

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL
PRODUK TOUR DI GAIDO TRAVEL & TOURS**



Disusun Oleh:

Rian Aulia Hidayat

1409520028

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Universitas Negeri Jakarta

Tahun 2024

**STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL
PRODUK TOUR DI GAIDO TRAVEL & TOURS**



Disusun Oleh:
Rian Aulia Hidayat
1409520028

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar
Sarjana Terapan Pariwisata

**Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Universitas Negeri Jakarta
Tahun 2024**

ABSTRAK

Hidayat, Rian Aulia. 2024. **Strategi Penetapan Harga Jual Produk Tour di Gaido Travel & Tours**. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Jakarta. Pembimbing: Jenal Abidin, S.Pd., M.M.Par & Heryanti Utami, S.ST., M.M.Par

Gaido Travel & Tours adalah agen perjalanan yang menyediakan paket tour haji dan umrah dengan berbagai fasilitas dan layanan unggulan. Sebagai penyedia layanan wisata religi, mereka harus bersaing dengan banyak agen perjalanan lainnya. Oleh karena itu, penetapan harga yang efektif menjadi kunci untuk tetap kompetitif di pasar. Dalam hal ini, mereka memilih strategi prestise sebagai pendekatan utama dalam menetapkan harga produk. Strategi prestise melibatkan penetapan harga tinggi untuk produk atau layanan yang dianggap memiliki kualitas tinggi atau eksklusif, sehingga menciptakan citra premium di mata konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi penetapan harga di Gaido Travel & Tours. Data dikumpulkan melalui wawancara personal dengan staf perusahaan yang memiliki pengetahuan langsung tentang kebijakan dan praktik penetapan harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi prestise yang diterapkan oleh Gaido Travel & Tours berhasil mempertahankan stabilitas penjualan produk haji dan umrah. Meskipun harga yang ditetapkan lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing, pelanggan tetap memilih Gaido Travel & Tours karena mereka mengaitkan harga tinggi dengan kualitas layanan yang superior dan fasilitas yang lebih baik. Strategi ini juga efektif dalam menarik segmen pasar tertentu yang menginginkan pengalaman haji dan umrah yang lebih nyaman dan eksklusif.

Dalam analisisnya, penelitian ini menemukan bahwa strategi prestise tidak hanya membantu mempertahankan stabilitas penjualan, tetapi juga meningkatkan citra merek Gaido Travel & Tours. Pelanggan yang memilih layanan mereka merasa mendapatkan nilai lebih, yang menghasilkan loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Penetapan harga tinggi juga menciptakan persepsi eksklusivitas, memperkuat posisi Gaido Travel & Tours di pasar yang kompetitif. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data, strategi prestise terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan stabilitas penjualan pada bulan-bulan tertentu. Rasa gengsi yang muncul akibat membeli produk tour dengan harga tinggi menunjukkan bahwa Gaido Travel & Tours berhasil membangun citra sebagai penyedia layanan tour yang istimewa dan unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Kata Kunci: Strategi, Harga, Prestige

ABSTRACT

Hidayat, Rian Aulia. 2024. *Sales Pricing Strategy for Tour Products at Gaido Travel & Tours*. Travel Business Study Program. Faculty of Social Sciences. State University of Jakarta. Advisor: Jenal Abidin, S.Pd., M.M.Par & Heryanti Utami, S.ST., M.M.Par

Gaido Travel & Tours is a travel agency that provides Hajj and Umrah tour packages with various facilities and excellent services. As a religious tourism service provider, they have to compete with many other travel agencies. Therefore, effective pricing is key to staying competitive in the market. In this case, they chose the prestige strategy as the main approach in pricing the product. Prestige strategy involves setting high prices for products or services that are considered to be of high quality or exclusive, thus creating a premium image in the eyes of consumers.

