

STRATEGY BRANDING PASAR KULINER KARANG ENDAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

**Oleh :
Lutfia Anugraini
19756068**

ABSTRAK

Pasar Kuliner Karang Endah atau biasa disebut PAKARE adalah tempat wisata pasar kuliner yang menjual beberapa makanan atau jajanan tradisional dengan harga terjangkau. Masalah yang dihadapi PAKARE ini adalah kurangnya dalam *membranding* PAKARE yang menjadi penurunan kunjungan wisata ke PAKARE. *branding strategy* sebagai bentuk dalam strategi untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Tujuan yang pertama mendeskripsikan potensi wisata di Pasar Kuliner Karang Endah Kabupaten Lampung Tengah dan yang kedua *branding strategy* untuk membangun *brand* Pasar Kuliner Karang Endah Kabupaten Lampung Tengah, metode yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data ini diperoleh dari observasi dan wawancara secara langsung ke tempat PAKARE, dengan pengelola dan studi pustaka. Hasil dari laporan ini menunjukkan bahwa potensi wisata berdasarkan 3A yaitu Atraksi adalah kondisi yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata, Amenitas adalah segala bentuk sarana dan prasarana yang dibutuhkan para wisatawan dan Aksibilitas mencakup semua moda transportasi baik itu jalur udara, laut dan udara, sedangkan untuk strategi branding di PAKARE dan dilihat berdasarkan tiga strategi branding yaitu *Branding Positioning* bertujuan untuk menciptakan perbedaan, manfaat dan keuntungan., *Branding Personality* menggambarkan apa yang ada di dalam sebuah produk dan pengalaman konsumen agar dapat memahami kekurangan dan kelebihan, *Branding Identity* sebuah *brand* yang menggambarkan identitas dari sebuah produk yang menjadi ciri khasnya dan persepsi konsumen yang dapat menjadi sebuah *brand* yang dapat dikenal masyarakat luas dari PAKARE agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang lebih luas.

Kata Kunci: Potensi Wisata, *Branding Strategy*, Pasar Kuliner PAKARE