

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kebayoran Baru merupakan salah satu kecamatan di DKI Jakarta yang memiliki banyak sekali potensi dan daya tarik *Wisata kuliner*, termasuk *Wisata kuliner* halal. Hal ini dibuktikan bahwa banyaknya *Wisata kuliner* halal banyak dikenal oleh para wisatawan, mulai dari kuliner halal lokal maupun kuliner halal modern. Kuliner lokal yang terdiri dari; gulai, sate, bakso, martabak, dan lainnya. Sedangkan, kuliner modern seperti; ramen, tteokbokki, dimsum, takoyaki, dan lainnya.
2. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pihak narasumber, dijelaskan bahwa *Wisata kuliner* halal di Kebayoran Baru cukup menunjang industri pariwisata di Jakarta, dapat dilihat dari beberapa faktor karakteristiknya seperti: a) kuliner yang beragam serta memiliki kualitas; b) harga yang ditawarkan sangat bervariasi dan murah untuk makanan dan minuman yang ada di sana; c) suasana dan kenyamanan di Kebayoran Baru juga sangat mendukung untuk menikmati *Wisata kuliner* di sana, dikarenakan sarana dan prasarana yang diberikan inilah dapat membuat kesana nyaman untuk dinikmati; d) lokasi juga merupakan faktor penting dalam berwisata, di mana lokasi Kebayoran Baru yang berada di pusat kota Jakarta Selatan inilah yang memberikan dampak yang baik untuk *Wisata kuliner* di Jakarta.
3. Analisis SOAR yang telah dibuat dalam pengembangan *Wisata kuliner* halal di Kebayoran Baru menghasilkan beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain; a) strategi S-A yaitu mengoptimalkan potensi *Wisata kuliner* halal di Kebayoran Baru; b) strategi O-A yaitu meningkatkan kualitas kuliner di Kebayoran Baru dengan menggunakan *quality control* yang baik; c) strategi S-R yaitu mendorong para penyedia kuliner halal untuk melakukan promosi terkait produk kuliner halal yang ditawarkan dengan memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai sarana promosi; dan d) strategi O-R yaitu menjaga dan meningkatkan peraturan yang telah dilaksanakan serta menjalin

hubungan yang baik antara penyedia kuliner dengan investor dan pemerintah yang ada.

4. Adapun analisi SWOT juga menghasilkan beberapa strategi yang dapat dilakukan baik pemerintah maupun penyedia kuliner, berupa; a) strategi S-O yaitu meningkatkan kawasann untuk penyedia kuliner yang ingin menjualkan produk kulinernya; b) strategi W-O yaitu mendorong penyedia kuliner untuk turut serta melakukan promosi akan produk yang dijualnya; c) strategi S-T yaitu menerapkan strategi harga yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung; dan d) strategi W-T yaitu pemerintah maupun penyedia kuliner selalu mendorong penyedia kuliner halal untuk melakukan pengurusan standar kebersihan sehingga mampu memberikan jaminan kebersihan bagi wisatawan.

B. Saran

Adapun saran yang siberikan berdasarkan hasil penelitian di atas, sebagai berikut:

1. Para penyedia kuliner halal lebih melakukan inovasi terhadap produk kulinernya. Dan juga, para penyedia juga harus lebih mengoptimalkan promosi produk kuliner halalnya supaya lebih banyak dikenal luas oleh masyarakat.
2. Pemerintah lebih memerhatikan dan membuat strategi yang cocok untuk memasarkan *Wisata kuliner* halal di Kebayoran hingga sama rata dengan *Wisata kuliner* non halal.
3. Para pelaku *Wisata kuliner* untuk lebih menjaga kenyamanan, keindahan, keamanan, serta kebersihan baik di sarana dan prasarana, kawasan wisata, maupun aksesibilitas yang ada di sana.