

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Ide awal pembangunan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka berasal dari keinginan Sri Sultan Hamengku Buwono VIII pada tahun 1933 akan sebuah hiburan, yang di kemudian hari dinamakan kebun raya rojo. Ide tersebut direalisasikan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX dengan bantuan Ir. Kristen, seorang arsitek berkebangsaan Belanda. Ir. Kristen kemudian memilih lokasi di sebelah barat sungai Winongo, karena dianggap sebagai tempat paling ideal untuk pembangunan kebun raya rojo tersebut. Namun akibat dampak perang dunia II dan juga pendudukan Jepang, pembangunan kebun raya rojo terhenti.

Pada saat proses pemindahan ibukota Negara dari Yogyakarta kembali ke Jakarta di tahun 1949 setelah selesainya perang dunia II, tercetus lagi sebuah ide untuk memberikan kenang – kenangan kepada masyarakat Yogyakarta berupa tempat hiburan dan pemerintah pusat yang dipelopori oleh Januismadi dan Hadi, SH. Ide tersebut mendapat sambutan hangat dari masyarakat Yogyakarta, akan tetapi realisasi masih belum dirasakan oleh masyarakat. Hingga di tahun 1953, dengan berdirinya yayasan Gembira Loka Yogyakarta (sesuai akta notaris RM. Wiranto No. 11 tanggal 10 September 1953) yang diketuai oleh Sri Paduka KGPAA Paku Alam VIII, maka pembangunan Kebun Rojo yang tertunda baru benar-benar dapat direalisasikan.

Selang beberapa tahun kemudian, tepatnya 1959, KGPAA Paku Alam VIII menunjuk Tirtowinoto untuk melanjutkan pembangunan Gembira Loka. Dipilihnya Tirtowonoto karena yang bersangkutan dinilai memiliki kecintaan terhadap alam dan minat yang besar terhadap perkembangan Gembira Loka. Ternyata sumbangsih Tirtowinoto yang tidak sedikit, baik dalam pemikiran maupun material, terbukti mampu membawa kemajuan yang pesat bagi Gembira Loka. Puncaknya di tahun 1978, ketika koleksi satwa yang dimiliki semakin lengkap, sehingga pengunjung Gembira Loka semakin meningkat.

3.1.2 Yayasan Gembira Loka Zoo

Maksud dan tujuan YGL, seperti tertuang dalam akta pendirian, mengadakan kebun binatang dan tempat hiburan yang sehat bagi masyarakat, sekaligus bermanfaat untuk memberikan pengetahuan dan pendidikan. GIZoo sendiri mempunyai visi melestarikan tumbuh-tumbuhan dan satwa sesuai habitatnya, sehingga bermanfaat bagi alam dan kehidupan manusia. Sedangkan misinya, mengembangkan dan melestarikan tumbuhan, mensejahterakan satwa dengan memelihara atau merawat sesuai habitatnya, menangkarkan satwa dengan menjaga kemurnian genetik. Selain itu, juga pusat penelitian satwa, memberikan informasi dan sarana pendidikan tentang satwa serta penyadaran untuk mencintai dan melesterikannya. Dengan misi tersebut, diharapkan GLZoo tak hanya menjadi tempat rekreasi berwawasan lingkungan yang kreatif, menarik dan edukatif. Akan tetapi juga sebagai paru-paru kota dan sebagai cadangan air resapan di kota Yogyakarta. Perlu diketahui, pengurus YGL saat ini hakekatnya merupakan

generasi kedua dari pendiri KRKB Gembira Loka, yaitu mendiang Ngarsa Dalam Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paduka KGPAA Paku Alam VIII, dibantu almarhum Tirtowinoto yang memiliki andil besar dalam mengembangkan Gembira Loka, tak hanya berupa pemikiran, tetapi juga finansial maupun material demi kemajuan KRKB Gembira Loka.

3.1.3 Visi dan Misi

Visi : Melestarikan tumbuh-tumbuhan dan satwa sesuai dengan alam habitatnya, sehingga bisa bermanfaat bagi alam dan kehidupan manusia.

