

Analisis pelaksanaan place marketing Kota Depok (studi kasus: upaya Kota Depok menarik kunjungan wisatawan) = Analysis of place marketing implementation on Depok City (case study: the efforts of Depok City Government to attract tourist visitation)

Karyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20312778&lokasi=lokal>

Abstrak

Place marketing merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai dari suatu lokasi atau tempat, baik itu gedung, pulau, kota atau bahkan negara. Kota Depok yang terletak di perbatasan Jawa Barat dan DKI Jakarta merupakan tempat yang strategis untuk dapat menarik kunjungan orang-orang di sekitarnya. Penelitian tentang analisis pelaksanaan place marketing Kota Depok (studi kasus: upaya Kota Depok menarik kunjungan wisatawan) bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran-bauran place marketing oleh Kota Depok untuk bisa menarik kunjungan wisatawan ke Kota Depok. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi Kota Depok dalam menarik kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Depok belum sepenuhnya melaksanakan place marketing dalam rangka menarik kunjungan wisatawan.

...Place marketing is one of the best concept to apply in order to increase the value of one location, whether it is a building, an island, a city, or even a nation. Depok city located within the border of West Java and DKI Jakarta. Thus made it strategic place to gather the interest of people surround it. Tourist or the people who purposively go to a place to get some pleasure has been known widely as a tool to increase city revenue. In addition of that, the purpose of this research is to address the application of place marketing mixes in order to attract tourist for coming to Depok city and the obstacles surround it. Constructivist paradigm was used in this research with qualitative approach. All data was collected by using deeply interview, participative observation, and literature study. The result of this research showed that Depok city government has not yet entirely apply place marketing concept on their planning to attract tourist visitation.