

PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA MUSEUM TEKSTIL JAKARTA

Oleh:
Anjelika Pratiwi Simamora
20756060

RINGKASAN

Museum Tekstil Jakarta adalah salah satu daya tarik wisata dengan nilai kebudayaan yang melestarikan peninggalan situs bersejarah sebagai sarana edukasi dan tempat rekreasi berwisata yang ada di Kecamatan Palmerah, Kota Jakarta Barat, Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Berdasarkan jumlah data pengunjung wisata Museum Tekstil Jakarta mengalami ketidakstabilan hingga penurunan kunjungan disetiap tahunnya. Tujuan dari penulisan ini adalah mendeskripsikan strategi bauran pemasaran 7P pada Museum Tekstil Jakarta. Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode pengumpulan data ini diperoleh dari observasi, dokumentasi dan wawancara guna memperkaya informasi terkait materi untuk menjadi hasil tugas akhir berkaitan dengan yang ada di lapangan. Bauran pemasaran di Museum Tekstil Jakarta menggunakan 7P *marketing mix* diantaranya sebagai berikut: *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik). Hasil dari tugas akhir ini menunjukkan bahwa terdapat produk berupa banyaknya kegiatan yang dapat dilakukan pada Museum Tekstil Jakarta, dengan *price* sesuai jenisnya, dan bervariasi, Museum Tekstil Jakarta terletak di daerah strategis dan dekat transportasi umum. Museum Tekstil Jakarta melakukan promosi menggunakan media sosial instagram, youtube, website, dan media brosur yang tidak disebarluaskan. Museum Tekstil Jakarta perlu meningkatkan strategi promosi dan menambah sumber daya manusia di bidang promosi.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran 7P, Produk Wisata, Sumber Daya Manusia