Misi :

1. Tempat pengembangan dan pelestarian jenis-jenis tumbuhan.
2. Sebagai paru-paru kota dan cadangan air resapan di kota Yogyakarta.
3. Sebagai lembaga konservasi yang mampu mensejahterakan satwa dengan memelihara dan merawat satwa sesuai habitatnya.
4. Mengembangbiakan tumbuhan dan menangkarkan satwa dengan menjaga kemurnian genetic dan keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa.
5. Pusat penelitian satwa yang mampu memberikan informasi mengenai jenis satwa, habitat, pakan, cara reproduksi dan perawatan satwa guna menunjang pelestarian satwa.
6. Sebagai sarana pendidikan yang mampu memberikan informasi tentang satwa sehingga menambah pengetahuan akan manfaat pelestarian satwa di lembaga konservasi.

7. Untuk penyadaran kepada masyarakat untuk mencintai dan melestarikan jenis tumbuhan dan satwa dari berbagai bahaya kepunahan.
8. Tempat rekreasi berwawasan lingkungan agar lebih dirasakan anfaat atas keseimbangan dan kemanfaatan ekosistem yang ada.
9. Mengembangkan tempat rekreasi yang kreatif, menarik dan edukatif.
10. Melakukan promosi untuk memperkenalkan, meningkatkan dan menjaga kunjungan.

3.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan. Struktur organisasi digunakan untuk mengetahui hubungan, tugas dan wewenang seseorang dalam menjalankan tugasnya. Demikian juga pada Gembira Loka Zoo, berikut struktur organisasi yang ada di Gembira Loka Zoo dapat dilihat di lampiran 1, dan struktur organisasi khusus jasa usaha dapat dilihat pada lampiran 2.

3.1.5 Tugas dan Wewenang

Tugas dan wewenang pada struktur organisasi khusus jasa dan usaha dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kepala Unit Gerai Merchandise
 - a. Tugas

- a.) Membuat formulir permintaan pembelian dan menyerahkannya ke bagian pengadaan
- b.) Mencari ide-ide baru untuk barang Gerai, penataan ruangan Gerai dan cara mendisplay barang
- c.) Mencari supplier untuk tambahan informasi barang baru
- d.) Melihat kualitas dan bentuk barang
- e.) Membuat mutasi stok yang akan dikirim ke masing-masing gerai
- f.) Mengecek data stok barang di gudang gerai dan gerai untuk menyesuaikan barang yang ada
- g.) Menginput data barang masuk
- h.) Merekap pendapatan dan hasil laba rugi
- i.) Merekap data piutang untuk dilunasi
- j.) Membuat laporan stok yang terjual
- k.) Manerima laporan hasil penjualan dan melaporkan di keuangan
- l.) Menggantikan tugas kasir jika mendadak tidak masuk
- m.) Membuat dan mengecek label harga
- n.) Menyiapkan souvenir untuk tamu

b. Wewenang

- a.) Mengkoordinasi semua tugas Gerai Merchandise
- b.) Mengawasi kerja kasir gerai

- c.) Menerima komplain dan menyelesaikan komplain pengunjung

2. Kepala Unit Gudang

a. Tugas

- a.) Membersihkan, merapikan dan merawat seluruh barang dan ruangan gudang pengadaan
- b.) Memantau stok barang gudang
- c.) Menerima dan mencocokkan jumlah barang datang sesuai order pembelian barang dan surat jalan
- d.) Memeriksa dan memilah kualitas barang datang
- e.) Memeriksa kode, label dan harga barang di gudang
- f.) Melakukan pengelompokan dan penempatan barang ke rak yang telah disediakan
- g.) Memeriksa dan mencocokkan laporan data order ulang barang dari admin
- h.) Mengevaluasi barang rusak atau cacat yang tidak bisa diperbaiki

b. Wewenang

- a.) Menolak penerimaan barang yang tidak sesuai dengan standar operasional prosedur maupun order pembelian
- b.) Mengembalikan barang rusak ke vendor karena tidak jual
- c.) Mengarahkan dan membina seluruh staf gudang pengadaan apabila mendapati kendala pekerjaan

- d.) Melaporkan ke Plt. Bagian pengadaan untuk pembelian barang atau order ulang barang secara darurat

3. Staff gudang

a. Tugas

Membantu kepala unit gudang dari proses penerimaan barang masuk hingga distribusi barang ke pemohon dan bertanggung jawab untuk stok aksesoris gerai.

b. Wewenang

- a.) Memeriksa data pada sistem stok barang
- b.) Memeriksa persediaan barang di departemen lain

4. Staff (kasir)

a. Tugas

Bertanggung jawab melayani pengunjung yang berbelanja di gerai dan menjaga agar gerai tetap rapi dan bersih

b. Wewenang

- a.) Memeriksa data pada sistem stok barang
- b.) Memesan barang ke bagian gudang apabila stock gerai habis

5. Casual

Membantu staff gudang maupun staff (kasir) dalam menjalankan tugas-tugasnya.

