

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1. Simpulan**

##### **5.1.1. Potensi Mie Kocok Pasar Baru**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai potensi mie kocok pasar baru dilihat dari *Triangle Concept of Indonesian Gastronomy*, dapat disimpulkan bahwa mie kocok pasar baru memiliki potensi sebagai kuliner gastronomi. Mie kocok pasar baru berpotensi sebagai kuliner gastronomi karena mencakup ketiga konsep gastronomi tersebut, yaitu *food*, *history*, dan *culture*, melalui bahan dan rempah-rempah yang mudah dijumpai dan tumbuh di seluruh Indonesia, cerita asal muasal nama mie kocok yang berasal dari proses pembuatannya, dan mie kocok yang masih menjadi makanan yang disuguhkan di acara-acara sakral, seperti pernikahan. Dengan demikian, mie kocok pasar baru sebagai kuliner gastronomi termasuk ke dalam kategori gastronomi makanan.

##### **5.1.2. Strategi Pengembangan Mie Kocok Pasar Baru Sebagai Wisata Gastronomi di Kota Bandung**

Berdasarkan hasil perhitungan dari sisi faktor internal (IFAS), mie kocok pasar baru memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan dari sisi faktor eksternal (EFAS), mie kocok pasar baru memiliki peluang yang sangat besar untuk dapat berkembang sebagai destinasi wisata gastronomi di Kota Bandung. Hal tersebut dibuktikan dengan titik koordinat diagram kartesius SWOT yang terletak pada kuadran I, sehingga strategi yang tepat untuk dapat diterapkan yaitu strategi SO. Strategi SO yang dapat dilakukan yaitu, melakukan pengenalan kuliner mie kocok pada pengunjung Pasar Baru Trade Center Bandung yang berasal dari luar daerah maupun luar negeri, mempromosikan mie kocok pasar baru sebagai kuliner tradisional berbasis gastronomi, menyelenggarakan *event* tahunan kuliner gastronomi di Kota Bandung dengan mengumpulkan beragam kuliner tradisional khas Bandung yang termasuk dalam warisan gastronomi.

#### **5.2. Implikasi**

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi dari penelitian ini yaitu dapat mengetahui bahwa mie kocok merupakan kuliner

tradisional yang bersifat gastronomi khas Bandung, dan mie kocok pasar baru memiliki potensi untuk dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata gastronomi. Pengembangan mie kocok pasar baru sebagai wisata gastronomi ini dapat berdampak pada bertahannya mie kocok sebagai warisan gastronomi yang tidak lekang oleh waktu dan dapat dikenal oleh lebih banyak orang, dan dapat dinikmati oleh semua kalangan dengan selera lidah yang berbeda-beda.

Namun, karena terlalu banyaknya pedagang mie kocok yang ada di Pasar Baru Bandung, perlu dilakukannya seleksi terlebih dahulu untuk dapat memberikan pengalaman gastronomi yang maksimal bagi konsumen. Dengan demikian, penyusunan strategi pengembangan dengan analisis SWOT dilakukan untuk dapat memberikan opsi strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi yang dialami mie kocok pasar baru sehingga dapat memaksimalkan dampak positif dan meminimalisir dampak negatif yang mungkin terjadi.

### **5.3. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

- 1) Bagi pemerintah, diharapkan pemerintah mulai merencanakan pengenalan mie kocok sebagai warisan gastronomi melalui video konten menarik tentang kuliner gastronomi dan menyelenggarakan *event* kuliner gastronomi sebagai langkah awal untuk mengundang ketertarikan masyarakat terhadap gastronomi.
- 2) Bagi penjual mie kocok untuk menjaga dan mempertahankan kualitas rasa dan bahan yang digunakan untuk menjaga loyalitas pembeli terhadap mie kocoknya masing-masing, serta mempelajari sejarah dari mie kocok untuk dapat berkontribusi dalam memperkenalkan gastronomi pada masyarakat luas.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti mengenai kuliner warisan gastronomi Bandung yang merupakan hidangan yang sudah ada sejak lama dan memiliki keterkaitan dengan kebiasaan atau rutinitas masyarakat Bandung pada masanya yang belum diketahui oleh banyak orang.