

STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN JAMAAH UMRAH DI PT. ZIARAH HATI INDONESIA SURABAYA

M. Fahmi Ashari¹, Muhamad Zen², Fatmawati³

S2 Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

url : m_fahmi23@mhs.uinjkt.ac.id¹, zen@uinjkt.ac.id², fatmawati@uinjkt.ac.id³

Abstrak: Perkembangan usaha di zaman sekarang telah berkembang begitu pesat. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pelaku bisnis dituntut untuk mempunyai strategi bisnis yang tepat dalam memenuhi penjualan. Salah satu usaha strategi bisnis yang dapat dilakukan adalah strategi penetapan harga. Strategi penetapan harga adalah metode yang digunakan untuk menentukan harga terbaik untuk sebuah layanan, yang mana diharapkan dapat memberikan manfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi penetapan harga dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumen, dan wawancara. Adapun hasil pada penelitian ini bahwa 1) dalam menentukan harga, PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya memiliki beberapa strategi yang dijalankan yaitu antara lain dengan penetapan harga geografis, diskon atau potongan harga, penetapan harga promosi, dan penetapan harga diskriminasi. 2) ada beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi terhadap penetapan harga di PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya yaitu faktor internal mencakup (kualitas pelayanan yang baik dan sumber daya perusahaan) dan faktor eksternal (persaingan, dan kebijakan pemerintah).

Kata Kunci: *Strategi Penetapan Harga, Kepuasan Jamaah, PT. Ziarah Hati Indonesia*

Abstract: Business development nowadays has grown so rapidly. Seeing these conditions, business people are required to have the right business strategy to fulfill sales. One of the business strategies that can be carried out is a pricing strategy. Pricing strategy is a method used to determine the best price for a service, which is expected to provide benefits for the company's sustainability. The aim of this research is to analyze pricing strategies and the factors that influence them at PT. Pilgrimage to the Heart of Indonesia Surabaya. This research uses a qualitative research method with a case study type at PT. Pilgrimage to the Heart of Indonesia Surabaya. Data collection techniques use observation, documents and interviews. The results of this research are that 1) in determining prices, PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya has several strategies implemented, including geographic pricing,

discounts or discounts, promotional pricing and discriminatory pricing. 2) there are several internal and external factors that influence price setting at PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya, namely internal factors including (good service quality and company resources) and external factors (competition and government policy).

Keywords: *Pricing Strategy, Customer Satisfaction, PT. Ziarah Hati Indonesia*

A. Pendahuluan

Perkembangan usaha di zaman sekarang telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pelaku bisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi bisnis yang tepat dalam memenuhi penjualan. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan jasa layanan yang terbaik dan dapat memenuhi selera pelanggan yang selalu berkembang dan berubah.¹

Salah satu usaha strategi bisnis yang dapat dilakukan adalah strategi penetapan harga produk. Strategi penetapan harga dikenal sebagai unsur dari bauran pemasaran. Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan. Namun harga bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah.² Dalam penetapan harga produk, faktor biaya mempunyai peranan besar dalam penentuan harga produk, dimana penetapan harga produk harus dilakukan perhitungan yang tepat dan teliti terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan. Sehingga keakuratan harga produk yang diperoleh dapat menjadi acuan dalam penetapan harga produk serta dapat menjadi tolok ukur dalam pengambilan keputusan dan pengembangan perusahaan dikemudian hari.³

Kesalahan dalam menetapkan harga akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka akan terjadi penurunan pendapatan karena konsumen akan mencari produk yang lebih terjangkau harganya. Dan apabila harga terlalu rendah juga akan berpotensi biaya operasional tidak dapat *tercover* oleh harga produk. Sehingga sangat penting perusahaan untuk memperhatikan strategi penetapan harga dalam meningkatkan kepuasan jamaah.

