

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BELANJA PASAR CIMOL GEDEBAGE SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KOTA BANDUNG

**RINA RUSDI
1008946**

ABSTRAK

Wisata belanja merupakan bentuk wisata yang paling digemari oleh para wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Salah satu destinasi wisata belanja yang terkenal di Bandung yaitu Pasar Cimol Gedebage. Pasar Cimol Gedebage merupakan pusat perbelanjaan barang bekas import yang terletak di Bandung Timur. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di destinasi wisata belanja Pasar Cimol Gedebage. dengan metode analisis SWOT, dengan menganalisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi prioritas berdasarkan SWOT adalah Memanfaatkan kualitas produk dengan meningkatkan promosi menggunakan teknologi informasi seperti membuat website khusus dan media sosial, Memelihara dan memperbaiki sarana prasarana dan infrastruktur pasar dengan bantuan pemerintah, Membangun pos keamanan dan pos informasi dengan memanfaatkan kondisi bangunan, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan keamanan pengunjung maupun lokasi wisata dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung.

Kata Kunci ; Pengembangan, Wisata Belanja, Analisis SWOT, Cimol, Gedebage

DEVELOPMENT STRATEGY OF THE MARKET CIMOL GEDEBAGE AS A TOURIST ATTRACTION BANDUNG CITY

RINA RUSDI

ABSTRACT

Shopping is a form of tourism that is most favored by tourists visiting Bandung. One of the famous tourist destination shopping in Bandung is Gedebage Cimol Market. Gedebage Cimol market is imported thrift shopping center located in East London. This study aims to formulate appropriate development strategy to be applied in the shopping tourism destinations Gedebage Cimol market. SWOT analysis method, by analyzing the internal factors consisting of strengths and weaknesses as well as external factors consisting of opportunities and threats. The results showed that the SWOT is a strategic priority based Utilizing quality promotional products with increasing use of information technology such as creating a special website and social media, maintain and improve the infrastructure and infrastructure markets with the help of the government, Building security post and postal information by utilizing the condition of the building, strategy this aims to improve the safety of visitors and tourist sites and provide information needed by visitors.

Keyword; Development, Tourism Shopping, SWOT Analysis, Cimol, Gedebage

Rina Rusdi, 2014

Strategi Pengembangan Wisata Belanja Pasar Cimol Gedebage Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu