

ABSTRAKSI

Hatta. NPM : 16.31.1045 "ANALISIS STRATEGI PENETAPAN HARGA PRODUK WISATA UNTUK MENINGKATKAN MINAT MEMBELI KONSUMEN PADA PT. TRAVEL UMMI BANJARMASIN". Pembimbing I (Hj. Lamsah, SE. MM) dan Pembimbing II (Ervica Zamilah, SE. MM)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui 1) Bagaimanakah Strategi penetapan harga produk wisata yang dilakukan oleh PT. Travel Ummi untuk meningkatkan minat membeli konsumen? Dan 2) Bagaimana Strategi penetapan harga dan paket wisata yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Travel Ummi untuk meningkatkan minat membeli konsumen?

PT. Travel Ummi Banjarmasin Perusahaan ini didirikan sekitar 22 tahun yang lain tepatnya pada tahun 1998 Perusahaan ini bergerak di bidang perjalanan wisata.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. yaitu menjelaskan dan menganalisis. Penulis menggali sumber-sumber mengenai objek yang diteliti kemudian menggambarkan dan memaparkan secara keseluruhan dandengan apa adanya sesuai dengan kenyataan. Kegiatan penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan apa adanya suatu peristiwa.

Hasil dari penelitian ini adalah Terjadi penurunan minat membeli konsumen pada PT. Travel Ummi Banjarmasin yang disebabkan karena Penetapan harga oleh PT. Travel Ummi Banjarmasin sesuai dengan apa yang diterima pelanggan, mudah dijangkau dan dengan fasilitas serta pelayanan yang menntaskan pelanggannya. Tetapi penetapan harga yang tinggi membuat pelanggan berfikir untuk pembelian selanjutnya.

Penetapan harga yang tinggi ini tidak hanya berimbas pada minat membeli konsumen tetapi mengakibatkan para konsumen banyak yang berpindah travel.

Hendaknya manajemen PT. Travel Ummi Banjarmasin baik dari segi harga dan mutu pelayanan tetap dipertahankan agar pelanggan terns menerus membeli produk dan PT. Travel Ummi Banjarmasin tersebut. Jikapun harus menaikkan harga, baiknya secara perlahan bukan langsung menanjak jauh dari harga sebelumnya sehingga konsumen bisa mengerti faktor perubahan harganya.

Ada baiknya jika meistimewakan konsumen dengan cara memberikan hadiah atau diskon harga kepada pelanggan setia PT. Travel Ummi Banjarmasin sebagai bentuk terima kasih karna selalu mempercayakan PT. Travel Ummi Banjarmasin sebagai mitra. perjala.nannya. .

Kata Kunci: Strategi, Penetapan Harga, Produk Wisata dan Minat Membeli

ABSTRACT

Hatta. NPM: 16.31.1045 "ANALYSIS OF PRICE PRODUCT STRATEGY DETERMINATION TO INCREASE INTEREST IN BUYING CONSUMERS IN PT. TRAVEL UMAII BANJARMASIN " Supervisor I (Hj. Lamsah, SE. MM) and Supervisor II (Ervica Zamilah, SE. MM)

This research was conducted to find out 1) How is the pricing strategy of tourism products carried out by PT. Ummi Travel to increase consumer buying interest? And 2) What is the pricing strategy and tour packages that should be carried out by PT. Ummi Travel to increase consumer buying interest?

PT. Travel Ummi Banjarmasin This company was founded about 22 years ago precisely in 1998 This company is engaged in the field of travel.

The research method used is descriptive qualitative method. namely explain and analyze. The author explores the sources of the object under study then describe and describe as a whole and what it is in accordance with reality. Research activities carried out to describe what is an event.

The results of this study are a decrease in interest in buying consumers at PT. Ummi Banjarmasin Travel due to Pricing by PT. Ummi Banjarmasin Travel is in accordance with what is received by the customer, easily accessible and with facilities and services that satisfy its customers. But high pricing makes customers think of future purchases.

The setting of high prices does not only affect the interest in buying consumers but it causes many consumers to move.

The management of PT. Ummi Banjarmasin Travel both in terms of price and service quality is maintained so that customers continue to buy products from PT. The Banjarmasin Ummi Travel. Even if you have to raise prices, it is better to slowly not directly rise far from the previous price so that consumers can understand the price change factor.

It is better if privileging consumers by giving gifts or price discounts to loyal customers of PT. Ummi Banjarmasin Travel as a form of thanks for always entrusting PT. Travel Ummi Banjarmasin as its travel partner.

