

ABSTRAK

Dani Ramdhani, 1006039, Strategi Pengembangan RM. Nasi Bancakan sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Bandung di bawah bimbingan Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM. dan Woro Priatini, S.Pd., M.Si.

Tren peningkatan jumlah pengunjung tiap tahun RM. Nasi Bancakan berpotensi untuk lebih berkembang, namun masalahnya daya tarik wisata rumah makan Nasi Bancakan belum begitu dikenal masyarakat luas karena pengunjung masih didominasi dari kota Bandung dan Jakarta. Dimana berpengaruh dengan persentase peningkatan jumlah pengunjung yang relatif menurun. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan di RM. Nasi Bancakan sebagai daya tarik wisata kuliner di kota Bandung melalui pendekatan analisis SWOT.

Dimana berdasarkan hasil analisis SWOT, yang menggunakan matriks EFE, matriks IFE, matriks SWOT, dan matriks IE. Faktor eksternal dengan skor tertinggi yang mempengaruhi perkembangan RM. Nasi Bancakan adalah faktor peluang yaitu *branding* kota Bandung sebagai tujuan wisata kuliner, sedangkan ancaman tertinggi adalah makanan dari negara lain. Faktor internal dengan skor tertinggi adalah faktor kekuatan yaitu daya tarik menu yang ditawarkan, sedangkan faktor kelemahan yaitu manajemen operasional dapur. Skor total rata-rata tertimbang IFE sebesar 2,94 artinya posisi internal RM. Nasi Bancakan memiliki posisi yang kuat terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada. Skor total rata-rata tertimbang EFE sebesar 2,90 yang menunjukkan bahwa RM. Nasi Bancakan merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada. Strategi yang cocok diterapkan adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Analisis SWOT, Wisata Kuliner, Rumah Makan Nasi Bancakan

Dani Ramdhani, 2014

STRATEGI PENGEMBANGAN RM. NASI BANCAKAN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI KOTA BANDUNG

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

ABSTRACT

Dani Ramdhani, 1006039, The Development Strategy RM Nasi Bancakan as Culinary Tourist Attractions in the city of Bandung, under the guidance of Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM. and Woro Priatini, S.Pd., M.Si.

Trend of increasing number of visitors RM. Nasi Bancakan growing is potential for more, but the problem is the tourist attraction of Nasi Bancakan not so widely known as visitors dominated from the city of Bandung and Jakarta. This study aims to formulate appropriate development strategy to be implemented in the RM. Nasi Bancakan as a culinary tourist attraction in Bandung through SWOT approach, by analyzing external factors consisting of the opportunities and threats and internal factors consisting of strengths and weaknesses.

The results showed that of the SWOT analysis, which uses the EFE Matrix, IFE Matrix, SWOT Matrix and IE Matrix. External factors with the highest score that influence the development of RM. Nasi Bancakan is a factor branding opportunities that the Bandung as a culinary tourism destination, while the highest threat is food from other countries. Internal factors with the highest score is the strength factor is the attractiveness of the menu on offer, while the weakness factor is the operational management of the kitchen. The total score is a weighted average of 2.94 means IFE internal position of RM. Nasi Bancakan has a strong position on the strengths and weaknesses. The total score is a weighted average of 2.90 EFE which show that the RM. Nasi Bancakan respond well to the opportunities and threats that exist. Matching strategy is applied to the market penetration strategy and product development strategies.

**Keywords : Internal factors, External factors, SWOT Analysis, Culinary
Tourism, Rumah Makan Nasi Bancakan**