Dari semakin banyaknya travel yang menyelenggarakan ibadah umrah di era saat ini, menuntut masing-masing pelaku bisnis travel untuk terus beradaptasi dan berinovasi terhadap perkembangan zaman. PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya adalah salah satu perusahaan travel umrah dan haji yang berdiri atas permintaan pasar, dimana customer menginginkan ada suatu travel yang memberikan pelayanan prima, baik pra, pelaksanaan, dan pasca ibadah umrah. Dari fenomena tersebut berdirilah PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya yang pangsa pasarnya diperuntukkan untuk kalangan ekonomi menengah keatas, dimana perusahaan travel PT. Ziarah

1 Ninik Srijani and Achmad Sukma Hidayat, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center," Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA 7 (n.d.), h. 32.

2 Victorinus Laoli and Fatosola Hulu, "Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," Jurnal Ekonomi & Syariah 1, no. 2 (2018): 20.

3 Desliane Wauran, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk KO' Petrus Cabang Megamas," Jurnal EMBA 4, no. 2 (2016): 653.

Hati Indonesia Surabaya beralamatkan di Jl. Kayoon No. 38-40, RT. 001/RW.005, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur 60271.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka penulis ingin menganalisa dengan melakukan penelitian pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya untuk mengetahui lebih lanjut tentang pembahasan “Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan jamaah Di PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya”.

B. Kajian Teori

1. Strategi

Strategi berasal dari kata *Strategeia* yang berasal dari kata *stragos* yang berarti militer. Strategi dalam pengertian awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan peran.⁴ Menurut Quinn dalam Masruroh (2023) menjelaskan bahwa strategi adalah suatu bentuk perencanaan yang mencakup tujuan, kebijakan, dan proses yang dapat menyatu sebagai satu kesatuan. Dimana strategi merupakan suatu proses yang terencana dengan baik, yang dapat membantu mengatur sumber daya suatu bisnis atau organisasi agar dapat bertahan dalam persaingan yang kuat.⁵

1. Penetapan Harga

Philip Kotler dikutip oleh Fatmawati (2019) mengartikan harga (*price*) sebagai jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Di masa lalu, harga menjadi faktor yang paling penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal ini masih berlaku dalam negara-negara miskin, diantara orang miskin dan pada produk-produk komoditas.⁶

2. Strategi Penetapan Harga

Menurut Chron strategi harga adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga produk maupun layanan yang mereka tawarkan. Strategi penetapan harga yang tepat akan membuat demand atau permintaan menjadi optimal dari pihak patner bisnis maupun jamaah. Oleh karen itu, strategi penentuan harga yang sesuai merupakan salah satu faktor kunci bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan.⁷

3. Kepuasan

Dwiastuti dkk (2012) berpendapat bahwa kepuasan diartikan sebagai suatu kondisi dimana kebutuhan keinginan, dan harapan jamaah terhadap suatu produk dan jasa dapat sesuai.⁸ Sedangkan menurut Well dan Presky dalam Arifin dkk (2022)

4 Fatmawati, “Strategi Penetapan Harga Umroh Di Allinma Universal Surabaya” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019): 12.

5 Masruroh: 19.

6 Fatmawati: 19.

7 Nandy, “Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Faktor, Dan Macamnya,” Gramedia Blog, accessed April 3, 2024, https://www.gramedia.com/literasi/strategi-penetapan-harga/#Apa_Itu_Strategi_Penetapan_Harga.

8 Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, and Rianti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: Tim UB Press,

menyatakan kepuasan adalah suatu sikap jamaah terhadap suatu produk dan jasa yang telah mereka rasakan berdasarkan pada pengalaman dan penggunaannya.⁹

B. Metode

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.¹⁰ Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data sehingga diperoleh gambaran yang cukup jelas tentang judul penelitian yang dibahas.¹¹ Sehingga penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan data secara menyeluruh terkait dengan strategi penentuan harga dalam meningkatkan kepuasan jamaah oleh PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya.

Adapun jenis penelitian menggunakan studi kasus yaitu pendekatan kualitatif yang membahas penelitian tentang sebuah kasus atau beberapa kasus dari waktu ke waktu, secara rinci, dan mendalam.¹² Penelitian ini menggunakan PT. Ziarah Hati sebagai objek penelitian dalam pembahasan strategi penetapan harga dalam meningkatkan kepuasan jamaah. Sedangkan untuk memperoleh data peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan observasi, dokumen, dan wawancara dengan pegawai.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Penetapan Harga pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya

Menurut Porter dalam Fawzi dkk (2022) menyebutkan beberapa strategi dalam menetapkan harga sebagai berikut:¹³

a. Penetapan Harga Geografis

Penetapan harga geografis mengharuskan perusahaan memutuskan bagaimana menetapkan harga untuk pelanggan di berbagai wilayah.

2012): 151.

9 Zainul Arifin, Syamsul Hadi HM, and Khusnul Hotimah, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Di PT . Shofi Tour and Travel Lumajang," *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2022), h. 101.

10 Sugiyono., *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Sofia Yustiyani Suryandari (Bandung: Alfabeta, 2018): 7.

11 Wauran, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk KO' Petrus Cabang Megamas.», 657.

12 Endang Werdiningsih and Abdul Hamid B, "Lima Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif," *LIKHITAPRAJNA Jurnal Ilmiah* 24, no. 1 (2022): 47.

13 Marissa Grace Haque-fawzi et al., *Strategi Pemasaran: Konsep , Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022).



KBIHU al-kamal
Kunif - Blitar

UMROH EXCLUSIVE
Keberangkatan Februari 2023

Siapa yang cepat tidak termasuk dalam paket Promo, Regular & VIP

DURASI	PESAWAT	QUAD	TRIPLE	DOUBLE
12 Hari 5 Med 5 Mak	<i>Berkas</i>	Rp. 35.999.999	Rp. 37.999.999	Rp. 39.999.999

Harga Sudah Termasuk:
Tiket Pesawat Sdn - Med | Hotel Bintang 4 | Visa Umroh | Airport Tax | Handling | Asuransi Perjalanan Syariah | Exotic Lounge
Makan 3x Sahur | Mawak Umroh | Tour Leader | Multivisi | 3x Umroh Mawak Berada
Pengalihan Tersebut:
Pembayaran / Tambah Nama Paspor / Vaksin Meningitis / Bayar lain yang bersifat pribadi | Upgrade Tipe Kamar | Upgrade Business Class
High Season Charge (Estimated) Rp. 3.500.000
Harga dan tanggal keberangkatan bisa berubah sewaktu-waktu sesuai situasi dan kondisi lapangan umroh, serta kebijakan pemerintah Arab Saudi, dan kebijakan pemerintah Indonesia. Seluruh harga yang tertera di atas adalah harga yang tertera di atas. Harga berdasarkan estimasi kurs USD senilai Rp. 16.000

U.S.T. H. A. HASANUDIN
+6281-2166-3314

Gambar 1: KBIHU Al. Kamal Blitar



ZIARAH HATI
UMROH PREMIUM & HATI KHUSUS

PESAWAT LANGSUNG MADINAH | HOTEL NOL METER

HEMAT BINTANG 5
Siapa yang cepat tidak termasuk dalam paket Promo, Regular & VIP

DURASI	PESAWAT	QUAD	TRIPLE	DOUBLE
9 Hari 3 Med 4 Mak	<i>Berkas</i>	Rp. 31.999.999	Rp. 33.499.999	Rp. 34.999.999
12 Hari 5 Med 5 Mak	<i>Berkas</i>	Rp. 34.499.999	Rp. 35.999.999	Rp. 37.499.999