Keywords: *Strategy, Pricing, Tourism Products and Buying Interest*

1. Pendahuluan

Penetapan harga mempunyai pengaruh besar terhadap meningkatnya penjualan produk barang atau jasa. Oleh sebab itu setiap organisasi profit harus teliti dalam menetapkan harga suatu barang. Penetapan harga umroh kepada setiap masyarakat berbeda-beda sesuai dengan daerah atau permintaan konsumen. Hal itu menarik perhatian konsumen untuk membeli suatu produk yang ada di suatu organisasi. Strategi tersebut diaplikasikan oleh travel Ummi di Banjarmasin.

2. Landasan Teori

- 1) Strategi berasal dari kata *Strategia* yang berasal dari kata *stragos* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.
- 2) Analisis: adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu pokok menjadi bagian atau komponen sehingga dapat diketahui ciri atau tanda di setiap bagian atau komponen, hubungannya satu sama lain hingga fungsi masing-masingnya.
- 3) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggtmakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:314).

3. Penelitian Terdahulu

- 1) Winny Gayatri yang berjudul "Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Pt.Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara.
- 2) Lilian Yulis Abadi yang berjudul "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Café.

- 3) Fatmawati, 2019 STRA I EGI PENETAPAN HARGA UMROH DI ALLINMA UNIVERSAL SURABAYA

4. Metodologi Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan penelitian pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menjelaskan dan menganalisis. Penulis menggali sumber-sumber mengenai objek yang diteliti kemudian menggambarkan dan memaparkan secara keseluruhan dandengan apa adanya sesuai dengan kenyataan. Kegiatan penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan apa adanya suatu peristiwa.

5. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1) Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis pada PT. Travel Ummi Banjarmasin mengemukakan bahwa adanya penurunan penjualan dari produk wisata yang ditawarkan oleh PT. Travel Ummi selama hampir satu tahun ini, dapat dilihat dari perbandingan penjualan tahun sebelumnya dengan harga yang sudah ditentukan masih tetap dapat memberangkatkan setidaknya 3 hingga 4 grup tour dalam setiap sebulannya.

2) Pembahasan

Dari hasil pengamatan, customer yang menanyakan paket wisatakebanyakan tidak memilih PT. Travel Ummi Banjarmasin sebagai mitranya atau bisa dikatakan tidak goal. Berbeda dengan persepsi perusahaan, para konsumen justru berfikir bahkan enggan membeli program tour yang ditawarkan PT. Travel Ummi Banjarmasin dikarenakan harga yang tertera mengalami peningkatan yang lumayan jauh dari harga sebelumnya. Para konsumen justru mencari Travel Agent yang lain yang menjual program tour yang sama agar dapat membandingkan harga, terlebih dengan kecanggihan teknologi pada jaman sekarang konsumen dengan mudah membandingkan harga dengan cam yang lebih praktis, jika konsumen merasa harga yang didapatnya pada perusahaan lain kWh

rendah dan pada PT. Travel Ummi Banjarmasin, para konsumen pun perlahan berpindah haluan ke Travel Agent lain untuk memenuhi kebutuhan perjalanannya.

6. Penutup

Penetapan harga oleh PT. Travel Ummi Banjarmasin sesuai dengan apa yang diterima pelanggan, mudah dijangkau dan dengan fasilitas serta pelayanan yang memuaskan pelanggannya. Tetapi penetapan harga yang tinggi membuat pelanggan berfikir untuk pembelian selanjutnya.

Dalam berjalatnya perusahaan, ada baiknya jika meistimewakan konsumen dengan cara memberikan hadiah atau diskon harga kepada pelanggan setia PT. Travel Ummi Banjarmasin sebagai bentuk terima kasih karena selalu mempercayakan PT. Travel Ummi Banjarmasin sebagai mitra perjalanannya.

7. Daftar Pustaka

-, Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi, Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.
- Abdullah, Thamrin, 2012 Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anwar, 2007, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Amir, Taufiq, 2012 Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi, Bandung: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, 1997 Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara
- Cresweel, Jhon W., 2015 Penelitian Kualitatif & Desain Riset, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin
- Gayatri, Winny, 2013, Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT Pertani cabang Sulawesi Utara, Vol. I, Nomer. 4.

Hadi, Sutrisno, 1989, Metodologi Research 1, Yogyakarta: Andi Offset.

Herdiansyah, Haris, 2012, Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Jakarta: Salernba Humanika.