3.1.6 Logo Perusahaan

Gembira Loka Zoo memiliki logo sebagai lambang dari perusahaan tersebut. Berikut logo dari Gembira Loka Zoo:



Sumber: file GLZoo

Gambar 3.1 logo GLZoo



Sumber: File GLZoo

Gambar 3.2 Logo Gembira Loka Zoo



Sumber: file Gembira Loka Zoo

Gambar 3.3 Logo Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka

Selain logo Gembira Loka Zoo, Gerai souvenir juga mempunyai logo tersendiri, berikut logo dari GL Zoouvenir:



Sumber : file Zoovenir Gembira Loka

Gambar 3.4 Logo Zoovenir Gembira Loka

3.2 Data Khusus

3.2.1 Strategi Marketing Mix (4P)

Strategi marketing mix adalah cara menerapkan strategi dalam bauran pemasaran untuk mencapai hasil yang maksimal dan mendapatkan profit yang baik. Seperti pada GL Zoovenir yang selalu berusaha menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang pas, saluran distribusi atau tempat yang strategis dan melakukan promosi. Berikut strategi marketing mix yang diterapkan di GL Zoovenir atau Zoovenir Gembira Loka:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah salah satu hal penting dalam sebuah perusahaan. Di GL Zoovenir juga menawarkan beberapa produk dengan brand Gembira Loka, ada sekita 18 kategori dan lebih dari 200 produk dengan berbagai macam bentuk, ukuran, gambar dan warna. Berikut strategi produk yang ada di GL Zoovenir :

- a. Strategi bauran produk (*produk line* dan *produk item*), GL Zoovenir mengelompokan produknya sesuai dengan kategori dan kegunaannya. Penamaannya pun sesuai dengan gambar dan warna yang terdapat pada produk tersebut, dan hampir semua produk beragambar hewan seperti kaos, totebag, stiker, gantungan kunci.
- b. Merek dagang (*brand*), tidak ada ciri khusus untuk produk yang dijual di GL Zoovenir hanya saja setiap produk memiliki label GLZ / GLZoo / Gembira Loka Zoo

c. Strategi produk kemasan (*packaging*), produk yang telah dibeli akan dibungkus dengan menggunakan paper bag yang bertuliskan Gembira Loka.

d. Strategi produk pelayanan (*service*), Staff GL Zoovenir harus mampu melayani dengan baik dan memberikan saran atau pendapat saat pengunjung bingung untuk memilih produk. Table produk GL Zoovenir dapat dilihat pada Lampiran 3.

GL Zoovenir selalu ingin memberikan kualitas produk yang terbaik bagi pengunjungnya, sehingga GL Zoovenir tidak asal memilih vendor atau supplier. Seperti kaos harus mempunyai bahan yang tebal tidak terawang dan tidak panas tetapi tetap nyaman dipakai, jahitan pada boneka juga harus kuat dan rapi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa GL Zoovenir menggunakan strategi bauran produk yakni *produk line* dan *produk item* karena mereka mengelompokan produknya. Strategi merek dengan dengan memberi merek GLZ / GLZoo / Gembira Loka Zoo diproduksi yang mereka jual. Kemudian dikemas dengan baik dan memberikan pelayanan yang baik pula.

2. *Price* (Harga)

Harga merupakan unsur dalam pemasaran yang kritis, tetapi dengan adanya harga maka terjadi transaksi yang dianggap sebagai pertukaran uang dengan produk, dan uang tersebut adalah harga dari suatu produk. Strategi harga yang digunakan di GL Zoovenir:

- a. Penentuan pada produk baru, GL Zoovenir menggunakan strategi *penetration price*, yakni menetapkan harga sedikit lebih rendah untuk barang baru dan akan menaikkan harganya seiring berjalannya waktu.
- b. Untuk mempengaruhi psikologis konsumen GL Zoovenir menetapkan harga tinggi agar konsumen berpikir bahwa produk tersebut kualitasnya bagus.
- c. Untuk penentuan harga kompetitif, GL Zoovenir tentu saja menggunakan harga relatif walaupun GL Zoouvenir terkadang memberikan harga sedikit lebih tinggi tetapi harga tersebut masih sesuai dengan harga pasar, yakni harga yang ada diwilayah objek wisata.
- d. GL Zoovenir juga memberikan harga khusus dengan potongan harga atau diskon sebesar 10% kepada karyawan Gembira Loka atau pada saat tertentu seperti pameran. Tabel harga untuk produk yang diperjual belikan di GL Zoovenir juga dapat dilihat pada

Lampiran 3

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa GL Zoouvenir dalam strategi menetapkan harga tentu saja akan memberikan harga yang relatif sesuai dengan pasar, selain itu menggunakan strategi *penetration price*/harga penetrasi untuk barang baru, harga prestis untuk mempengaruhi psikologi konsumen, memberikan diskon untuk umum saat pameran.