Harga Sudah Termasuk:
Tiket Pesawat Sdn - Med | Hotel Bintang 5 | Visa Umroh | Airport Tax | Handling | Asuransi Perjalanan Syariah | Exotic Lounge
Makan 3x Sahur | Mawak Umroh | Tour Leader | Multivisi | 3x Umroh Mawak Berada
Pengalihan Tersebut:
Pembayaran / Tambah Nama Paspor / Vaksin Meningitis / Bayar lain yang bersifat pribadi | Upgrade Tipe Kamar | Upgrade Business Class
High Season Charge (Estimated) Rp. 3.500.000
Harga dan tanggal keberangkatan bisa berubah sewaktu-waktu sesuai situasi dan kondisi lapangan umroh, serta kebijakan pemerintah Arab Saudi, dan kebijakan pemerintah Indonesia. Seluruh harga yang tertera di atas adalah harga yang tertera di atas. Harga berdasarkan estimasi kurs USD senilai Rp. 16.000

CALL CENTER 0821-3911-9999

Gambar 2: Ziarah Hati Indonesia Surabaya

Dari tampilan 2 gambar tersebut yang diberikan tanda kolom biru menunjukkan bahwa harga dengan produk yang sama menunjukkan perbedaan harga antara Ziarah Hati Indonesia dengan KBIHU Al-Kamal Blitar. Walaupun KBIHU Al. Kamal Blitar bukan merupakan cabang dari Travel Ziarah Hati Indonesia Surabaya, tetapi antara kedua belah pihak menjalin kerjasama satu sama lain. sehingga ditetapkanlah harga demikian, yang mana secara letak geografis KBIHU Blitar cukup jauh dari bandara keberangkatan sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor perusahaan memutuskan untuk menetapkan harga berdasarkan letak geografisnya.

b. Diskon atau Potongan Harga

Perusahaan menetapkan harga dengan mengukur biaya diskon dibandingkan dampaknya pada penjualan. Adapun diskon dapat diberikan berupa:

1. Diskon tunai



ZIARAH HATI
السعودية Saudia

Umroh Plus
Singapore

REGULER | PROGRAM 12 HARI

44.999.000

Discount **5^{jt}** | Discount **4^{jt}**

*Program Januari-Maret 2024 | *Program Juli-September 2024

FREE KERETA CEPAT | Makkah : Elaf Masyar | Madinah : Royal Andalus

CALL CENTER +62 821 3911 9999

Gambar 3: Umrah Plus Singapura



ZIARAH HATI
السعودية Saudia

Umroh Plus
Kuala Lumpur

REGULER | PROGRAM 12 HARI

44.999.000

Discount **6^{jt}** | Discount **5^{jt}**

*Program Januari-Maret 2024 | *Program Juli-September 2024

FREE KERETA CEPAT | Makkah : Elaf Masyar | Madinah : Royal Andalus

CALL CENTER +62 821 3911 9999

Gambar 4: Umrah Plus Kuala Lumpur

Diskon yang diterapkan di Travel Ziarah Hati Indonesia Surabaya salah satunya adalah dengan diskon tunai. Dari gambar 3 dapat diketahui bahwa Ziarah Hati Indonesia memberikan diskon sebesar Rp.5.000.000 bagi jamaah umrah yang memilih Paket Reguler Umrah Plus Singapura program 12 hari pada keberangkatan Januari-Maret 2024, dan memberikan diskon sebesar Rp.4.000.000 bagi jamaah umrah yang memilih Paket Reguler Umrah Plus Singapura program 12 hari pada keberangkatan Juli-September 2024 dengan fasilitas transportasi berupa kereta cepat gratis serta hotel Elaf Masyair (Mekkah) dan hotel Royal Andalus (Madinah).

Sedangkan pada gambar 4 dapat diketahui bahwa Ziarah Hati Indonesia memberikan diskon sebesar Rp.6.000.000 bagi jamaah umrah yang memilih Paket Reguler Umrah Plus Kuala Lumpur program 12 hari pada keberangkatan Januari-Maret 2024, dan memberikan diskon sebesar Rp.5.000.000 bagi jamaah umrah yang memilih Paket Reguler Umrah Plus Kuala Lumpur program 12 hari pada keberangkatan Juli-September 2024 dengan fasilitas transportasi berupa kereta cepat gratis serta hotel Elaf Masyair (Mekkah) dan hotel Royal Andalus (Madinah).

2. Diskon Kuantitas

Merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Dalam hal ini Travel Ziarah Hati Indonesia Surabaya melakukan strategi tersebut yang tertera pada foto berikut:



Gambar 5: Promo Umrah Bulan Rajab

Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa jamaah yang dapat mencari anggota/calon jamaah lain sejumlah 10 orang maka akan mendapatkan satu tiket umrah gratis dari Travel Ziarah Hati Indonesia Surabaya

3. Diskon Musiman dan Diskon Potongan harga

Merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli jasa pada musim atau periode tertentu.



Gambar 6: Promo Milad ke-10 Ziarah Hati Indonesia

Dari gambar 6 tersebut bahwa ziarah Hati Indonesia Surabaya memberikan diskon pada Milad Perusahaan ke 10 dan juga memberikan potongan harga dari harga aslinya. Pada gambar tersebut tertera bahwa harga paket umrah reguler program 13 hari sebesar Rp.42.999.000 dipotong harga menjadi Rp.39.000.000 dan pada paket umrah VVIP program 13 hari sebesar Rp.50.999.000 dipotong harga menjadi Rp. 47.999.000.

c. Penetapan Harga Promosi

Pada kondisi tertentu, perusahaan terkadang menetapkan harga produk di bawah harga standar. Adapun bentuk yang dilakukan oleh Ziarah Hati Indonesia Surabaya adalah dengan diskon psikologis yaitu harga didasarkan pada konsep psikologi di mana Rp.999, dirasakan secara psikologi, sangat kurang atau lebih rendah dari Rp.1.000 (belum ribuan masih ratusan). Hal itu dilakukan oleh perusahaan Travel Ziarah Hati Indonesia sebagaimana pada gambar di bawah ini:



Gambar 7: Flash Sale Ziarah Hati Indonesia

Dari gambar 7 tersebut, dapat dilihat bahwa harga yang tertera dalam pamflet itu bervariasi sesuai dengan paket umrah yang ditawarkan. Namun yang menjadi perhatian di sini adalah angka Rp.999.000 itu belum mencapai Rp.1.000.000, sehingga ini merupakan strategi penetapan harga dalam mempengaruhi psikologi konsumen.

d. Penetapan Harga Diskriminasi

Perusahaan sering memodifikasi harga dasarnya untuk mengakomodasi perbedaan pelanggan, produk, dan lainnya. Diskriminasi harga terjadi ketika perusahaan menjual suatu produk jasa layanan pada dua harga atau lebih yang tidak mencerminkan perbedaan biaya secara proporsional. Adapun bentuk penetapan harga diskriminasi harga yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Paket Reguler

a. Durasi 9 hari (3 Madinah/4 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 38.999.000
- Triple = Rp. 40.999.000
- Double = Rp. 44.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Elaf Masyair/*5
- Madinah = Royal Andalus/*4
- Transportasi = Bus
- Umrah = 2 kali

b. Durasi 13 hari (5 Madinah/6 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 41.999.000
- Triple = Rp. 43.999.000
- Double = Rp. 47.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Elaf Masyair/*5
- Madinah = Royal Andalus/*4
- Transportasi = Bus
- Umrah = 3 kali

2. Paket VVIP

a. Durasi 9 hari (3 Madinah/4 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 43.999.000
- Triple = Rp. 45.999.000
- Double = Rp. 49.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Al Safwah 1/*5
- Madinah = Taoba Front/*5
- Transportasi = Bus
- Umrah = 2 kali

b. Durasi 13 hari (5 Madinah/6 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 48.999.000
- Triple = Rp. 50.999.000
- Double = Rp. 54.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Al Safwah/*5
- Madinah = Taiba Front/*5
- Transportasi = Bus
- Umrah = 3 kali

3. Paket Premium Plus

a. Durasi 9 hari (3 Madinah/4 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 48.999.000
- Triple = Rp. 51.999.000
- Double = Rp. 55.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Marwa Rotana/*5
- Madinah = Frontel Al Harithia/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 2 kali

b. Durasi 13 hari (5 Madinah/6 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 57.999.000
- Triple = Rp. 60.999.000
- Double = Rp. 64.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Marwa Rotana/*5
- Madinah = Frontel Al Harithia/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 3 kali

4. Paket Signature Plus

a. Durasi 9 hari (3 Madinah/4 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 55.999.000
- Triple = Rp. 58.999.000
- Double = Rp. 62.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Fairmont Clock Tower/*5
- Madinah = Sofitel Shahd/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 2 kali

b. Durasi 13 hari (5 Madinah/6 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 64.999.000
- Triple = Rp. 67.999.000

- Double = Rp. 71.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Fairmont Clock Tower/*5
- Madinah = Sofitel Shahd/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 3 kali

5. Paket Emerald Plus

a. Durasi 9 hari (3 Madinah/4 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp. 75.999.000
- Triple = Rp. 80.999.000
- Double = Rp. 85.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Dar Al Tawhid (Intercon Mekkah)/*5
- Madinah = Dar Al. Iman (Intercon Madinah)/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 2 kali

b. Durasi 13 hari (5 Madinah/6 Mekkah)

Harga

- Quad = Rp.85.999.000
- Triple = Rp. 90.999.000
- Double = Rp. 95.999.000
- Pesawat = Batik Air

Hotel

- Mekkah = Dar Al Tawhid (Intercon Mekkah)/*5
- Madinah = Dar Al Iman (Intercon Madinah)/*5
- Transportasi = Kereta cepat
- Umrah = 3 kali

Dari daftar paket tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan harga oleh perusahaan berdasarkan pada segmentasi pasar yaitu kelas ekonomi menengah ke atas, dan

fasilitas yang ditawarkan semakin baik maka harga paket juga semakin naik dengan pelan yang prima

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Penetapan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, tentang strategi penetapan harga dalam meningkatkan kepuasan jamaah umrah pada PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya ternyata ditemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Adapun faktor pendukung adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan yang baik

Menurut Hardiansyah kualitas pelayanan adalah suatu hal yang berkaitan dengan terpenuhinya harapan pelanggan. Pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.¹⁴ Harapan jamaah merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan jamaah akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya sebagai travel penyedia layanan perjalanan umrah, sangat mengutamakan kualitas layanan yang diberikan. Terlebih travel ini merupakan salah satu travel yang target *market* nya adalah golongan ekonomi menengah ke atas, sehingga pihak Ziarah Hati sangat memperhatikan kualitas layanannya. Perusahaan ini mempunyai tagline “Pesawat Langsung Madinah, Hotel Nol Meter”. Artinya perusahaan ini memang benar-benar mengutamakan kenyamanan dan pelayanan jamaah yang prima baik dari segi fasilitas transportasi, fasilitas hotel, fasilitas barang, maupun fasilitas pelayanan terhadap jamaah itu sendiri. Hal ini dilakukan tidak pada travel pada umumnya, sehingga hal ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Ziarah Hati Indonesia Surabaya.

b. Sumber Daya Perusahaan

Menurut Burney dalam Widiatmo dan Retnawati Menyebutkan bahwa sumber daya perusahaan adalah meliputi keseluruhan aset yaitu berupa keahlian, informasi, proses perusahaan, atribut dan pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat merencanakan dan mengimplementasikan sebuah strategi yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan.¹⁵ Adapun menurut Suseno dalam Ariwibowo (2022) menyatakan sumber daya perusahaan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu aset yang *tangible* yang meliputi (kantor, kendaraan, pegawai, dll) dan aset *intangible* yang meliputi (merk perusahaan, reputasi perusahaan, keahlian yang dimiliki pegawai, dll).¹⁶ Dengan basis sumber daya yang kuat, organisasi dapat mentolerir kerugian

14 Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*, I (Yogyakarta: Gava Media, 2011).

