

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kawasan Cihampelas Bandung pada tahun 1987 menjadi salah satu pelopor toko pakaian berbahan baku *jeans* dengan kualitas terbaik di kota Bandung. Dalam perkembangannya, mulai tahun 2000 pemakaian istilah *jeans street* ini mulai mengalami perubahan menjadi *factory outlet* atau disingkat *FO* dikarenakan jenis pakaian yang dijual tidak hanya berbahan *jeans* saja namun sudah dilengkapi dengan variasi lainnya seperti produk tas, sepatu, dan berbagai macam produk *fashion* lainnya. Hingga kini Cihampelas menjadi salah satu wisata belanja andalan yang dimiliki kota Bandung, karena kawasan Cihampelas selalu ramai didatangi wisatawan terlihat jelas khususnya pada saat *weekend*.

Peneliti melakukan penelitian mengenai analisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata yang di anggap oleh peneliti sebagai salah satu permasalahan yang harus di analisis guna untuk mengembangkan kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung. Setelah peneliti melakukan pembahasan mengenai kualitas ruang publik di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung serta menganalisis kualitas daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung dan membuat upaya pengembangan kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi lapangan peneliti menemukan adanya permasalahan dari kualitas ruang publik yang ada di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung yang harus di analisis menggunakan teori kualitas ruang publik kemudian di rancang upaya pengembangannya. Menurut data yang telah diperoleh terdapat 3 jenis ruang publik yang ada di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung yaitu pedestrian, tempat

Adhitya Pratama, 2015

Analisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung

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

parkir, dan pasar. Berdasarkan hasil penelitian terdapat bahwa penilaian wisatawan terhadap kualitas ruang publik yang ada di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung yaitu buruk. Pernyataan ini dilihat dari penilaian wisatawan terhadap pedestrian dan tempat parkir berada dalam penilaian tidak nyaman sedangkan untuk penilaian kualitas pasar pun hanya mendapatkan penilaian cukup. Hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas ruang publik yang ada di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung masih buruk.

2. Berdasarkan hasil observasi lapangan peneliti menemukan adanya permasalahan dari daya tarik produk wisata yang harus di kaji kualitasnya dan keberadaanya dengan didasari oleh teori mengenai 3 komponen utaman produk wisata yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Menurut data yang telah diperoleh terdapat daya tarik produk wisata yang tersedia di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung yaitu wisata belanja dan sentra jeans sebagai komponen atraksi. Akomodasi, transportasi, dan fasilitas umum sebagai komponen amenitas, dan infrastruktur sebagai komponen aksesibilitas. Berdasarkan hasil penelitian terdapat bahwa penilaian wisatawan terhadap kualitas daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung sudah cukup baik hal tersebut terbukti dari hasil penilaian wisatawan mengenai wisata belanja, *jeans street*, akomodasi, dan transportasi sudah dinilai nyaman, hanya saja untuk fasilitas umum dan infrastruktur masih dinilai mempunyai kualitas yang buruk.
3. Dari hasil penelitian atas penilaian wisatawan terhadap kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata Cihampelas Bandung menghasilkan upaya pengembangan yang peneliti anggap dapat berguna untuk dijadikan solusi permasalahan yang dinilai buruk oleh pengunjung. Untuk upaya pengembangan kualitas ruang publik dibuatnya

Adhitya Pratama, 2015

Analisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung

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

jembatan penyebrangan atau zebra cross dan meningkatkan sarana kebersihan di pedestrian, dibuatnya lahan parkir yang baru dan membenahi lahan parkir yang sudah ada, serta menerapkan peraturan yang ketat mengenai masalah parkir, dan membuat pengalokasian tempat untuk sarana pedagang kaki lima secara terpusat. Sedangkan untuk upaya pengembangan kualitas daya tarik produk wisata yang harus di benahi adalah dengan upaya meningkatkan kualitas barang, dibuatnya *food court* atau pengalokasian sarana tempat makan, membuat halte atau *shelter* untuk pemberentian kendaraan umum, peningkatan sarana kebersihan, memperbanyak tempat duduk yang nyaman, membuat rambu-rambu lalu lintas, peningkatan kualitas pencahayaan jalan, menambah sarana fasilitas umum seperti toilet dan tempat peribadatan, dan memperbaiki kualitas dari jalan raya. Beberapa upaya di atas terbentuk dari penilaian observasi peneliti, penilaian wisatawan, dan penilaian mengenai teori yang menurut peneliti cocok untuk diterapkan di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung.

5.2 Saran

1. Pelaku bisnis di sebuah kawasan harus lebih peka terhadap permintaan pengunjung, bukan hanya menjual produk saja tetapi pelaku bisnis harus memikirkan mengenai aspek-aspek penunjang wisata seperti menyediakan fasilitas umum yang dapat digunakan oleh para pengunjung.
2. Badan perencanaan pengembangan daerah harus segera menyelesaikan program 7 revitalisasi sentra industri khususnya di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung terkait ciri khasnya dengan sebutan sentra jeans agar proses pemasaran pariwisata yang akan dikelola dinas kebudayaan dan pariwisata bisa dimaksimalkan dan juga perlu adanya

Adhitya Pratama, 2015

Analisis kualitas ruang publik dan daya tarik produk wisata di kawasan wisata belanja Cihampelas Bandung

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

tindak lanjut dari dinas koperasi UKM dan perindustrian perdagangan terkait dengan permasalahan perelokasian pedagang kaki lima dan juga untuk pengelolaan terhadap pengusaha sentra jeans.

3. Sudah saatnya masyarakat lebih mengenal mengenai ruang publik, ruang publik merupakan salah satu ruang yang dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat.