintah, produsen, pemerhati, akademisi, dan, pemasok) disimpulkan bahwa yang menjadi daya tarik wisata kuliner pada minuman tradisional bandrek adalah wisata kuliner minuman tradisional bandrek memiliki daya tarik tersendiri pada masyarakat seperti ragamnya varian bandrek kemasan, cita rasa, bahan baku lokal yang digunakan, dan tata cara pembuatan pada minuman bandrek. Upaya yang saat ini dilakukan oleh produsen, pemerintah, dan masyarakat dalam menjaga kelestarian minuman bandrek adalah dengan cara dibuatkannya inovasi pada produk bandrek berupa inovasi pada menu bandrek agar dapat menarik perhatian masyarakat. Selain itu upaya yang bisa dilakukan oleh pemerintah dengan cara membuat

minuman bandrek ini masuk kedalam daftar warisan budaya tak benda (WBTB) dan perayaan minuman tradisional khas Bandung Raya seperti

bazaar, festival dan pameran tentang minuman tradisional Jawa Barat terutama pada minuman bandrek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Pemerintah diharapkan rutin mengadakan kegiatan pembinaan kepada setiap pelaku usaha minuman bandrek rumahan, seperti melakukan pembinaan mengenai pemasaran produk seperti mewajibkan pelaku usaha kepariwisataan untuk memasukan minuman bandrek sebagai buah tangan kedalam sebuah paket wisata, pembuatan sentra minuman tradisional, dan pengadaan sertifikasi BPOM maupun sertifikasi Halal agar pelaku usaha minuman bandrek dapat memasarkan produk bandrek kemasan dengan lebih leluasa.
2. Pelaku usaha diharapkan bisa melakukan inovasi dalam pemasaran produk bandrek seperti mengiklankan produk pada tempat wisata, memasukan produk bandrek kemasan di tempat wisata, bekerjasama dengan pelaku usaha wisata lainnya agar bisa minuman bandrek kemasan dijadikan sebagai buah tangan dalam sebuah tour. Jadi, tidak hanya melakukan inovasi menu pada produk bandrek dalam upaya pelestarian minuman bandrek. Hal ini dapat meningkatkan minat pembelian di masyarakat.
3. Terjalannya hubungan berupa koordinasi antara pemerintah dan pelaku usaha agar wisata kuliner khususnya pada minuman tradisional bandrek lain dapat berjalan dengan baik. Selain itu, dibuatnya pemusatan sentra khusus minuman bandrek di daerah Bandung Raya agar dapat mencirikan kawasan tersebut sebagai kawasan utama penghasil bandrek di Jawa Barat. Sehingga

dapat dihasilkannya kemajuan pada usaha ekonomi kreatif pada UMKM di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., & Trimo, L. (2020). Faktor – Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Minuman Tradisional. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(2), 323–334. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.02.10>
- Aminah, A. (2021). *Cultural Heritage and Traditional Beverages: A Study of Local Communities in Indonesia*. *Journal of Ethnic Foods*, 112-120
- Anastasia, M., Anggi, M., D.S, N., Dwita, H. R., Wijoyono, E., Salim, H., Gombloh, J., Adishakti, L. T., & Hadiwinoto, S. (2013). Pendidikan Pusaka Indonesia. *Jurnal Teknik Pomits*, 2(2), 96–99.
- Astari, L., & Nugroho, A. (2023). *Cultural Identity and Tradisional Beverage Consumption Among Millenials in Indonesia*. *Journal of Indonesian Cultural Studies*.
- Bessiere, J. &. (2018). Gastronomy and Tourism: A Strategic Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 107-115.
- Chesbrough, H. W. (n.d.). *Open Innovation The New Imperative for Creating and Profiting from Technology* (Issue 112). Harvard Business School Publishing.
- Defitasari, Widayanti, S., Nur Indah, P., & Andrian Syah, M. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Minuman Jamu Tradisional Di Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2), 513–526.
- Fennel, A. H. (2013). *The Routledge Handbook of Tourism and Environment*. New York: Routledge.
- Fu, Y. Y. (2019). A billion cups: The diversity, traditional uses, safety issues and potential of Chinese herbal teas. *ethnopharmacology*, 217-228.
- Gozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gursoy, D. &. (2021). Tourism and Hospitality Research: Trends and Challenges. *Tourism Management Perspectives*.

- Halimah, N. (2023). Natural Ingredients in Traditional Beverages: A Sustainable Approach. *International Journal of Food Science*, 45-60.
- Harsana, M., & Triwidayati, M. (2020). Potensi Makanan Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di D.I. Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 15(1), 1–24. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/36472>
- Hendriawan, F. F. (2021). IMPLIKASI RENCANA POLA RUANG TERHADAP TERJADINYA FENOMENA URBAN SPRAWL DI METROPOLITAN BANDUNG RAYA. *Tugas Akhir*, 62.
<https://digilib.itb.ac.id/assets/files/2021/MjAyMSBUQSBQUUCBGRVJESUFOI EZBVVpJIEhFTkRSSUFXQU5fQkFCIDMucGRm.pdf>
- Keskin, B., & Güneş, E. (2021). Social and cultural aspects of traditional drinks: A review on traditional Turkish drinks. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25(July). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100382>
- Kotler, P. &. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Lee, H. &. (2022). Changing Consumption Patterns of Traditional Beverages in Asia: A Focus on Youth Preferences. *Journal of Ethnic Foods*.
- Lestari, P. (2021). Jamu: Indonesian Herbal Medicine and Its Health Benefits. *International Journal of Herbal Medicine*.
- Long, T., Hu, R., Cheng, Z., Xu, C., Hu, Q., Liu, Q., Gu, R., Huang, Y., & Long, C. (2023). Ethnobotanical study on herbal tea drinks in Guangxi, China. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 19(1), 1–30. <https://doi.org/10.1186/s13002-023-00579-3>
- Moghadari, M., Tajadini, H., Setayesh, M., & Kamali, M. (2019). Alcohol Abuse, Consequences and Treatments from the Perspective of Traditional Iranian Medicine: A Review Study. *Addiction and Health*, 11(3), 192–201.
<https://doi.org/10.22122/ahj.v11i3.236>
- Morris, D. (1998). Social and Cultural Aspects of Drinking. *Report to the European Commission, March*, 102.
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W.,

- & Zede, V. A. (2021). Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS. In *Media Sains Indonesia : Bandung*. <http://www.penerbit.medsan.co.id/>
- Ningsih, W. I. F., Yuniyanto, A. E., Atmaka, D. R., Arinda, D. F., & Fajrina, H. (2021). Gambaran Konsumsi Suplemen Dan Herbal Pada Mahasiswa Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pangan Kesehatan Dan Gizi Universitas Binawan*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.54771/jakagi.v1i2.155>
- PELLO, D. E. (2021). PENGARUH SOSIAL MEDIA BAGI DIGITAL MARKETING. *Article*, 11.
- Perri, E. C. (2017). *Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory (CABI Tourism Texts) 2nd Edition*. CABI Tourism Texts.
- Pranata, A. (2021). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Universitas.
- Pusparani, W. (2021). Bandrek: Tradisi Minuman Hangat Khas Jawa Barat. *Jurnal Penelitian Budaya*.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(October), 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Rizal, M. (2023). Rituals and Traditional Beverages: Connecting Culture and Community. *Journal of Cultural Anthropology*, 200-215.
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar STATISTIKA. *FEBS Letters*, 185(1), 4–8.
- Sari, D. R., & Lestari, P. (2022). The Role of Traditional Drinks in Cultural Identity. *Cultural Studies Journal*, 85-97.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Setiawan, B., & Nasution, R. (2023). Documentation and Research as Key Components of Heritage Conservation. *Journal of Cultural Preservation*, 95-110.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhartanti Elly Reinna. (2009). analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku

- Minumana banderek pada CV. Cihanjung Inti Teknik. *Program Studi Ekonomi Pertanian Fakultas Sains Dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jakarta*, 86.
- Turgarini, D. (2020). Bandung City as A Sundanese Gastronomy Foodscape. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 4(Ihtf), 00004.
<https://doi.org/10.29037/digitalpress.44351>
- Turgarini, D., Pridia, H., & Soemantri, L. L. (2021). Gastronomic Tourism Travel Routes Based On Android Applications In Ternate City. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 57–64. <https://doi.org/10.17509/gastur.v8i2.41818>
- Wahyu, R., & Sari, D. (2023). Innovation in Traditional Beverages: Opportunities for Revitalization. *Asian Journal of Food Science and Technology*.
- Weaver, D. (n.d.). *tourism*.
- Yazdi, S. K. (2019). Structural breaks, international tourism development and economic growth. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 32(1), 1765–1776. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1638279>
- Yuan, Y. H. (2021). Exploring the Impact of Culinary Experiences on Tourist Satisfaction and Loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, 103-111.