This research uses qualitative methods to gain an in-depth understanding of the pricing strategy at Gaido Travel & Tours. Data was collected through personal interviews with company staff who have direct knowledge of pricing policies and practices. The results showed that the prestige strategy implemented by Gaido Travel & Tours successfully maintained the stability of sales of Hajj and Umrah products. Although the prices set are higher compared to competitors, customers still choose Gaido Travel & Tours because they associate high prices with superior service quality and better facilities. This strategy is also effective in attracting certain market segments who want a more comfortable and exclusive Hajj and Umrah experience.

In its analysis, the study found that the prestige strategy not only helped maintain sales stability, but also improved Gaido Travel & Tours' brand image. Customers who choose their services feel they are getting more value, which results in loyalty and word-of-mouth recommendations. High pricing also creates a perception of exclusivity, strengthening Gaido Travel & Tours' position in a competitive market. Based on the results of interviews and data analysis, the prestige strategy proved effective in increasing sales volume and maintaining sales stability in certain months. The sense of prestige that arises from buying tour products at high prices shows that Gaido Travel & Tours has succeeded in building an image as a tour service provider that is special and superior compared to other competitors.

Keywords: Strategy, Price, Prestige




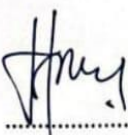
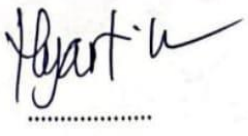
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Lala Siti Sahara, S.Pd., M.Si</u> NIP. 197812152023212009		17/2024 Juli
2.	Sekretaris Sidang <u>Rinie Octaviany Hasan, M.Si., M.M.Par.</u> NIP. 199010292022032003		15/2024 Juli
3.	Penguji Ahli I <u>Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc.</u> NIP. 199008092018032002		17/2024 Juli
4.	Pembimbing I <u>Jenal Abidin, S.Pd., M.M.Par</u> NIP. 198110012024211001		17/2024 Juli
5.	Pembimbing II <u>Heryanti Utami, S.ST., M.M.Par</u> NIP. 197609102006042002		18/2024 Juli

Pernyataan Orisinalitas

Pernyataan Orisinalitas

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rian Aulia Hidayat
NIM : 1409520028
Program Studi : D4 – Usaha Perjalanan Wisata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Penetapan Harga Jual Produk Tour di Gaido Travel & Tours” adalah benar-benar karya asli saya, terkecuali kutipan – kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila ada kesalahan atau kekeliruan dalam skripsi ini maka sepenuhnya merupakan tanggung jawab saya sebagai penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Jakarta, 04 Juni 2024
Penulis

Rian Aulia Hidayat

Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rian Aulia Hidayat
NIM : 1409520028
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Alamat email : rianauliahidayat@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Penetapan Harga Jual Produk Tour di Gaido Travel & Tours

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juni 2024

Penulis


METRAL
TEMPEL
6AALX267250206
(Rian Aulia Hidayat)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk-Nya, yang telah melimpahkan kelancaran bagi kami dalam menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Penetapan Harga Jual Produk Tour di Gaido Travel & Tours”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 Program Studi Usaha Jasa Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, skripsi ini juga dibuat sebagai salah satu wujud implementasi dari ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan. Dengan kerendahan hati, kami sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kami berharap untuk terus belajar dan meningkatkan implementasi ilmu yang kami peroleh selama masa perkuliahan. Dalam proses pembuatan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, dan petunjuk-Nya yang telah melimpahkan kelancaran bagi kami dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
3. Bapak Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Rahmat Darmawan, S.Pd., MM.Par., Koordinator Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, atas arahan dan bimbingan.