3. *Place* (Tempat / Saluran Distribusi)

Tempat atau saluran distribusi adalah unsur terpenting dalam *marketing mix* karena dengan tempat atau lokasi yang strategis dapat meningkatkan penjualan. Gembira Loka Zoo terletak di kota Jogja tepatnya di jalan Kebun Raya No.2 Rejowinangun Kotagede, dengan luas 20 hektar terdapat dua pintu masuk yakni pintu masuk sebelah timur tepat di jalan Kebun Raya dan pintu masuk sebelah barat di jalan Veteran. Sedangkan gerai Zoovenir terletak di beberapa tempat di lingkungan Gembira Loka Zoo termasuk pintu keluar, denah atau peta Gembira Loka Zoo dapat dilihat dalam Lampira 4.

Terdapat 5 gerai Zoovenir yang ada di lingkungan Gembira Loka Zoo dan hanya 4 yang beroperasi dan sisanya masih dalam perbaikan. Ciri khas dari setiap gerai adalah warna coklat yang mendominasi dan setiap gerai terdapat logo zoovenir gembira loka dengan burung rangkong. Selain itu dua diantara lima gerai tersebut tempat *display* atau peletakan barangnya berbentuk seperti kereta kencana.

Untuk mendirikan gerai tentu saja GL Zoovenir akan memilih tempat yang cukup strategis agar mudah dijangkau oleh pengunjung seperti:

- a. Gerai taman burung, pengunjung pasti banyak yang ingin melihat penguin jadi setelah melihat penguin pengunjung dapat singgah di gerai untuk membeli boneka penguin atau *merchandise* lain.



Sumber : *file* Zoovenir Gembira Loka

Gambar 3.5 Gerai Taman Burung

- b. Gerai halte 4, gerai yang berada ditengah keramaian karena letaknya yang berdekatan dengan mushola, toilet dan gajah resto membuat daerah tersebut cukup ramai oleh pengunjung yang sedang beristirahat. Gerai ini adalah gerai yang paling besar dan lengkap dibanding gerai lain.



Sumber : *file* Zoovenir GembiraLoka

Gambar 3.6 Gerai Halte 4

- c. Gerai halte 6, gerai yang letaknya dibagian selatan dekat dengan kandang kuda nil, kandang terakhir yang dapat dilihat sebelum pengunjung mengakhiri kunjungannya (bagi pengunjung yang melewati pintu timur), selain itu halte 6 adalah pemberhentian terakhir taring (kereta mini). Jadi diharapkan pengunjung akan melihat-lihat dan membeli souvenir setelah puas berkeliling Gembira Loka sebelum melanjutkan perjalanan keluar dari kawasan Gembira Loka Zoo.



Sumber: file Zoovenir Gembira Loka

Gambar 3.7 Gerai Halte 6

- d. Gerai Pintu barat, gerai yang berada di depan loket pintu barat dan dekat dengan tempat parkir, sehingga banyak pengunjung yang keluar menuju tempat parkir dan melihat-lihat souvenir.



Sumber: *file Zoovenir Gembira Loka*

Gambar 3.8 Pintu Barat

- e. Gerai pintu timur, gerai yang berada tepat disamping pintu keluar (pintu timur), tetapi gerai pintu timur masih dalam perbaikan sehingga belum dapat digunakan.



Sumber: *file Zoovenir Gembira Loka*

Gambar 3.9 Gerai Pintu Timur dalam Perbaikan

Selain gerai, GL Zoovenir juga memiliki gudang yakni gudang baju dan gudang boneka. GL Zoovenir menggunakan *Viar* untuk moda transportasi mengantarkan barang atau produk dari gudang menuju gerai. Gerai Zoovenir sendiri adalah distributor eksklusif karena hanya GL Zoovenir saja yang menawarkan produk dengan brand Gembira Loka Zoo.

