

**STRATEGI *PRICING* TRAVEL PRODUK UNGGULAN  
AMARANGGANA WISATA UNTUK PASAR  
*CORPORATE* DI JAKARTA**



Disusun Oleh

Linda Larasati

NIM 1409520024

Non-Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

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

## ABSTRAK

Rencana bisnis ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pricing yang efektif untuk produk travel unggulan Amaranggana Wisata, terutama untuk pasar corporate di Jakarta. Berlokasi di Jalan Siaga Baru No.8 blok C, Pejaten Barat, Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Amaranggana Wisata dikenal sebagai penyedia layanan travel berkualitas tinggi. Strategi pricing ini difokuskan pada penawaran harga kompetitif yang menarik bagi segmen pasar corporate, yang mencari layanan travel yang fleksibel dan berkualitas tinggi. Analisis kompetitif menunjukkan bahwa Amaranggana Wisata unggul dalam menyediakan paket wisata dengan harga yang terjangkau, serta memiliki kemampuan untuk menyusun paket yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dari proyeksi keuangan, diperkirakan akan terjadi peningkatan pendapatan dan profitabilitas yang signifikan dengan menerapkan strategi pricing yang direncanakan ini. Kesimpulannya, strategi pricing yang disusun diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar corporate di Jakarta, serta memperkuat posisi Amaranggana Wisata sebagai pemimpin dalam industri travel.

**Kata kunci:** strategi *pricing*, *travel corporate*, Amaranggana Wisata, pasar Jakarta.

## **ABSTRACT**

*This business plan aims to develop an effective pricing strategy for the flagship travel products of Amarangana Wisata, particularly targeting the corporate market in Jakarta. Located at Jalan Siaga Baru No.8 block C, Pejaten Barat, Pasar Minggu, South Jakarta, Amarangana Wisata is renowned for providing high-quality travel services. The pricing strategy focuses on offering competitive prices that appeal to the corporate segment, which seeks flexible and high-quality travel services. Competitive analysis indicates that Amarangana Wisata excels in offering affordable travel packages and has the capability to tailor packages according to customer needs.*

*Financial projections suggest a significant increase in revenue and profitability with the implementation of this planned pricing strategy. In conclusion, it is expected that the formulated pricing strategy will enhance market penetration in the corporate sector in Jakarta and strengthen Amarangana Wisata's position as a leader in the travel industry.*

**Keywords:** *pricing strategy, corporate travel, Amarangana Wisata, Jakarta market.*

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR**

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	<b>Ketua Sidang</b> <u>Jenal Abidin, S.Pd., M.M.Par</u> NIP. 198110012024211001		19/7 2024
2.	<b>Sekretaris Sidang</b> <u>Rezka Fedrina, S.ST., M.M.Par</u> NIP. 197602082008122001		19/7 2024
3.	<b>Penguji Ahli I</b> <u>Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par.</u> NIP.197912082015041001		19/7 2024
4.	<b>Pembimbing I</b> <u>Yosi Erfinda, S.ST., M.Par</u> NIP.199106292022032009		19/7 2024
5.	<b>Pembimbing II</b> <u>Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc.</u> NIP. 199008092018032002		19 Juli 2024

**CATATAN:**

Diajukan setelah ujian skripsi dan disetujui oleh para penguji

## SSURATPERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Linda Larasati

Syafa Rachma Puteri

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 15 Juli 2002

Jakarta, 05 Desember 2002

Institusi yang diwakili : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa artikel/tulisan karya saya dengan judul di bawah ini:

“Strategi *pricing* Amarangana Wisata untuk Produk Baru di Pasar Kompetitif”

adalah BELUM pernah dipublikasikan di media atau penerbitan manapun sebelumnya serta tidak mengandung unsur plagiat di dalamnya.

