

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan data dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai *Pola Perjalanan Wisata Gastronomi di Kota Cirebon* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan Kota Cirebon didominasi oleh perempuan dan wisatawan terbesar berasal dari Majalengka dan Bandung, wisatawan lebih memilih untuk berwisata menggunakan kendaraan pribadi dan mengunjungi destinasi-destinasi yang sudah banyak dikenal oleh wisatawan, wisatawan mendapatkan informasi tentang berwisata di Kota Cirebon berasal dari keluarga dan media sosial, dan mengunjungi Kota Cirebon dikarenakan kepentingan awal keperluan keluarga, hampir seluruh wisatawan sudah mengunjungi Kota Cirebon lebih dari satu kali, wisatawan yang berkunjung ke Kota Cirebon sebagian besar adalah para mahasiswa, ASN hingga pengusaha yang memiliki pendapatan bervariasi dari Rp. 500.000 hingga lebih dari Rp. 5.000.000 dan wisatawan mengeluarkan biaya di Kota Cirebon bervariasi mulai kurang dari Rp. 500.000 hingga lebih dari Rp. 5.000.000 pada saat mengunjungi Kota Cirebon. Rata-rata wisatawan mengeluarkan biaya kurang dari Rp. 500.000.
2. Daya tarik Kota Cirebon terletak pada kesultannya dikarenakan ada tiga kesultanan yang berada langsung di Kota Cirebon yaitu Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, dan keraton termuda yaitu Keraton Kacirebonan. Hal itu mengakibatkan beberapa makanan memiliki unsur kesultanan dari sejarah hingga cara menikmati makanan tersebut.
3. Makanan khas Kota Cirebon kini sedang mengalami kenaikan eksistensi, beberapa makanan mulai berinovasi mengikuti perkembangan yang ada, makan khas Kota Cirebon sudah memiliki 9 komponen gastronomi yang cukup untuk dijadikan program wisata gastronomi di Kota Cirebon. Kota Cirebon sangat berpotensi mengadakan wisata gastronomi dikarenakan nilai budaya dan sejarah pada makanan itu dan cerita dibalik proses pembuatan yang

terkandung pada makanan, serta ketersediaan fasilitas yang mendukung untuk diadakan wisata gastronomi di Kota Cirebon.

4. Model pengelolaan gastronomi yang cocok diterapkan di Kota Cirebon adalah dengan mempertahankan citarasa dan aroma yang sudah ada, dan menambahkan varian di beberapa makanan demi mengikuti perkembangan kuliner yang ada, selain itu harus menerapkan kebersihan dan sanitasi yang baik.
5. Peran *stakeholder* dalam melakukan koordinasi untuk meningkatkan pariwisata yang ada di Kota Cirebon harus lebih maksimal, hal itu dikarenakan masih kurangnya koordinasi antara pemerintah dan pemilik destinasi wisata, kerjasama antar *stakeholder* pariwisata sangat dibutuhkan karena pariwisata tidak bisa berdiri sendiri. Selain itu pemerintah juga sudah mengadakan pelatihan atau penyuluhan kepada pelaku-pelaku pariwisata yang terlibat, komunitas sudah memiliki program televisi lokal untuk mempromosikan makanan khas yang ada di Kota Cirebon.
6. Mengenai perencanaan pola perjalanan wisata gastronomi di Kota Cirebon, fasilitas dan infrastruktur dalam keadaan baik dan tidak ada kendala dalam hal aksesibilitas dan didapatkan tiga pola perjalanan wisata gastronomi yang dapat di implementasikan kepada wisatawan jika mengunjungi Kota Cirebon yaitu pola *single loupe*, *continous loupe*, dan *multi loupe*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran terkait tentang Potensi Pola Perjalanan Wisata Gastronomi di Kota Cirebon sebagai berikut:

1. Koordinasi antara pemerintah dan *stakeholder* terkait seperti dengan pihak swasta pemilik destinasi dan pelaku usaha yang ada di Kota Cirebon agar terjalin lebih baik dalam hal pengelolaan destinasi wisata, harus ada sikap baik antara pihak swasta dan pemerintah untuk membuat pariwisata yang berada di Kota Cirebon semakin maju, hal ini diperlukan untuk meningkatkan kualitas pariwisata yang ditawarkan oleh Kota Cirebon kepada wisatawan.
2. Para pelaku usaha dan pekerja diharapkan mampu untuk menjelaskan terkait sembilan komponen gastronomi yang terkandung dalam produk yang mereka

jual, hal ini diperuntukan agar pelaku usaha dan pekerja mampu menjelaskan apa yang mereka jual kepada wisatawan.

3. Memperluas pemasaran tentang wisata gastronomi yang ada di Kota Cirebon dengan melibatkan *stakeholder*.
4. Pemerintah daerah harus memperhatikan pelaku usaha makanan tradisional berskala kecil baik dalam hal permodalan atau pembinaan tentang kebersihan dan pengembangan usaha, sebagai contoh melakukan pelatihan untuk produsen agar produk tersebut dapat dijual di *platform* online atau membuat pelatihan digital marketing agar dapat memperluas pasar dari pelaku usaha yang ada di Kota Cirebon.
5. Pemerintah daerah harus menekankan aturan tentang kebersihan agar dapat diterapkan kepada seluruh pelaku usaha destinasi wisata bisa menerapkan dan menyiapkan sanksi agar aturan yang dibuat dapat dipatuhi.
6. Produsen makanan diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dengan mengikuti perkembangan jaman menggunakan platform yang mendukung usahanya seperti *Grabfood* dan *Gofood* atau menjadikan media sosial sebagai alat promosi.
7. Diharapkan dibuat paket khusus mengenai wisata gastronomi yang ada di Kota Cirebon.
8. Pemerintah diharapkan dapat memasarkan wisata gastronomi berupa paket wisata yang dipromosikan oleh seluruh pihak yang terlibat.
9. Pemerintah diharapkan mendukung fasilitas yang dibutuhkan untuk pelaku usaha makanan yang terlibat di dalam wisata gastronomi.
10. Pemerintah melakukan banding dengan daerah yang sudah menerapkan wisata gastronomi secara baik.
11. Dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa jadi salah satu acuan untuk mengembangkan pariwisata yang ada di Kota Cirebon khususnya wisata gastronomi.