

STRATEGI *POSITIONING*, *DIFFERENTIATION*, DAN *BRANDING* (PDB) UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* EKOWISATA HUTAN WAKAF DI BOGOR

ADINDA RIZQI SYAFIRA



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi *Positioning, Differentiation*, dan *Branding* (PDB) untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Ekowisata Hutan Wakaf di Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Adinda Rizqi Syafira
H5401211050

ABSTRAK

ADINDA RIZQI SYAFIRA. Strategi *Positioning, Differentiation*, dan *Branding* (PDB) untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Ekowisata Hutan Wakaf di Bogor. Dibimbing oleh LAILY DWI ARSYIANTI.

Hutan Wakaf Bogor (HWB) menghadapi masalah utama berupa rendahnya jumlah pengunjung dan pemasaran yang terbatas, meskipun memiliki konsep unik hutan wakaf yang mengintegrasikan nilai edukasi, spiritualitas, dan rekreasi alam. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar HWB, menganalisis aspek 4A, serta merumuskan strategi *positioning, differentiation*, dan *branding* (PDB), termasuk alternatif strategi pemasaran untuk pengembangan HWB. Metode penelitian menggunakan analisis SWOT, matriks IFE-EFE, IE, dan QSPM berdasarkan data wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HWB memiliki potensi kuat di segmen wisatawan edukatif-spiritual, dengan komponen atraksi dan kelembagaan yang unggul, namun aspek aksesibilitas dan amenities masih perlu ditingkatkan. HWB diposisikan sebagai destinasi reflektif-edukatif dengan diferensiasi melalui konsep hutan wakaf yang menyenangkan. Berdasarkan skor IFE dan EFE, HWB dapat mengembangkan strategi pertumbuhan agresif. Rekomendasi strategi pemasaran utama ialah memperkuat citra HWB sebagai destinasi *back to nature* edukatif melalui narasi “*Growing Wild Waqf: Your Eternal Forest to Escape.*”

Kata Kunci: *branding, differentiation, HWB, positioning, QSPM*

ABSTRACT

ADINDA RIZQI SYAFIRA. Positioning, Differentiation, and Branding (PDB) Strategy to Increase Brand Awareness of Waqf Forest Ecotourism in Bogor. Supervised by LAILY DWI ARSYIANTI.

Hutan Wakaf Bogor (HWB) faces a major challenge of low visitor numbers and limited marketing, despite its unique “waqf forest” concept integrating educational, spiritual, and nature-based recreational values. This study aims to identify HWB’s market segmentation, analyze the 4A aspects, and formulate positioning, differentiation, and branding (PDB) strategies, including alternative marketing strategies for its development. The research employed SWOT analysis, IFE-EFE matrices, IE, and QSPM based on interviews and questionnaires. The results indicate that HWB has strong potential in the educational-spiritual tourist segment, with superior attraction and institutional components, while accessibility and amenities still require improvement. HWB is positioned as a reflective-educational destination with differentiation through its enjoyable waqf forest concept. Based on IFE and EFE scores, HWB can pursue an aggressive growth strategy. The primary marketing recommendation is to strengthen HWB’s image as an educational back-to-nature destination through the narrative “*Growing Wild Waqf: Your Eternal Forest to Escape.*”

Keyword: *branding, differentiation, HWB, positioning, QSPM*



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

IPB University

STRATEGI *POSITIONING*, *DIFFERENTIATION*, DAN *BRANDING* (PDB) UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* EKOWISATA HUTAN WAKAF DI BOGOR

ADINDA RIZQI SYAFIRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Ekonomi Syariah

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



Nama
NIM

@Hak cipta milik IPB University

Judul Skripsi : Strategi *Positioning, Differentiation, Dan Branding* (PDB)
Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Ekowisata Hutan
Wakaf Di Bogor

: Adinda Rizqi Syafira
: H5401211050

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut., M.Si.
198603102014041001



Tanggal Ujian: 3 Desember 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Desember 2025 ini ialah Strategi PDB Hutan Wakaf Bogor, dengan judul “Strategi *Positioning, Differentiation, Dan Branding* (PDB) Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Ekowisata Hutan Wakaf Di Bogor”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada

1. Kedua orang tua dan keluarga penulis, yaitu Bapak Ali Ahmad dan Ibu Hamidah serta para saudara saya yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan serta doanya dalam penyelesaian skripsi.
2. Ibu Dr. Laily Dwi Arsyianti, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Khalifah Muhamad Ali, S.Hut., M.Si. selaku dosen *reviewer* seminar proposal dan dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun dan berharga dalam penyelesaian skripsi.
4. Ibu Mutiara Probokawuryan, SE, MMgt(Econ) selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang membangun dan berharga dalam penyelesaian skripsi.
5. Seluruh dosen dan staf Departemen Ilmu Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis.
6. Teman-teman Ekonomi Syariah 58 dan teman-teman terdekat penulis Amberly, Aida, dan Fiona yang selalu kebersamaan penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi.
7. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2026

Adinda Rizqi Syafira



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran	6
2.2 <i>Positioning, Differentiation, dan Branding</i>	7
2.3 <i>Destination Branding</i>	8
2.4 Ekowisata	9
2.5 Ekowisata Syariah	9
2.6 Hutan Wakaf Bogor	10
2.7 Gambaran Umum Analisis SWOT	11
2.8 Penelitian Terdahulu	12
2.9 Kerangka Penelitian	16
III METODE PENELITIAN	17
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	17
3.3 Metode Pengambilan Responden	17
3.4 Metode Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Segmentasi Pasar	24
4.2 Identifikasi Produk Wisata 4A	26
4.3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	32
4.4 Identifikasi <i>Positioning, Differentiation, and Branding</i> HWB	39
4.5 Penentuan Posisi HWB dan Analisis Strategi	42
4.6 Evaluasi Strategi	47
4.7 Tahap Keputusan	51
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Gambaran Analisis SWOT	11
2	Tabel 2 Penelitian Terdahulu	12
3	Tabel 3 Profil Responden Penelitian	17
4	Tabel 4 Model Matriks IFE dan EFE	20
5	Tabel 5 Matriks IE (Internal-Eksternal)	21
6	Tabel 6 Matriks Analisis SWOT	22
7	Tabel 7 Matriks QSPM	23
8	Tabel 8 Matriks Faktor Kekuatan	42
9	Tabel 9 Matriks Faktor Kelemahan	43
10	Tabel 10 Matriks Faktor Peluang	44
11	Tabel 11 Matriks Faktor Ancaman	45
12	Tabel 12 Matriks Evaluasi Strategi SWOT HWB	47
13	Tabel 13 Matriks QSPM HWB	52

DAFTAR GAMBAR

1	Gambar 1 Kerangka Penelitian	16
2	Gambar 2 Formulasi Strategi	19
3	Gambar 3 <i>Masterplan</i> Pembangunan Zona 1 Cibunian HWB	27
4	Gambar 4 <i>Masterplan</i> Pembangunan Zona 2 Cibunian HWB	28
5	Gambar 5 <i>Masterplan</i> Pembangunan Zona 3 Purwabakti HWB	29
6	Gambar 6 Hasil Posisi Strategis Matriks IE	46
7	Gambar 7 Diagram SWOT	46

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Bobot dan Rating Faktor Internal	60
2	Lampiran 2 Bobot dan Rating Faktor Eksternal	61
3	Lampiran 3 Kalkulasi Matriks IFE-EFE dan SWOT	62
4	Lampiran 4 Kalkulasi Matriks QSPM	63
5	Lampiran 5 Kuesioner Analisis SWOT	64
6	Lampiran 6 Kuesioner Analisis QSPM	70



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.