

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

1.1.Simpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan sejarahnya :

Orang Tionghoa datang ke Indonesia dengan membawa kebudayaan dari daerahnya masing-masing. Yang kemudian Kebudayaan tersebut menjadi suatu kebiasaan sehari-hari para etnis Tionghoa, apalagi kebiasaan makan dan cita rasa masakan dari etnis Tionghoa dan juga makanan lokal yang berbeda, maka Ketika membuat suatu makanan tidak sama seperti makanan yang ada di tanah leluhurnya dari segi rasanya karena ada bahan-bahan yang tidak terdapat di Bandung, sehingga membuat inovasi-inovasi yang kemudian orang mengatakan akulturasi yang kemudian inovasi tersebut berkembang sampai sekarang.

Berdasarkan Teknik Memasak :

Ada banyak Teknik memasak yang dikenal dalam kuliner Nusantara, beberapa diantaranya adalah karena pengaruh Tionghoa Peranakan dalam proses akulturasi. Beberapa diantaranya adalah : memangang, mengukus, dan menumis.

Alat memasak :

Wajan, sudip, pisau Pemotong, Talenan, saringan, Kukusan dari Bambu, dan sumpit panjang

2. Terdapat banyak sekali makanan lokal yang dipengaruhi oleh kebudayaan Tionghoa, diantaranya adalah : Bakpao, Bakcang, Bakso, Batagor, Bihun, Bubur, Cakwe, Capcai, Ifumie, Kecap, Kompia, Kicang/ Kwechang, Kue Bulan, Kwetiau, Lomtong Cap Go Meh, Mi. Mie Kocok, Mie Ayam, Pangsit, Ronde, Taoge, Tahu, Tauco, Teh.
3. Berdasarkan Hasil Analisis Regresi, Koefisien determinasi, uji t serta uji F, maka dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik wisata dapat berpengaruh terhadap persepsi wisatawan mengenai makanan Tionghoa di Kota Bandung, dilihat dari secara keseluruhan maupun secara parsial. Variabel Daya Tarik wisata juga dapat menjelaskan variabel persepsi dengan kuat dan positif.
4. Peran Stakeholder mengenai pengembangan wisata Gastronomi Tionghoa di Kota Bandung :
 - a. Pengusaha : Peran pengusaha dalam bisnis Kuliner Tionghoa pada dasarnya adalah mempertahankan kualitas rasa dan kenyamanan wisatawan yang datang supaya dapat kembali datang ke Kota Bandung dan mencicipi lagi makanan yang disajikan.
 - b. Pemerintah : Peran pemerintah yaitu mengkaji nilai nilai budaya pada makanan yang ada di Kota Bandung, serta usaha usaha yang ada di Kota Bandung, masih ada atau tidaknya, serta masih terkenal atau tidaknya makana tersebut, tetapi belum khusus mengkaji kebudayaan mengenai makanan Tionghoa di Kota Bandung.
 - c. Pekerja : Peran pekerja dalam membantu bisnis kuliner ini pada dasarnya bekerja dengan baik dan sepenuh hati supaya wisatawan senang dan membuat restoran atau rumah makan menjadi ramai oleh pengunjung.
 - d. Pemasok : Pemasok menjaga kualitas dari barang yang dipesan, selain itu harus membangun kepercayaan kepada konsumen supaya dapat membeli lagi barangnya.

- e. Pakar : mengadakan pengkajian lebih dalam mengenai budaya makan, berkolaborasi dengan pihak-pihak tertentu mengenai pengembangan wisata gastronomi.
- f. Pemerhati : Mengkaji dan menilai mengenai sejarah serta budaya makan dan wisata gastronomi.
- g. Penikmat : Dapat mencicipi berbagai makanan Tionghoa menjadi kesenangan tersendiri dan merupakan hal yang patut untuk di promosikan dan dibagikan kepada semua orang, sekaligus memperkenalkan ke banyak orang bahwa makanan terdapat makanan lokal yang ada pengaruh budaya Tionghoa di Kota Bandung.
- h. NGO : Mengadakan *Walking Tour* yang diselenggarakan kepada wisatawan domestik bertema ketionghoan atau sejarah Tionghoa di Bandung.
- i. Teknologi Informasi : peran media hanya sebatas Mempromosikan dan membagikan kepada masyarakat luas mengenai terdapatnya makanan khas lokal Kota Bandung yang legendaris, tetapi belum membahas mengenai wisata dan kerja sama dengan pihak tertentu.

1.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah untuk mendukung strategi pengembangan wisata gastronomi Tionghoa di Kota Bandung yaitu dengan cara :

1. Karena keterbatasan dan beberapa kendala penulis dalam menemukan Data mengenai makanan lokal yang dipengaruhi akulturasi budaya Tionghoa, maka penulis harusnya bisa mendapatkan lebih banyak data dan sejarah mengenai makanan Tionghoa di Kota Bandung.
2. Responden yang kurang beragam dan tidak sesuai kriteria didapatkan karena sulitnya menapatkan data responden secara langsung karena kondisi covid-19, sehingga data yang dihasilkan maka variabel *independent* (Bebas) kurang dapat menjelaskan variabel *Dependent* (terikat).
3. Pengusaha harus memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai makanan dan budaya serta filosofi dibalik makanan yang mereka jual, supaya wisatawan

yang datang berkunjung lebih paham akan nilai sejarah yang ada dalam makanan tersebut, serta menambah pengetahuan masyarakat luas.

4. Pengusaha, media informasi serta akademisi bekerjasama dengan DISBUDPAR dan Komunitas terkait mengenai pengembangan wisata gastronomi Tionghoa di Kota Bandung dengan memanfaatkan fungsi pemerintah yang memfasilitasi, promosi serta sosialisasi.
5. Mengoptimalkan Potensi daya tarik restaurant Tionghoa dari segi cita rasa makanan, fasilitas, akses, serta pelayanan pendukung lainnya, dengan memberikan suasana yang nyaman dan menarik.
6. Memberikan keterangan bahwa adanya sertifikasi halal dalam setiap restoran Tionghoa yang memang tidak menyediakan makanan berbahan baku non halal dengan cara promosi di media sosial (Instagram, facebook, website) supaya wisatawan muslim yang ingin mencicipi makanan Tionghoa halal di Kota Bandung dapat dengan mudah menemukannya.
7. Komunitas Terkait bekerja sama dengan pemerintah dalam proses promosi *walking tour* sejarah ketionghoan di Kota Bandung untuk mendapatkan lebih banyak wisatawan dan menjadi kegiatan yang rutin dilakukan.
8. Pekerja memperhatikan kebersihan dan kerapihan dalam bekerja dengan meningkatkan Standar Operasional Prosedur yang dibuat oleh pemilik Restaurant Tionghoa di Kota Bandung.

Dinda Karti Haryudyanti, 2016

PENGARUH AKULTURASI BUDAYA TIONGHOA TERHADAP DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu