

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bertolak dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pemerintah Kota Payakumbuh telah melakukan upaya *branding* terhadap *school of randang*. Pelaksanaan upaya *branding* dilakukan sejalan dengan landasan teoritis *destination branding* dengan lima tahapan dalam membangun *brand* destinasi yang kuat yaitu analisis pasar, rekomendasi dan strategi; mengembangkan identitas *brand*; mengomunikasikan *brand*; mengimplementasikan *brand*; serta pemantauan, evaluasi dan peninjauan *brand* di mana pada tahapan evaluasi dan peninjauan *brand* belum dilakukan secara maksimal.
2. Hambatan komunikasi Pemerintah Kota Payakumbuh dalam upaya *branding school of randang* sebagai wisata gastronomi adalah lebih banyak disebabkan oleh hambatan yang bersifat teknis, di antaranya seperti legalitas *city branding* Kota Payakumbuh, kendala sumber daya manusia, segmentasi pasar, serta kendala anggaran. Kemudian satu hambatan yang dapat dikategorikan ke dalam hambatan birokrasi, hambatan status, dan hambatan kerangka berpikir adalah kualitas komunikasi dan koordinasi internal pemerintah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, dan bertolak dari hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti ingin memberikan masukan dan saran sebagai berikut.

1. Sebaiknya Pemerintah Kota Payakumbuh segera mengupayakan percepatan legalitas *city branding* Kota Payakumbuh sebagai *city of randang* dasar hukum yang jelas dari Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. Hal ini penting mengingat Kota Payakumbuh masih terkendala dengan identitas kotanya yang belum diakui secara penuh oleh Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dengan belum adanya legalitas dan dasar hukum yang jelas.
2. Pemerintah Kota Payakumbuh sebaiknya perlu mempertimbangkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia (SDM) yang dibutuhkan dalam pelaksanaan *school of randang* sebagai wisata gastronomi, seperti SDM yang mengetahui tentang kuliner rendang, SDM yang mengerti dengan konsep wisata gastronomi, dan SDM yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran.
3. Sudah seharusnya kegiatan *school of randang* sebagai wisata gastronomi ini mendapatkan perhatian yang serius oleh Pemerintah Kota Payakumbuh, salah satunya dengan dukungan anggaran daerah yang berguna dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan *school of randang* agar arah pengembangan *school of randang* sebagai wisata gastronomi dapat tercapai dengan baik.
4. Semestinya Pemerintah Kota Payakumbuh perlu meningkatkan kualitas komunikasi di dalam organisasinya. Seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang ada dalam struktur organisasi Pemerintah Kota Payakumbuh sudah sewajarnya untuk saling bersinergi dalam rangka mendukung dan mensukseskan *city branding* Kota Payakumbuh sebagai

Kota Randang, terutama sinergi di antara Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Payakumbuh dalam mengembangkan *school of randang* sebagai wisata gastronomi.

5. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti *school of randang*, dapat mengembangkan penelitian ini dengan metode lain, serta dapat meneliti *school of randang* dari sisi pemaknaan pengunjung terhadap pelaksanaan *school of randang* sebagai wisata gastronomi.

