

	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<p><b>TREATHS (T)</b> Faktor ancaman eksternal</p>	<p>Dengan menetapkan harga paket yaitu 1 harga dan sudah dapat menikmati beberapa wahana /permainan sekaligus serta memberikan kualitas yang baik, meskipun sudah banyak pesaing yang berkecimpung dibidang hiburan yang sama, pengunjung Dufan tidak beralih ke pesaing yaitu Transtudio. Ocean Dream dan Sea World dapat terus memberikan hiburan yang mendidik serta menghibur dengan memberikan pengetahuan dan lebih banyak lagi pertunjukkan dari hewan-hewan laut yang unik dan menggemaskan. Dan Atlantis bisa lebih mempromosikan lagi tentang kolam apung terutama di media elektronik, salah satunya bisa dengan cara mewawancarai pengunjung yang sudah merasakan sensasi kolam apung.</p>	<p>Sedangkan untuk Eco Park harus meningkatkan lagi promosi nya, baik pada media cetak ataupun media elektronik dan tidak hanya fokus pada <i>Multimedia fantastique Show</i> nya saja tetapi juga pada permainan yang lainnya seperti <i>Outbond, Paitball, Ecobike, Eco Funcruiser</i> dan memberikan batas waktu yang lebih panjang lagi agar pengunjung merasa lebih puas dengan harga promosi yang ditawarkan oleh Eco Park. Dengan tawaran harga yang menarik dan lebih banyaknya wahana yang dimiliki jika tidak ada kerusakan pada permainannya akan membuat Dunia Fantasi dan <i>Atlantis Water Adventure</i> lebih diminati dibandingkan pesaingnya, serta melakukan promosi yang lebih gencar lagi tentang harga paket agar tidak kalah saing dengan Transtudio.</p>

Sumber : diolah penulis

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan pada uraian pembahasan sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan pada penulisan karya ilmiah ini antara lain, dalam menetapkan harga ada dua langkah strategi penetapan harga, yaitu :

##### a. Strategi penetapan harga pada produk baru

PT Taman Impian Jaya Ancol tidak memakai teori "*skimming pricing*" melainkan memakai teori "*Penetration Pricing*" karena pada wahana rekreasi yang baru dibuka seperti Eco Park perusahaan menetapkan harga yang rendah untuk jumlah

fasilitas permainan yang cukup banyak yaitu, Rp.100.000/weekdays dan Rp.125.000/weekends untuk fasilitas permainan, dan ini bertujuan untuk meraih pengunjung yang banyak dan pengenalan *Eco Park* kepada masyarakat luas. Perusahaan memberikan harga tiket masuk yang lebih murah dalam masa promosi ini agar wahana *Eco Park* semakin minat dikunjungi sehingga tidak akan terlalu sulit nantinya untuk mengenalkan wahana tersebut jika sudah tidak dalam masa promosi.

**b. Strategi Penetapan Harga Produk Yang Sudah Mapan**

Taman Impian Jaya Ancol sudah melakukan *alternative* strategis yang pertama yaitu :

- 1) mempertahankan harga, bisa dilihat dari beberapa harga wahana rekreasi Taman Impian Jaya Ancol seperti *Ocean Dream Samudra* , *Atlantis Water Adventure*, dan *Sea World* ketiga wahana tersebut adalah wahana dengan harga yang stabil beberapa tahun belakangan ini,
- 2) Untuk *alternative* strategi kedua yaitu menurunkan harga tiket masuk, Dunia Fantasi sedang mencoba *alternative* ini yang sudah di mulai sejak awal Januari 2012 sampai 31 Mei 2012, dengan prosedur yang telah ditentukan oleh

pihak Dunia Fantasi. Selain Dunia Fantasi pihak Taman Impian Jaya Ancol hanya berlakukan diskon / promo pada periode tertentu saja.

- 3) Dan dalam alternatif terakhir yaitu menggunakan *price bundling* dimana wahana Dunia Fantasi memberikan harga sebesar Rp.220.000/weekdays dan Rp.250.000/weekends FREE 1 tiket masuk wahana *Ocean dream Samudra* dan 1 tiket wahana *Atlantis Water Adventure* serta voucher makan gratis di resto Columbus.

