

**PENGEMBANGAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
MERCHANDISE DI JAGAT SATWA NUSANTARA TAMAN
MINI INDONESIA INDAH, JAKARTA TIMUR**

DAANYAH ASLAA FAIHAA



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul **“Pengembangan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan *Merchandise* di Jagat Satwa Nusantara Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta Timur”** 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 laporan akhir ini.

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

Bogor, Juni 2025

Daanyah Aslaa Faihaa
J0302211060

ABSTRAK

Jagat Satwa Nusantara memiliki potensi besar dalam menarik pengunjung dengan melalui berbagai aktivitas edukatif dan rekreatif yang ditawarkan. Salah satu aspek yang turut mendukung pengalaman wisata pengunjung adalah keberadaan *merchandise* yang mencerminkan identitas atau karakteristik dari Jagat Satwa Nusantara. Pengunjung Jagat Satwa Nusantara saat ini masih belum memberikan perhatian yang besar terhadap *merchandise* yang tersedia, sehingga *merchandise* belum berhasil mencapai target yang sudah ditentukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik pengunjung Jagat Satwa Nusantara, menganalisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan *merchandise* Jagat Satwa Nusantara, menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai strategi dalam meningkatkan *volume* penjualan *merchandise* Jagat Satwa Nusantara, serta pengembangan strategi buaran pemasaran *merchandise* di Jagat Satwa Nusantara. Metodologi yang digunakan yaitu observasi langsung, wawancara dan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi *merchandise* Jagat Satwa Nusantara berada pada kuadran 1 yaitu mendukung strategi agresif atau SO (*Strenghts - Opportunities*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Merchandise, dan Strategi

ABSTRACT

Jagat Satwa Nusantara has great potential in attracting visitors through various educational and recreational activities offered. One aspect that supports the visitor experience is the presence of merchandise that reflects the identity or characteristics of Jagat Satwa Nusantara. Currently, visitors to the Jagat Satwa Nusantara have not paid significant attention to the available merchandise, resulting in the merchandise not achieving the predefined targets. This research aims to analyze the characteristics of visitors to the Jagat Satwa Nusantara, analyze the marketing mix strategies applied to the Jagat Satwa Nusantara merchandise, analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats as strategies for increasing merchandise sales volume at the Jagat Satwa Nusantara, as well as develop marketing mix strategies for merchandise at the Jagat Satwa Nusantara. The methodology used includes direct observation, interviews, and survey distribution. The results of this research show that the development of the merchandise strategy for Jagat Satwa Nusantara is in quadrant 1, which supports an aggressive strategy or SO (*Strengths - Opportunities*) by utilizing strengths to seize opportunities.

Keywords: Marketing Mix, Merchandise, and Strategy

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



Judul Laporan Proyek Akhir : Pengembangan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan *Merchandise* di Jagat Satwa Nusantara Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta Timur

Nama
NIM

: Daanyah Aslaa Faihaa
: J0302211060

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :

Dyah Prabandari, SP., M.Si

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., MTHM
NPI 201807198501202001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian:

Rabu, 4 Juni 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Laporan Proyek Akhir ini berhasil diselesaikan. Laporan Proyek akhir ini diberi judul “Pengembangan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan *Merchandise* di Jagat Satwa Nusantara Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta Timur”. Terimakasih penulis ucapkan kepada:

1. Orang tua penulis, yaitu Bapak Urip Rachmat dan Ibu Nurdian yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan pendidikan yang terbaik bagi penulis.
2. Saudara kandung penulis yaitu Aboor Dhiya Ulhaq dan Adeeva Diandra yang selalu mendukung, mendoakan, dan mendampingi penulis.
3. Dosen pembimbing penulis, yaitu Ibu Dyah Prabandari, SP., M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran.
4. Dosen-dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing selama penulis berada di bangku perkuliahan.
5. PT Dyandra Mitra Indah selaku pengelola Jagat Satwa Nusantara yang telah memberi izin penelitian dan *Sales Department* yang telah membantu pengumpulan data selama penelitian.
6. Sahabat-sahabat Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) penulis yaitu, Naila, Putri, Mutiara, Arnold, Reza, dan Nanda yang selalu memberi dukungan kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis di perkuliahan yaitu, Audrey, Rahayu, Faiza, Adel S dan Lailani yang selalu bersama untuk berjuang dan saling menguatkan untuk terus menyelesaikan pendidikan di perkuliahan.
8. Teman Ekowisata 58 yang saling mendukung satu sama lain selama perkuliahan.

Penulis sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan proyek akhir. Laporan proyek akhir ini ditulis berdasarkan data aktual yang diperoleh langsung dari lapang yang berasal dari narasumber berbagai pihak terkait dan studi literatur yang sudah ada. Harapan penulis semoga laporan ini dapat dipahami, memberikan manfaat dan pembelajaran bagi pembaca dalam mengetahui informasi mengenai pengembangan strategi bauran Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan *merchandise* di Jagat Satwa Nusantara.

Bogor, Juni 2025

Daanyah Aslaa Faihaa

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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II METODE	4
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	4
2.2 Jenis Penelitian	4
2.3 Data yang Diperlukan dan Sumbernya	4
2.4 Teknik Pengumpulan Data	4
2.5 Teknik Penentuan Sampel	4
2.6 Teknik Analisis Data	5
2.7 Prosedur Kerja	7
III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	8
3.1 Sejarah	8
3.2 Kegiatan Lembaga	9
3.3 Struktur Organisasi	11
3.4 Fungsi dan Tujuan	12
3.5 Kondisi Fisik	12
3.6 Kondisi Biotik	14
3.7 Kondisi Kepariwisata	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Karakteristik Pengunjung	19
4.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	21
4.3 Faktor Internal dan Eksternal	25
4.4 Pengembangan Strategi Bauran Pemasaran <i>Merchandise</i> di Jagat Satwa Nusantara	28
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	40
RIWAYAT HIDUP	44