

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan data temuan dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai "Strategi Pengembangan Pola Perjalanan dan Paket Wisata Gastronomi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) di Kota Bandung ", dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Gastronomi DPC HPI Kota Bandung memanfaatkan kuliner khas lokal bernilai historis, budaya, dan cita rasa otentik seperti Kupat Tahu Gempol, Roti Gempol, Sari-Sari, Baso Tahu Tulen, Baso Bihun Mr. Padi, Sop Buntut Ma Emun, dan Natural Ice Cream. Setiap destinasi kuliner dirancang untuk memberi pengalaman lengkap, mulai dari pengolahan, penyajian, hingga interaksi dengan pelaku usaha, sehingga wisatawan tidak hanya menikmati makanan, tetapi juga memahami konteks budaya dan sosialnya. Strategi ini memperkuat identitas Bandung sebagai destinasi wisata gastronomi berbasis budaya dan berkelanjutan.
2. Promosi digital pola perjalanan dan paket wisata gastronomi HPI Kota Bandung memanfaatkan berbagai platform seperti media sosial, website, dan aplikasi pesan instan untuk menyebarkan informasi. Konten promosi menonjolkan daya tarik kuliner, rute perjalanan, dan pengalaman wisata melalui foto, video, dan testimoni. Meskipun efektif dalam membangun citra Bandung sebagai destinasi wisata gastronomi, konsistensi konten dan strategi kreatif seperti storytelling, influencer marketing, serta kampanye digital interaktif masih perlu ditingkatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Peran Nona Helix Pengembangan pola perjalanan dan paket wisata gastronomi HPI didukung kolaborasi Nona Helix. Pengusaha menghadirkan kuliner unggulan, pemasok menjaga kualitas bahan lokal, pemerintah memberi dukungan kebijakan dan infrastruktur, akademisi menyumbang

kajian ilmiah, wisatawan menjadi target pasar dan indikator keberhasilan, pakar memberi konsep strategis, pramuwisata mendampingi dan memberi narasi, LSM memberdayakan masyarakat lokal, dan media digital memperluas jangkauan promosi. Sinergi ini memastikan pengembangan wisata gastronomi berjalan efektif dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian yang diperoleh, terdapat saran dan rekomendasi yang dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya yaitu seperti point – point dibawah.

1. Untuk pemerintah Integrasikan promosi wisata gastronomi dengan platform resmi Dinas Pariwisata & media sosial pemerintah. Ikut memfasilitasi kolaborasi promosi dengan Kemenparekraf untuk jangkauan nasional & internasional.
2. Untuk pelaku usaha Bandung Tour On Bus yang lainnya agar dapat mengembangkan paket wisata atau dengan kerja sama dengan DPC HPI untuk membangun kota Bandung dan lebih banyak lagi armada Bandung Tour On Bus (Bandros) yang dapat berjalan.
3. Untuk DPC HPI Desain eksterior Bandros bertema kuliner Bandung (gambar makanan ikonik, motif khas Sunda, tagline promosi gastronomi) agar terlihat unik dan menjadi spot foto wisatawan. Jual suvenir bertema kuliner seperti tote bag, mug, atau magnet kulkas bergambar ikon makanan yang ada di rute wisata. Tambahkan layar sentuh di dalam bus untuk wisatawan yang ingin melihat foto lama, peta, atau video proses pembuatan makanan sebelum sampai di lokasi.