Jika di kemudian hari ditemukan ketidakbenaran informasi, maka saya bersedia menerima sanksi dan tuntutan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan

Jakarta, 04 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Linda Larasati)



(Syafa Rachma Puteri)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Linda Larasati  
NIM : 1409520024  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Usaha Perjalanan Wisata  
Alamat email : larasatilinda586@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 (*Business Plan*)

yang berjudul :

STRATEGI *PRICING* TRAVEL PRODUK UNGGULAN AMARANGGANA WISATA  
UNTUK PASAR *CORPORATE* DI JAKARTA

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, 22 Juli 2024



(  
*Linda Larasati*  
)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“It’s fine to fake it until you make it, until you do, until it true”*

– Taylor Swift –

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa terima kasih kepada semua individu yang telah memberikan dukungan dan bantuan sepanjang perjalanan perkuliahan hingga sidang skripsi ini berhasil dilaksanakan.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Non-Skripsi yang berjudul “Strategi *pricing* Travel Produk Unggulan Amaranggana Wisata untuk Pasar Corporate di Jakarta” tepat pada waktunya. Non-Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing kami, Yosi Erfinda, S.ST., M.Par. yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada semua dosen pengajar di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada kami selama masa perkuliahan.

Penulis sadar bahwa laporan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Tidak lupa juga penulis sangat berterimakasih atas segala masukan, bimbingan dan juga arahan dari banyak pihak yang ikut terlibat dalam penulisan laporan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar - besarnya kepada:

1. Firdaus Wajdi, Ph. D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Rahmat Darmawan, S.Pd.,M.M. Par, Selaku Koordinator Program Studi Diploma IV Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
3. Yosi Erfinda, S.ST., M.Par., Selaku dosen pembimbing penulisan Skripsi yang telah meluangkan banyak waktu dan perhatiannya kepada penulis untuk membimbing dan memberikan saran beserta kritik sehingga Laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.



4. Revi Agustin Asyianita, S.Hut, M.Sc., Selaku dosen pembimbing 2 penulisan skripsi yang meluangkan waktu berharganya untuk penulis.
5. Bapak / Ibu dosen Usaha Perjalanan Wisata yang saya hormati, atas segala limpahan ilmu yang diberikan kepada penulis.
6. Bapak Guruh Heriansyah selaku Pencetus terbentuknya Amaranggana Wisata yang sudah memberikan amanah untuk mejalankan Badan Perjalanan Wisata ini kepada penulis.
7. Nazwa Anastasya Mauliana, Alyzahra Aulia Rusz selaku bagian pendiri Amaranggana Wisata.
8. Ryan Aries Mustapa yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi tepat waktu.
9. Sarah Kamila Salam sebagai salah satu teman penulis yang membantu riset penelitian Skripsi ini.
10. Pitin, elpa, jonih, icah, rere, imam, bagol, ara selaku teman-teman seperjuangan penulis yang menemani penulis dalam pembuatan skrpsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa disebut satu – persatu yang juga telah mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

