

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai keunggulan kompetitif UMKM kuliner di Kota Salatiga menuju Kota Kreatif Gastronomi, dapat ditarik kesimpulan:

- Tercapainya 4 dari 5 indikator keunggulan kompetitif yaitu:
 - a. Harga yang mampu bersaing yaitu harga produk UMKM memiliki harga standar atau wajar yang dapat dikatakan mampu untuk dijangkau oleh pelajar serta mahasiswa dengan budget terbatas. Dalam penentuan harga juga disesuaikan kemampuan pelanggan tanpa mengurangi kualitas dari produk.
 - b. Ketahanan yaitu pelaku UMKM lebih mengutamakan dalam menjaga kualitas produk dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Melalui usaha pelaku UMKM dalam pelayanan serta komunikasi ini, membuat pengunjung merasa nyaman, sehingga UMKM dapat bertahan lama.
 - c. Fleksibilitas yaitu para pelaku UMKM kuliner mampu beradaptasi di masa pandemi covid-19 yang lalu dengan berjualan dan promosi produk online
 - d. Hubungan dengan konsumen yaitu pelaku UMKM memberikan pelayanan yang ramah, baik dan tetap dijaga untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen, selain itu dari beberapa pelaku UMKM bahkan memberikan diskon/promo yang menarik perhatian bagi konsumen tetap agar terus berlangganan.
- Tidak tercapainya salah satu indikator keunggulan kompetitif yaitu eksplorasi terhadap peluang dikarenakan masih belum banyaknya pelaku UMKM yang berinovasi terhadap produk baru dan kemasan yang menarik.
- Tercapainya indikator kepuasan konsumen yang menjadi bagian dari keunggulan kompetitif UMKM yaitu:
 - a. Tingkat kesesuaian dengan harapan yaitu baik cita rasa dan segi pelayanan serta fasilitas dinilai sudah memadai. Penilaian didominasi oleh pengunjung yang merasa puas terhadap kenyataan dan yang mereka harapkan.
 - b. Minat datang kembali yaitu dapat dikatakan bahwa kebanyakan alasan konsumen datang membeli produk dari UMKM karena lokasinya yang dekat dan karena rasa atau harga dari produk tersebut. Sehingga banyak dari konsumen akan melakukan pembelian kembali dan berlangganan.

- c. Ketersediaan merekomendasikan yaitu rata-rata pembeli datang memesan secara langsung serta mengobrol dengan pelaku UMKM. Selain rasa dan harga, komunikasi yang baik antara pelaku UMKM dengan pelanggan juga memicu kemauan pembeli untuk mau merekomendasikan produk UMKM secara sukarela kepada orang lain
- Kota Salatiga memiliki kriteria sebagai Kota Kreatif Gastronomi yaitu:
 - a. Industri kuliner yaitu memiliki industri kuliner yang khas, meskipun eksistensinya jauh dibawah Kota Chengdu, akan tetapi hal ini dapat terus dikembangkan
 - b. Kebudayaan lokal yaitu memiliki kuliner yang bersejarah baik bahan maupun prosesnya tetap dijaga kekhasannya turun-temurun serta dipengaruhi budaya lokal. Kuliner bersejarah ini saat ini tergabung dalam 10 *culinary heritage*.
 - c. Tempat pemasaran yaitu memiliki beberapa tempat pengembangan kuliner juga terpisah, dan saat ini eksistensi maupun lingkup kulinernya masih terbatas untuk warga lokal saja.
 - d. Partisipasi masyarakat yaitu memiliki masyarakat yang berpartisipasi dalam melestarikan kuliner khas dengan mengkonsumsi kuliner khas tersebut. Hal ini dibuktikan juga dengan banyak konsumen *culinary heritage* yang berasal dari Kota Salatiga.
 - e. Event kuliner yaitu Kota Salatiga memiliki beberapa kegiatan diluar konteks kuliner namun juga digunakan sebagai ajang promosi atau mengenalkan kuliner di Kota Salatiga
 - f. Komunitas gastronomi yaitu memiliki komunitas gastronomi yang membantu dalam mengembangkan Kota Gastronomi, seperti Kuliner Salatiga, Salatiga Heritage, Gabungan Kelompok Tani Kota Salatiga, Paguyuban Kampung Telo, dan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif.
- Terdapat keterkaitan antara keunggulan kompetitif dengan pengembangan Kota Kreatif Gastronomi, dimana saat UMKM kuliner memiliki keunggulan kompetitif maka secara langsung akan berdampak juga terhadap kualitas dari kuliner di Kota Salatiga. Sehingga dalam pengembangan Kota Kreatif Gastronomi ini memerlukan juga strategi dalam peningkatan keunggulan kompetitif pada setiap UMKM kuliner di Kota Salatiga.
- Meskipun tahun lalu Kota Salatiga gagal dalam seleksi Kota Gastronomi, namun pemerintah Kota Salatiga akan terus berjuang dan memperbaiki seluruh kegagalan dengan evaluasi kegiatan pengembangan kemarin, yang dinilai memiliki banyak kekurangan.

