

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan paparan data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Studi ini mengungkapkan karakteristik unik pengalaman makan di kawasan pariwisata bahari Sulawesi Selatan, khususnya di Losari, Makassar, dan Galesong, Takalar. Restoran-restoran di sini, baik Asia maupun Barat, menggabungkan budaya lokal dengan konsep modern. Shanghai Resto & Beer House menawarkan suasana klasik Shanghai dengan menu makan malam keluarga nostalgia, sementara Virtu Resto & Cafe menghadirkan konsep botanical modern dengan hidangan Barat beragam. Rumah makan lokal seperti RM. Ramanda 02 dan RM Balla Juku mempromosikan kekayaan kuliner daerah dengan bahan baku lokal, menciptakan pengalaman makan autentik. Temuan ini menekankan pentingnya identitas lokal dalam pengalaman makan yang unik, yang berpotensi meningkatkan pariwisata dan ekonomi lokal.
2. Pemaknaan tempat berdasarkan karakteristik rumah makan di kawasan pariwisata bahari Sulawesi Selatan bagi konsumen terdiri atas tiga tempat, yaitu: (a) rumah makan Asia dimaknai oleh konsumen sebagai tempat untuk bersosialisasi, fungsional, dan nostalgia. Pemaknaan rumah makan sebagai tempat untuk bersosialisasi dengan teman sebagai bagian dari

rutinitas sosial dan berkumpul dengan keluarga. Pemaknaan rumah makan sebagai fungsional untuk menikmati hidangan khas negara tertentu. Sementara pemaknaan rumah makan secara nostalgia sebagai tempat untuk mengobati kerinduan terhadap etnis asal pelanggan; (b) rumah makan *Western* dimaknai oleh konsumen sebagai tempat bersosialisasi, fungsional, simbolis, psiko-emosional, dan romantisme. Pemaknaan sebagai bersosialisasi untuk membangun keakraban dengan rekan kerja dan berkumpul dengan teman. Pemaknaan tempat fungsional untuk melakukan pertemuan bisnis, negosiasi, dan kerjasama. Pemaknaan tempat secara simbolis untuk mempromosikan diri dan harga diri individu maupun korporasi. Pemaknaan secara psiko-emosional yaitu tempat untuk melepaskan lelah dan kejenuhan akan rutinitas sehari-hari. Pemaknaan rumah makan sebagai romantisme untuk merayakan hari spesial bersama pasangan; (c) rumah makan lokal dimaknai konsumen sebagai tempat bersosialisasi, identitas budaya konsumen, nostalgia, dan ekonomis. Pemaknaan sebagai tempat bersosialisasi untuk menikmati hidangan khas daerah bersama keluarga atau dengan pemilik/karyawan. Pemaknaan tempat sebagai identitas budaya untuk merepresentasikan budaya asli konsumen. Pemaknaan tempat nostalgia untuk mengenang memori masa kecil. Sementara pemaknaan secara ekonomis untuk menjangkau aktifitas makan di luar yang ramah bagi finansial konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan, peneliti memberikan saran bagi berbagai pihak yang bergerak di bidang pariwisata, *hospitality*, dan pendidikan, antara lain:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik rumah makan tertentu menimbulkan efek keterikatan tempat bagi konsumen. Maka, pengelola rumah makan perlu mengoptimalkan elemen-elemen penting dalam rumah makan sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih rumah makan. Misalnya terkait pelayanan, lingkungan fisik, atmosfer, dan kualitas makanan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi tertentu dalam memilih suatu rumah makan yang memediasi pemaknaan tempat. Maka, pemerintah perlu menyusun kebijakan pengembangan usaha rumah makan yang sesuai dengan tren dan atribut yang disukai oleh konsumen. Seperti kebersihan tempat, kesegaran bahan pangan, kemudahan akses, dan protokol keamanan yang jelas.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan rumah makan berdasarkan karakteristik rumah makan memiliki perbedaan antar jenis kelamin dan usia. Maka, peneliti di masa mendatang dapat mempertimbangkan aspek lain seperti perbedaan status sosial, pendapatan, dan pendidikan. Sehingga temuan dalam tema ini dapat lebih kaya dan mendalam.