Jakarta, 7 Maret 2024

## DAFTAR ISI

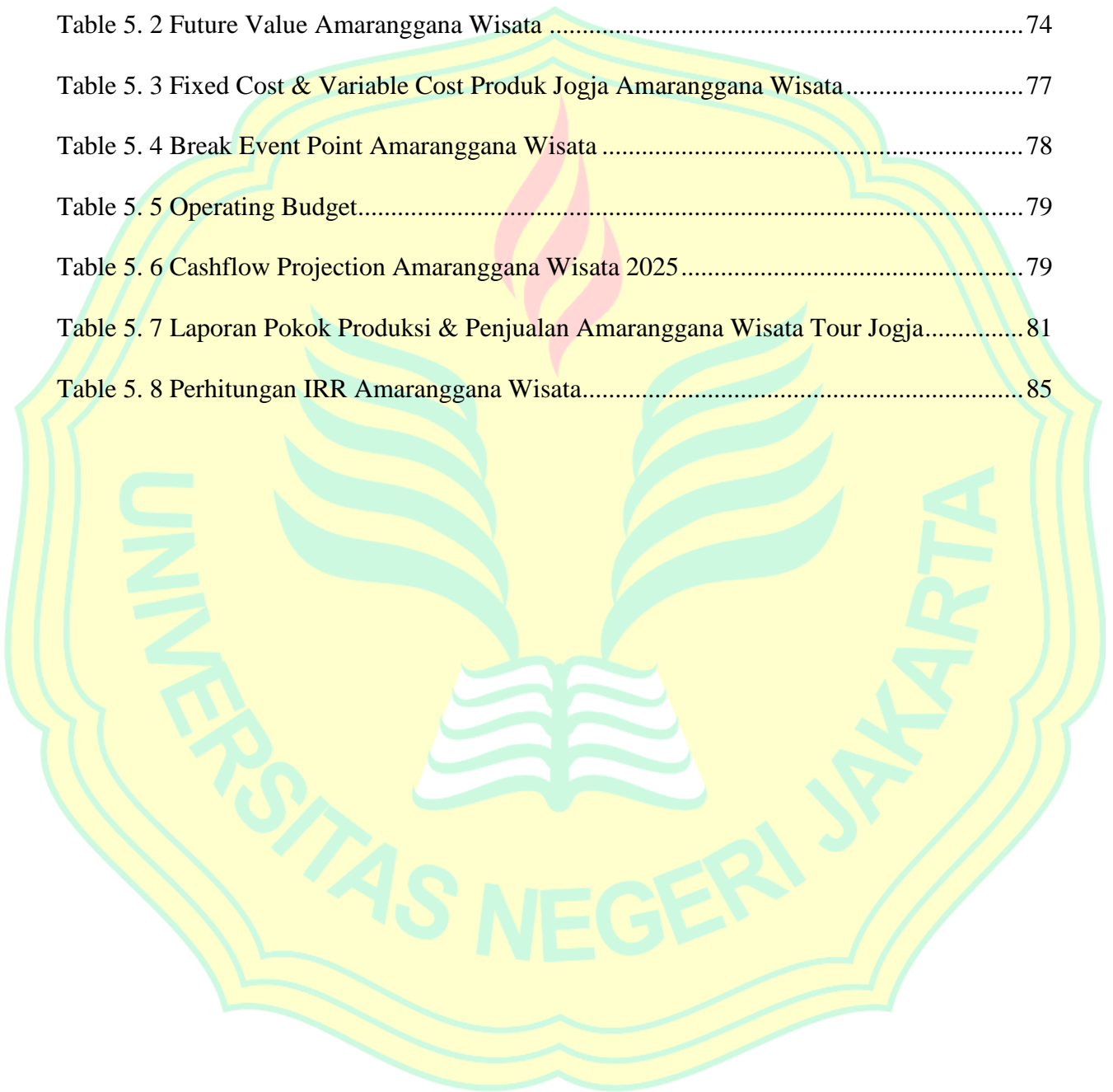
STRATEGI <i>PRICING</i> TRAVEL PRODUK UNGGULAN AMARANGGANA WISATA UNTUK PASAR <i>CORPORATE</i> DI JAKARTA .....	i
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I .....	1
DESKRIPSI BISNIS .....	1
1) Latar Belakang .....	1
2) Gambaran Umum Bisnis .....	6
3) Visi dan Misi .....	8

4)	Gambaran Umum Model Bisnis .....	9
5)	<i>SWOT Analysis</i> .....	17
6)	Spesifikasi Produk/Jasa.....	19
7)	Jenis/Badan Usaha .....	22
BAB II .....		24
ASPEK PRODUK / JASA .....		24
1)	Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....	24
2)	Rencana Pengembangan Produk/Jasa .....	27
3)	Analisa Keunggulan Produk/Jasa .....	27
4)	Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	28
5)	Analisa <i>Resource</i> .....	30
6)	Analisa Proses Produk/Jasa .....	31
7)	<i>Supply Chain</i> .....	32
BAB III.....		37
RENCANA PEMASARAN .....		37
1)	Analisa Penjualan dan Pasar Saat ini ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ) .....	37
2)	Analisa Pengembangan Pasar Baru .....	41
3)	Analisa Produk – <i>Market Fit</i> .....	46
4)	Analisa Kompetitor.....	48
5)	Program Pemasaran .....	53
6)	Media Pemasaran.....	55

BAB IV.....	57
ASPEK SDM & OPERASIONAL.....	57
1) Identitas <i>Owner/ Founders</i> .....	57
2) Struktur Organisasi .....	60
3) <i>Job Analysis dan Job Description</i> .....	63
4) <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i> .....	64
5) <i>Recruitment &amp; Hiring Procedure</i> .....	64
6) <i>Service Scape (Layout/Flow)</i> .....	64
7) <i>Action Plan &amp; Report</i> .....	66
BAB V.....	69
ASPEK KEUANGAN.....	69
1) Metode Pencatatan Akuntansi .....	69
2) <i>Capital Expenditure</i> .....	71
3) <i>Time Value of Money</i> .....	72
4) Pendanaan Investasi.....	75
5) Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....	76
6) Identifikasi <i>Cash Inflow</i> dan <i>OutFlow</i> .....	78
7) Metode Penilaian Investasi ( <i>Capital Budgeting</i> ).....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	86
DAFTAR LAMPIRAN .....	89
RIWAYAT HIDUP .....	123