5.2 Rekomendasi

Dengan hasil analisis tentang keunggulan kompetitif UMKM kuliner di Kota Salatiga menuju Kota Kreatif Gastronomi dapat diketahui bahwa Kota Salatiga memiliki UMKM yang

berkeunggulan kompetitif, serta memenuhi kriteria dalam pengembangan Kota Kreatif Gastronomi, dengan mempertimbangkan hasil tersebut, berikut ini merupakan rekomendasi yang dapat diberikan:

- Rekomendasi bagi pemerintah Kota Salatiga meliputi dinas-dinas terkait seperti DINPAR, DINKOPUKM, BAPPEDA antara lain:
 - a. Perlunya pengadaan pelatihan peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya branding serta pengemasan suatu produk untuk meningkatkan peluang pengembangan usaha yang lebih baik lagi.
 - b. Perlunya kerjasama dengan pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan guna meningkatkan keunggulan kompetitif yang diadakan pemerintah dan dinas terkait akan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha mereka.
 - c. Perlunya sosialisasi lebih lanjut terhadap masyarakat serta pelaku UMKM yang masih awam terhadap gastronomi serta rencana pengembangannya di Kota Salatiga.
 - d. Perlunya komitmen yang besar dari pemerintah serta dana yang seimbang untuk mewujudkan tempat pemasaran yang melingkupi berbagai kuliner ini, dengan tempat pemasaran yang berskala cukup besar ini nanti diharapkan dapat menarik minat pengunjung baik lokal maupun internasional seperti night market atau street food yang khusus pada berbagai macam kuliner.
 - e. Apabila nantinya Kota Salatiga berhasil ditetapkan menjadi Kota Kreatif Gastronomi maka perlu terdapat komunitas gastronomi yang menjadi *guide tour* untuk memandu pengunjung serta wisatawan yang datang dan publikasi secara menyeluruh untuk mendukung peningkatan eksistensi serta terdatanya seluruh informasi mengenai kuliner. Publikasi ini dapat melalui website, social media, bahkan program acara
- Rekomendasi bagi para pelaku UMKM Kuliner Kota Salatiga, antara lain:
 - a. Perlunya kemauan dan kesadaran dari pelaku UMKM bahwa pelatihan guna meningkatkan keunggulan kompetitif yang diadakan pemerintah dan dinas terkait akan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha mereka.
 - b. Perlunya peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya branding serta pengemasan suatu produk untuk meningkatkan peluang pengembangan usaha yang lebih baik lagi.
- Rekomendasi bagi komunitas gastronomi Kota Salatiga, antara lain:
 - a. Perlunya sosialisasi lebih lanjut terhadap masyarakat serta pelaku UMKM yang masih awam terhadap gastronomi serta rencana pengembangannya di Kota Salatiga.
 - b. Dibutuhkan pengadaan kegiatan kuliner sebagai pengembangan serta pengenalan gastronomi Kota Salatiga kepada masyarakat umum

- Rekomendasi bagi studi lanjutan, antara lain diperlukan studi lanjut mengenai kajian Pengembangan Kota Gastronomi di Salatiga baik proses dari awal hingga nanti dapat lolos seleksi UNESCO dan ditetapkan sebagai Kota Kreatif Gastronomi. Selain itu juga diperlukan kajian lanjut mengenai kegiatan atau usaha pemerintah dan stakeholder terkait dalam mempertahankan dan mengembangkan Kota Salatiga sebagai Kota Kreatif Gastronomi.