2. Berdasarkan SWOT analisis adalah :

a. STRATEGI SO

Dengan menetapkan strategi harga paket yaitu pengunjung sudah dapat menikmati banyak wahana permainan dengan 1 harga dan dengan memberikan harga yang stabil pada beberapa wahana membuat pengunjung menjadi loyal serta hadir beberapa wahana yang menjadi hiburan dengan paket lengkap yaitu menghibur dan mendidik dan menjadi hiburan yang bisa dinikmati oleh semua kalangan umur, sehingga dapat menarik banyak pengunjung dan menjadi rekreasi yang dapat dinikmati bersama keluarga ataupun teman-teman

b. STRATEGI WO

Setiap permainan yang ada di wahana Taman Impian Jaya Ancol terutama Dunia Fantasi dan *Atlantis Water Adventure* sebaiknya harus benar-benar di cek keadaan mesinnya sebelum dioperasikan agar pengunjung merasa tenang dan tidak merasa takut untuk mencoba permainan yang disediakan. Untuk lebih menarik pengunjung *Ocean Dream Samudra* dan *Sea World* harus lebih membuat pertunjukkan yang atraktif. Dan dengan wilayah lahan yang luas *Atlantis Water Adventure* dapat memberikan permainan yang lebih bervariasi lagi.

c. STRATEGI ST

Dengan menetapkan harga paket yaitu 1 harga dan sudah dapat menikmati beberapa wahana /permainan sekaligus serta memberikan kualitas yang baik, meskipun sudah banyak pesaing yang berkecimpung dibidang hiburan yang sama , pengunjung Dufan tidak beralih ke pesaing yaitu Transtudio. Untuk *Ocean Dream Samudra* dan *Sea World* dapat terus memberikan hiburan yang mendidik serta menghibur dengan memberikan pengetahuan dan lebih banyak lagi pertunjukkan dari hewan-hewan laut yang unik dan menggemaskan. Dan Atlantis bisa lebih mempromosikan lagi tentang kolam apung terutama di

media elektronik, salah satunya bisa dengan cara mewawancarai pengunjung yang sudah merasakan sensasi kolam apung.

d. STRATEGI WT

Sedangkan untuk Eco Park harus meningkatkan lagi promosi nya, baik pada media cetak ataupun media elektronik dan tidak hanya fokus pada *Multimedia fantastique Show* nya saja tetapi juga pada permainan yang lainnya seperti *Outbond, Paintball, Ecobike, Eco Funcruiser*, dan memberikan batas waktu yang lebih panjang lagi agar pengunjung merasa lebih puas dengan harga promosi yang ditawarkan oleh Eco Park.

Dengan tawaran harga yang menarik dan lebih banyaknya wahana yang dimiliki jika tidak ada kerusakan pada permainannya akan membuat Dunia Fantasi dan *Atlantis Water Adventure* lebih diminati dibandingkan pesaingnya, serta melakukan promosi yang lebih gencar lagi tentang harga paket agar tidak kalah saing dengan Transtudio.

**B. Saran**

Berdasarkan analisis SWOT, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan kelemahan yang ada, untuk mengatasi antrian panjang saat pembelian tiket masuk di beberapa wahana pada saat padat pengunjung, perusahaan sebaiknya melakukan *system* pembelian tiket secara *online*, agar tidak terjadi antrian panjang di loket dan pengunjung pun tidak merasa lelah dan bosan karena menunggu lama.
2. Karena saat ini banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau bisnis hiburan membuat persaingan menjadi semakin ketat, sebaiknya perusahaan memperhatikan strategi harga yang relevan bagi konsumen dan perusahaan.
3. Sebaiknya perusahaan Taman Impian Jaya Ancol membuka kotak saran dan kritik, baik di tempat wahana langsung atau secara *online* dan selalu mengevaluasi saran dan kritik yang telah diberi oleh pengunjung agar perusahaan terus bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjung sehingga pengunjung akan merasa puas dan menjadi loyal kepada perusahaan.