## DAFTAR TABEL

Table 5. 1 Proyeksi Arus Kas Januari 2025.....	70
Table 5. 2 Future Value Amaranggana Wisata .....	74
Table 5. 3 Fixed Cost & Variable Cost Produk Jogja Amaranggana Wisata.....	77
Table 5. 4 Break Event Point Amaranggana Wisata .....	78
Table 5. 5 Operating Budget.....	79
Table 5. 6 Cashflow Projection Amaranggana Wisata 2025.....	79
Table 5. 7 Laporan Pokok Produksi & Penjualan Amaranggana Wisata Tour Jogja.....	81
Table 5. 8 Perhitungan IRR Amaranggana Wisata.....	85



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Amarangana Wisata .....	7
Gambar 1. 2 Tahapan pembuatan CV .....	22
Gambar 2. 1 Brosur Produk Wonderful Bali 3D2N .....	29
Gambar 2. 2 Brosur Produk Explore Jogja 4D3N .....	29
Gambar 3. 1 Produk Bayu Buana “4D/3N Exotic Bali – Gate of Heaven” .....	43
Gambar 3. 2 Produk Bayu Buana “3D2N Explore Yogyakarta – Heha Forest Kaliurang” .....	43
Gambar 3. 3 Produk Panorama “3D2N Amazing Jogja Classic” .....	44
Gambar 3. 4 Produk Panorama "4D3N Bali Nusa Dua Lebaran" .....	44
Gambar 3. 5 Produk Paket Wisata Wiyata Tour .....	45
Gambar 3. 6 Diagram Market Fit AmaranganaA Wisata.....	47
Gambar 4. 1 Syafa Rachma Puteri.....	57
Gambar 4. 2 Nazwa Anastasya Maulina Anggraeni.....	58
Gambar 4. 3 Linda Larasati .....	59
Gambar 4. 4 Alyzahra Rusz.....	60
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Amarangggana Wisata.....	61
Gambar 4. 6 Layout dan Alur Kantor Amarangana Wisata .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Konsultasi Pembimbingan Penulisan Skripsi.....	90
Lampiran 2 Laporan Pokok Produksi & Penjualan Amaranggana Wisata Tour Jogja .....	91
Lampiran 3 Laporan Pokok Produksi & Penjualan Amaranggana Wisata Tour Bali .....	92
Lampiran 4 Lampiran Beban Gaji .....	92
Lampiran 5 Beban Operasional Amaranggana Wisata .....	93
Lampiran 6 Jurnal Umum Amaranggana Wisata .....	93
Lampiran 7 Buku Besar Amaranggana Wisata .....	95
Lampiran 8 Proyeksi Penjualan 1 Amaranggana Wisata .....	96
Lampiran 9 Proyeksi Penjualan 2 Amaranggana Wisata .....	96
Lampiran 10 Laporan Perubahan Modal .....	96
Lampiran 11 Laporan Laba Rugi.....	97
Lampiran 12 Laporan Arus Kas Perbulan .....	98
Lampiran 13 Laporan Arus Kas Pertahun .....	99
Lampiran 14 Perhitungan Payback Period Amaranggana Wisata.....	99
Lampiran 15 Perhitungann IRR Amaranggana Wisata .....	99
Lampiran 16 Sertifikat Tour Consultant Linda Larasati .....	100
Lampiran 17 Sertifikat Ticketing Syafa Rachma Puteri.....	100
Lampiran 18 Surat Keterangan Terdaftar CV Amaranggana Wisata.....	101
Lampiran 19 NPWP Amaranggana Wisata .....	101
Lampiran 20 Akta Pendirian Perseroan Komanditer Amaranggana Wisata .....	118
Lampiran 21 Outdoor & Parking Area Amaranggana Wisata .....	119
Lampiran 22 Main Meeting Room Amaranggana Wisata.....	120
Lampiran 23 Working Space Amaranggana Wisata .....	121

Lampiran 24 Musholla Amaranggana Wisata.....	122
Lampiran 25 Meeting Room 1 Amaranggana Wisata.....	123
Lampiran 26 Storage Amaranggana Wisata.....	124
Lampiran 27 Smoking Room Amaranggana Wisata.....	125