15 Gumilang Widiatmo and Berta Berti Retnawati, “Peran Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Mekarsari Kandri Semarang,” *Jurnal of Business and Applied Management* 12, no. 2 (2019): 120.

16 Prasetyo Ariwibowo, Muhammad Syahiddin, and Dwi Rorin Mauludin Insana, “Korelasi Blueprint Sumber Daya Perusahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Manifestasi UMKM Dengan Intervensi Strategi Bisnis,” *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2022): 33.

jangka pendek selama peluncuran produk baru, sehingga strategi penetrasi dapat digunakan.

PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya memiliki sumber daya yang cukup kuat, hal ini didukung dengan adanya fasilitas yang sangat lengkap bagi pegawainya. Semua perihal keperluan perusahaan sudah tersedia di kantor dan pegawai dapat memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Selain itu perusahaan mempunyai pegawai yang kompeten di bidangnya. Hal ini ditopang dengan mengikutsertakan pegawai untuk mengikuti pelatihan yang diadakan oleh asosiasi penyelenggara ibadah haji dan umrah dari Kemenag, sehingga dengan begitu dapat mengurangi ketidakhlian, serta pada perusahaan ini mempunyai reputasi yang cukup baik di kalangan masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

Adapun faktor penghambat penetapan harga dalam meningkatkan kepuasan jamaah umrah adalah sebagai berikut:

1. Persaingan

Dalam menentukan biaya dan perilaku harga, perusahaan juga perlu mempertimbangkan keberadaan pesaing. Terdapat beberapa teknik dalam penentuan harga yaitu: *mystery shopping*, riset pasar, dan melakukan perbandingan antara harga yang ditetapkan dengan kualitas produk jasa yang ditawarkan oleh pesaing utama. Dengan adanya pesaing di bisnis jasa akan menambah referensi perusahaan dalam menentukan harga dari produk yang ditawarkan.¹⁷

Dalam menetapkan harga, Ziarah Hati Indonesia melakukan riset pasar dengan membandingkan harga paket umrah dengan travel lain. hal ini bertujuan untuk mampu bersaing dan memperoleh customer. Selain itu dengan adanya persaingan dalam dunia travel haji dan umrah, Ziarah Hati berinovasi dengan berfokus layanan premium dengan *tagline* “Pesawat Langsung Madinah, Hotel Nol Meter” yang mana hal ini membuat Ziarah Hati Indonesia berbeda dengan travel-travel lainnya.

2. Permintaan Pasar

Perusahaan-perusahaan jasa perlu memahami hubungan antara harga, permintaan variasi pada berbagai tingkat penetapan harga. Hal ini bisa bervariasi menurut segmen pasar. Konsep yang berguna untuk membantu memahami hubungan ini adalah elastisitas permintaan. Konsep ini membantu pelaku usaha di bidang jasa untuk memahami apakah permintaan bersifat elastis, yaitu apakah persentase perubahan tertentu dalam harga menyebabkan persentase perubahan yang lebih besar dalam permintaan, atau inelastis, yaitu perubahan yang signifikan dalam harga menyebabkan perubahan yang relatif kecil dalam tingkat permintaan.

Pada faktor ini, PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya cukup memperhatikan permintaan dari pasar. Mulai dari harga paket umrah, kualitas pelayanan, jadwal keberangkatan, dll. Hal itu semua oleh PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga dikemudian hari.

17 Halim et al., *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 95.

3. Kebijakan Pemerintah

Menurut Mc Rae dan Wilde kebijakan pemerintah sebagai serangkaian tindakan yang dipilih oleh pemerintah yang mempunyai pengaruh penting terhadap orang banyak dalam suatu negara/wilayah. Faktor ini juga turut mempengaruhi terhadap penetapan harga, terlebih Pada saat pandemi tahun 2020-2022 kemarin pemerintah meniadakan perjalanan ibadah haji dan umrah dikarenakan masih dalam kondisi pandemi Covid-19. Hal ini sangat berdampak bagi perusahaan dimana PT. Ziarah Hati Indonesia Surabaya tidak dapat memberikan perjalanan Ibadah umrah ke tanah suci. Sehingga hal ini berdampak bagi keberlangsungan perusahaan untuk menutup biaya operasional perusahaan. Walaupun begitu PT. Ziarah Hati pada masa Pandemi Covid-19 tetap menjalankan operasional organisasi.