5. Bapak Jenal Abidin, M.M.Par., dan Ibu Heryanti Utami, SST.Par., MM.Par., sebagai dosen pembimbing utama dan pendamping, atas bimbingan, dukungan, dan motivasi mereka.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, atas ilmu dan pengajaran yang mereka berikan selama perkuliahan.
7. Orangtua, adik, dan anggota keluarga kami yang tercinta, atas doa, dukungan, dan motivasi mereka.
8. Nathan Rio Ferdinan, Nayaka Ratna Dewi, Salsabila Najwa, atas saran, motivasi, dan semangat yang mereka berikan.
9. Teman-teman dan sahabat seperjuangan kami, atas motivasi dan saran yang mereka berikan.
10. Narasumber, atas kesediaan mereka membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
11. Team Gaido Travel & Tours, atas ketersediaannya dalam kelancaran pengumpulan data skripsi ini.
12. Semua pihak lain yang turut membantu dan berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini.

Kami berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami pribadi dan juga bagi para pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan petunjuk-Nya kepada kita semua. Aamiin. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 24 Juni 2024

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
Pernyataan Orisinalitas	vi
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4 MANFAAT PENELITIAN	7
1.4.1 Manfaat bagi peneliti	8
1.4.2 Manfaat bagi Perusahaan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 KAJIAN TEORI	9
2.2.1 Biro Perjalanan Wisata (BPW)	9
2.2.2 Definisi Pemasaran	10
2.2.3 Definisi Produk	14
2.2.4 Definisi Harga	18
2.2.5 Definisi Perilaku Konsumen	29
2.2 HASIL PENELITIAN TERDAHULU	31
2.2 KERANGKA BERPIKIR	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN	39
3.2 OBJEK PENELITIAN	40

3.3 SUMBER DATA	41
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	41
3.4.1 Observasi.....	42
3.4.2 Wawancara	43
3.4.3 Dokumentasi	44
3.4.4 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 PROFIL GAIDO TRAVEL & TOURS	48
4.2 HASIL PENELITIAN	49
4.2.1 Strategi Penetapan Harga Jual Produk Tour Yang Telah Diberlakukan Oleh Gaido Travel & Tours	49
4.2.2 Analisis Pasar dan Target Konsumen.....	53
4.2.3 Penilaian Merek dan Produk	54
4.2.4 Estimasi dan Analisis Biaya Produk Tour	55
4.2.5 Strategi Penetapan Harga Prestige Pricing di Gaido Travel & Tours 58	58
4.2.6 Evaluasi Produk Tour	58
4.3 TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.3.1 PEMBAHASAN	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 KESIMPULAN	65
5.2 SARAN	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Umrah Gaido Travel & Tours pada tahun 2023	6
Tabel 2 Data Penjualan Haji Gaido Travel & Tours pada tahun 2023	6
Tabel 3 Wawancara	44
Tabel 4 Temuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5 Volume Penjualan setelah mempertahankan Prestige Pricing Strategic tahun 2024.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3. 1 Produk Gaido Travel & Tours.....	45
Gambar 3. 2 Produk Labaika Travel & Tours	46
Gambar 4. 1 Komponen-komponen Produk.....	56
Gambar 4. 2 Testimoni jamaah Gaido Travel & Tours.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Observasi Gaido Travel & Tours.....	71
Lampiran 2 Surat Observasi Skripsi Labaika Tour & Travel.....	71
Lampiran 3 Data Penjualan Umroh dan Haji Gaido Travel & Tours pada tahun 2023.....	72
Lampiran 4 Data Penjualan Umrah dan Haji Gaido Travel & Tours pada tahun 2024.....	72
Lampiran 5 Produk Gaido Travel & Tours.....	73
Lampiran 6 Produk Labaika Tour & Travel.....	74
Lampiran 7 Dokumentasi wawancara peneliti.....	75
Lampiran 8 Wawancara peneliti dengan Staff/karyawan Gaido yaitu Aidil Fidriansyah (Divisi Marketing).....	76
Lampiran 9 Wawancara peneliti dengan Staff/karyawan Gaido yaitu Sulistian Mindri (Finance).....	84
Lampiran 10 Wawancara peneliti dengan Staff/karyawan Labaika Tour & Travel yaitu Diane Putri (Marketing).....	85

