

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan lapangan diatas, perkembangan usaha *Bandung Food Truck Community* masih dapat terus ditingkatkan. Dilihat dari pemilihan lokasi jalan cisangkuy dan sepanjang jalan burangrang, komunitas ini memilih jalan yang ramai dilewati dan juga wilayah yang dekat dengan perkantoran, sekolah, minimart, dan juga tempat yang biasa dijadikan tamasya. *food truck community* mampu meningkatkan minat pembeli untuk berkunjung di setiap lokasi food truck tersebut berada. Hal tersebut diperkuat oleh minat pembeli yang datang lebih dari satu kali dengan alasan ingin mencoba menu *food truck* lainnya dan menambah pengalaman kuliner konsumen dan di dominasi oleh muda mudi sebagai konsumen kuliner yang menyukai wisata kuliner yang unik dan menarik dengan harga yang cukup terjangkau oleh kalangan muda.

Terkait dengan kegiatan penjualan bersama diadakan oleh *food truck community*, hal ini mampu menjadi ajang promosi langsung. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media lainnya sehingga informasi dapat dengan cepat disebarluaskan melalui sosial media yang sedang berkembang pesat di semua kalangan. Semakin meningkatnya promosi yang dilakukan komunitas, maka tawaran untuk mengikuti event pun juga meningkat. Telah banyak event yang mereka ikuti sejak tahun 2014 hingga saat ini dan mereka pun menjadikan event tersebut sebagai ajang promosi dan memperkenalkan konsep kuliner mereka yang unik. Dengan banyaknya event yang mereka ikuti, komunitas ini memiliki peluang usaha dalam segi kuliner yang tinggi karena tidak semua cafe atau restoran dan juga kuliner bentuk lainnya memiliki peluang yang begitu besar mengikuti setiap event dan juga *food truck* mampu menjadi pesaing yang baik untuk kuliner tingkat cafe ataupun restoran.

B. Saran

Kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata kuliner memiliki berbagai macam modifikasi makanan yang bisa menjadi peluang usaha. Selain dari rasa makanan atau bentuk modifikasi resep yang ditawarkan, suasana maupun sensasi dalam berkuliner juga kini menjadi tujuan wisata kuliner banyak orang. Bisnis kuliner *food truck* atau truk makanan yang umum ditemui di mancanegara, kini mulai merambah Indonesia. Dan bukan tidak mungkin ke depannya menjadi tren dan membuka peluang usaha bagi Anda yang tertarik.

Bagi pengelolaan *Bandung Food Truck Community* kalau inisiatif kreatif dari rakyat yang diwujudkan dalam usaha *Bandung Food Truck Community* sebagai terobosan mereka untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga keluarganya, yang diperlukan oleh mereka adalah adanya penataan, pembinaan dan pemberdayaan (3P) yang dilakukan oleh pihak pemerintah kota maupun pihak mereka sendiri (*Bandung Food Truck Community*) melalui suatu wadah. 3P di sini juga berarti pemberian pengarahan, pengetahuan dan pengertian tentang fungsi dan keberadaan mereka sebagai *Bandung Food Truck Community*.

Dengan dilakukan 3P, berarti ada usaha untuk menata / mengatur mereka dalam rangka peningkatan peranan *Bandung Food Truck Community* dan selain itu mereka tidak lagi berkonotasi sebagai pengganggu pengguna fasilitas umum. Untuk menjadikan *Bandung Food Truck Community* tetap eksis di tengah persaingan usaha kuliner dengan pemodal besar sebenarnya ada dua faktor yang perlu dikaji. Pertama, kesuksesan bagi *Bandung Food Truck Community* tidak terlepas dari faktor internal *Bandung Food Truck Community*. Faktor internal yang dimaksud adalah selain sebagaimana diulas dalam penelitian Karnaji, dkk (dalam wispandono,2011) tentang peran *Bandung Food Truck Community*, juga berdasarkan hasil studi ini *Bandung Food Truck Community* telah menjalankan berbagai program atau kegiatan, antara lain:

1. Kegiatan pembinaan kebersihan, keindahan, keamanan dan ketertiban di lokasi.

2. Kegiatan pembinaan yang bertujuan untuk menumbuhkan semangat dan kesadaran para anggota dalam berkoperasi. Hal ini dimanfaatkan sebagai salah satu wadah untuk memfasilitasi pemberian bantuan modal bagi Bandung Food Truck Community yang mengalami kesulitan.
3. Kegiatan sosialisasi atau penyuluhan peraturan-peraturan Pemerintah yang terkait erat dengan aktifitas usaha Food Truck.
4. Pembinaan untuk meningkatkan keahlian / manajemen dalam menjalankan usaha.
5. Menumbuhkan rasa solidaritas, kebersamaan dan saling tolong menolong.

Ke depannya *Bandung Food Truck Community* dengan dibantu oleh pihak Pemerintah Kota dan menggandeng perguruan tinggi perlu melakukan pelatihan manajemen untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan mereka dalam mengelola bisnisnya. Hal ini perlu dilakukan mengingat pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang manajemen saat ini masih sangat terbatas.

Kedua, faktor eksternal, yang terletak pada komitmen dan dukungan Pemerintah Kota terhadap keberadaan *Bandung Food Truck Community*, di mana Pemerintah Kota Bandung selaku penyedia fasilitas dan kebijakan dalam pengembangan *Bandung Food Truck Community*. Untuk menggapai faktor eksternal itulah dibutuhkan syarat mendasar terpenuhinya pemerkuatan basis *Food Truck* di internal masing - masing organisasi / mereka sendiri.

Meskipun *Bandung Food Truck Community* telah memiliki banyak event yang telah diikuti, akan tetapi lokasi yang mereka tempati pun hasil dari temuan mereka sendiri. Penulis berharap adanya kontribusi dari pihak pemerintah kota terkait pengembangan dan pengelolaan komunitas tersebut karena *food truck* di kota Bandung bukan hanya sebagai fenomena saja, akan tetapi menjadi alternatif pelayanan wisata kuliner yang dimiliki kota Bandung agar meningkatkan citra kota Bandung melalui wisata kuliner dengan konsep unik dan berbeda serta dikemas secara menarik dan kreatif termasuk juga kegiatan-kegiatan *food truck* dapat dijadikan program destinasi wisata kota Bandung.