Pengaruh akibat adanya pandemi Covid-19, Pemerintah Arab Saudi maupun Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk sementara waktu ibadah haji dan umrah ditutup sampai dengan batas waktu yang belum ditentukan. Dan pada akhirnya tahun 2022 pemerintah membuka perjalanan ibadah haji sebesar 50% dari kuota normal, dan memperbolehkan perjalanan ibadah umrah dengan syarat-syarat yang telah ditentukan, misalnya harus sudah vaksinasi booster, tes PCR, dan kebijakan lainnya yang berdampak pada penetapan harga, sehingga perusahaan Ziarah Hati Indonesia pun juga menyesuaikan dengan situasi dan kondisi tersebut.

3. Kesimpulan

Berdasarkan strategi penetapan harga yang dilakukan oleh travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah, dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi penetapan harga yang bervariasi dapat memberikan kecenderungan terhadap kepuasan jamaah. Dengan harga yang menarik dan dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada meningkatnya kepuasan jamaah. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain dengan penetapan harga geografis, diskon atau potongan harga, penetapan harga promosi, dan penetapan harga diskriminasi. Adapun dalam menentukan harga ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Adapun faktor tersebut terbagi menjadi dua yaitu faktor internal yang meliputi (kualitas pelayanan yang baik dan sumber daya perusahaan) dan faktor eksternal meliputi (persaingan, permintaan pasar, dan kebijakan pemerintah).

Daftar Pustaka

- Arifin, Zainul, Syamsul Hadi HM, and Khusnul Hotimah. "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Di PT . Shofi Tour and Travel Lumajang." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2022).
- Ariwibowo, Prasetyo, Muhammad Syahiddin, and Dwi Rorin Mauludin Insana. "Korelasi Blueprint Sumber Daya Perusahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Manifestasi UMKM Dengan Intervensi Strategi Bisnis." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 10, no. 1 (2022): 31–48. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n1.p31-48>.

- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, and Rianti Isaskar. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Tim UB Press, 2012.
- Fatmawati. "Strategi Penetapan Harga Umroh Di Allinma Universal Surabaya." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Halim, Fitria, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Marisi B. Efendi, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Darwin Lie, Sisca Simarmata, Lalu Permadi, and Vina Novela. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Haque-fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*. I. Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- Laoli, Victorinus, and Fatolosa Hulu. "Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Ekonomi & Syariah* 1, no. 2 (2018): 19–24.
- Masruroh, Endah Siti Saidah. "Optimalisasi Strategi Penetapan Harga Paket Umrah Dalam Meningkatkan Ketertarikan Jemaah Pada PT. Khazzanah A.-Anshary Jakarta Timur Tahun 2022." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.
- Nandy. "Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Faktor, Dan Macamnya." Gramedia Blog. Accessed April 3, 2024. <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-penetapan-harga/#Apa Itu Strategi Penetapan Harga>.
- Srijani, Ninik, and Achmad Sukma Hidayat. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center." *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA* 7 (n.d.): 31–38.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Sofia Yustiyani Suryandari. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Wauran, Desliane. "Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk KO' Petrus Cabang Megamas." *Jurnal EMBA* 4, no. 2 (2016).
- Werdiningsih, Endang, and Abdul Hamid B. "Lima Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif." *LIKHITAPRAJNA Jurnal Ilmiah* 24, no. 1 (2022): 39–50.
- Widiatmo, Gumilang, and Berta Bakti Retnawati. "Peran Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Mekarsari Kandri Semarang." *Jurnal of Business and Applied Management* 12, no. 2 (2019): 117–30.