4. *Promotion* (Promosi)

Salah satu unsur terpenting dalam pemasaran adalah promosi sebagai sarana untuk memberikan informasi dan komunikasi perusahaan dengan pembeli. GL Zoovenir sendiri tidak mempunyai promosi khusus, GL Zoovenir akan diikuti sertakan dalam promosi Gembira loka Zoo. Ada beberapa promosi yang dilakukan seperti :

- a. Promosi dengan menggunakan *media social* yaitu via *instagram*, *facebook* dan *twitter* resmi dari Gembira Loka Zoo karena GL Zoovenir tidak mempunyai *media sosial* sendiri. Dalam seminggu sekali admin media sosial Gembira Loka Zoo akan memposting dan mempromosikan GL Zoovenir di akun *instagram*, *facebook* dan *twitter*.



Sumber: *Instagram* glzoojogja

Gambar 3.10 Promosi Instagram glzoojogja



Sumber: *Facebook* Gembira Loka Zoo

Gambar 3.11 Promosi Facebook Gembira Loka Zoo



Sumber : *Twitter* GLZoojogja 2019

Gambar 3.12 Promosi Twitter Gembira Loka Zoo

- b. Mengikuti sebuah pameran dan memberikan discount sebesar 10%.

Saat Gembira Loka Zoo mengikuti pameran selain diisi dengan informasi mengenai Gembira Loka Zoo, GL Zoovenir juga ikut mengisi *stand* atau *booth* dengan berbagai produk yang ada di gerai souvenir seperti boneka dan kaos serta memberikan diskon atau

potongan harga sebesar 10% kepada pengunjung yang akan membeli souvenir gembira loka pada saat pameran.



Sumber: *instagram* GLZoojojja

Gambar 3.13 Stand Pameran JEC

- c. Memberikan hadiah saat ada *event-event* tertentu. Gembira Loka Zoo akan membagikan souvenir gratis pada hari tertentu atau saat event tertentu seperti saat memperingati hari anak nasional, dengan mengadakan *photo contest* dan pemenang yang terpilih akan mendapatkan souvenir gratis dari GL Zoovenir.



Sumber: file Gembira Loka Zoo

Gambar 3.14 Event Hari Anak Nasional

3.2.2 Kendala Yang Dihadapi

1. *Product* (Produk)

Pada unsur produk GL Zoovenir menemukan beberapa kendala seperti sulitnya mendapat supplier atau vendor yang sesuai dengan keinginan pihak GL Zoovenir mulai dari kualitas bahan, harga dan desain.

Produk yang telah dikirim pun terkadang mengalami kerusakan / cacat yang mengharuskan untuk reject, terkadang supplier terlambat mengirim barang dari jadwal yang sudah ada, hal ini mengakibatkan

GL Zoovenir lebih selektif untuk melakukan PO kembali. Karena terlalu banyak varian produk sehingga supplier yang bekerja sama pun semakin banyak. Karena banyaknya variasi produk pengunjung pun menjadi kebingungan untuk memilih.

2. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga GL Zoovenir mendapat kendala yaitu munculnya keluhan dari pengunjung mengenai harga yang terlalu

mahal, tak jarang pengunjung yang menawar untuk mendapatkan harga murah tetapi GL Zoovenir menetapkan harga pas sehingga tidak dapat ditawar. Hal tersebut dikata wajar karena GL Zoovenir adalah toko souvenir yang berada di tempat objek wisata dengan brand Gembira Loka yang hanya ada satu-satunya.

3. *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

Kendala yang ditemukan dalam elemen *place* (tempat/saluran distribusi) yaitu ukuran / luas setiap gerai yang berbeda sehingga produk yang dipajang dan dipamerkan tidak lengkap atau setiap gerai berbeda. Hal ini membuat pengunjung yang mencari barang yang diinginkan terhambat dan harus mengunjungi setiap gerai yang ada sedangkan letak gerai satu ke gerai selanjutnya tidak dekat.

4. *Promotion* (Promosi)

Kendala yang dihadapi GL Zoovenir dalam elemen promosi yaitu promosi yang tidak berjalan sesuai dengan rencana karena GL Zoovenir pernah mempunyai akun *instagram* sendiri dan bukalapak yang diharapkan bisa meningkatkan penjualan, tetapi tidak berjalan sesuai rencana dan tidak bertahan lama karena tidak adanya admin untuk mengurusnya, sehingga kini promosi GL Zoovenir ikut dalam akun resmi Gembira Loka Zoo.