SOCILEXIA
Journal of Social Sciences and Humanities

SOCILEXIA: Journal of Social Sciences and Humanities
Vol. 1, No. 4, 2026
E-ISSN: 3164-9610
punggawajournal.com/socilexia

Strategi Penetapan Harga Paket Berbasis Mata Uang Asing untuk Pasar Wisatawan Mancanegara di Biro Perjalanan Wisata Java Travelline (Studi Kasus pada Java Travelline)

Nur Kartika Dyah Juminten[1], Tiara Estu Amanda[2]
[1] Politeknik Negeri Malang, Indonesia
[2] Politeknik Negeri Malang, Indonesia
Korespondensi: nurkartika715@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:
Received Oct 2th, 2026
Revised Nov 15th, 2026
Accepted Nov 22th, 2026

Keyword:
Strategi penetapan harga; Paket wisata; Mata uang asing; Wisatawan mancanegara; Biro perjalanan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing untuk pasar wisatawan mancanegara di Biro Perjalanan Wisata Java Travelline. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan pemilik, konsultan wisata, tim operasional, serta praktisi dari biro perjalanan wisata lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga paket wisata mempertimbangkan biaya operasional, kondisi pasar, tingkat persaingan, dan fluktuasi nilai tukar. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi kendala berupa belum adanya rumus penetapan harga yang terstandarisasi serta belum optimalnya pemantauan perubahan nilai tukar. Oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga yang lebih fleksibel dan adaptif melalui pemantauan nilai tukar serta evaluasi harga secara berkala. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan mekanisme penetapan harga yang terstandarisasi dan adaptif diperlukan untuk menjaga konsistensi harga, mempertahankan margin keuntungan, serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar pariwisata internasional.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sektor pariwisata sebagai penggerak perekonomian nasional, terutama melalui peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa negara. Berdasarkan penelitian Nugraha dan Naylah (2023), nilai tukar merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan pariwisata Indonesia oleh wisatawan internasional. Selain itu, perubahan nilai tukar mata uang asing dapat memengaruhi biaya perjalanan, akomodasi, serta harga paket wisata. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi biro perjalanan wisata yang melayani wisatawan mancanegara, salah satunya Java Travelline. Dalam praktiknya, Java Travelline menetapkan harga paket wisata menggunakan mata uang asing, khususnya Dolar Amerika Serikat dan Euro, dengan mempertimbangkan biaya operasional, kondisi pasar, tingkat persaingan, serta perubahan nilai tukar. Namun, perusahaan masih menghadapi kendala berupa belum adanya rumus penetapan harga yang terstandarisasi dan ketidakpastian margin keuntungan pada segmen Business to Business (B2B) dan Business to Consumer (B2C). Oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga yang mampu menyesuaikan perubahan nilai tukar dan kondisi pasar internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing untuk pasar wisatawan mancanegara di Biro Perjalanan Wisata Java Travelline. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai tambahan kajian mengenai strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan

dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mengembangkan sistem penetapan harga, mengelola margin keuntungan, serta menghadapi perubahan nilai tukar mata uang asing.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nugraha dan Naylah (2023) membahas permintaan pariwisata Indonesia oleh wisatawan ASEAN dengan mempertimbangkan beberapa faktor, termasuk nilai tukar mata uang. Selain itu, penelitian Ramadhani (2025) membahas peran nilai tukar dalam permintaan pariwisata internasional. Wijaya dan Sari (2022) juga menjelaskan keterkaitan penguatan mata uang asing terhadap Rupiah dengan peningkatan minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai tukar memiliki peran penting dalam perkembangan sektor pariwisata, khususnya dalam memengaruhi biaya perjalanan dan keputusan wisatawan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kebaruan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan mengenai strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing pada biro perjalanan wisata. Penelitian ini tidak hanya membahas hubungan nilai tukar dengan permintaan pariwisata, tetapi juga mengkaji penerapannya secara langsung dalam proses penetapan harga di Java Travelline, mulai dari perhitungan biaya, konversi mata uang, penentuan margin keuntungan, hingga perbedaan strategi harga pada segmen B2B dan B2C. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan strategi penetapan harga yang lebih fleksibel dan adaptif dalam menghadapi perubahan nilai tukar serta persaingan pasar pariwisata internasional.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menurut Sugiyono (2022) merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu melalui langkah-langkah yang sistematis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh dan menggambarkannya dalam bentuk deskripsi. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen kunci yang terlibat secara langsung dalam proses pengumpulan dan pengolahan data.

Subjek penelitian ini adalah individu-individu yang memiliki keterlibatan langsung dalam proses penentuan strategi harga di Java Travelline, meliputi pemilik perusahaan (owner), tim operasional, tour consultant, serta informan eksternal sebagai pembanding, yaitu Dwidaya Tour. Pemilihan narasumber dilakukan secara sengaja menggunakan teknik purposive sampling untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai kompleksitas penggunaan mata uang asing dalam penetapan harga paket wisata bagi wisatawan mancanegara. Populasi penelitian berfokus pada pihak-pihak yang berkaitan dengan kegiatan penetapan harga paket wisata di Java Travelline, sedangkan subjek penelitian dipilih berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap permasalahan yang diteliti.

Penelitian ini berlokasi di Biro Perjalanan Wisata Java Travelline yang beralamat di Villa Bukit Tidar, B1 BR-18, Merjosari, Lowokwaru, Malang. Waktu penelitian dilaksanakan pada Februari hingga Juni 2026. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kegiatan wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap proses penetapan harga paket wisata. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, seperti profil Java Travelline, struktur organisasi, standar operasional prosedur (SOP) perusahaan, prosedur penetapan harga, serta literatur pendukung dari jurnal-jurnal ilmiah.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada narasumber yang telah ditentukan untuk memperoleh informasi mengenai proses dan strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing. Observasi dilakukan secara langsung untuk memahami proses penetapan harga yang diterapkan perusahaan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan kegiatan operasional dan prosedur penetapan harga. Keabsahan data didukung melalui proses triangulasi dengan membandingkan informasi dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta literatur yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Java Travelline merupakan biro perjalanan wisata yang berlokasi di Kota Malang dan berfokus pada penyediaan layanan perjalanan wisata *inbound* bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Perusahaan menawarkan berbagai jenis paket wisata, seperti *tailor-made*, *ready-made*,

private trip, dan *open trip* yang disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi wisatawan. Fokus pasar perusahaan terutama berasal dari kawasan Eropa dan Amerika Utara sehingga penggunaan mata uang asing dalam penawaran harga menjadi bagian penting dalam kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, Java Travelline telah memiliki alur kerja dalam proses penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing. Proses tersebut diawali dengan penerimaan permintaan pelanggan melalui email, kemudian Tour Consultant mengidentifikasi kebutuhan wisatawan, fasilitas, serta profil pelanggan. Selanjutnya, Tour Consultant menyusun *itinerary* dan melakukan perhitungan biaya menggunakan *spreadsheet* sebagai dasar penyusunan *quotation*. Perhitungan tersebut mencakup seluruh komponen biaya lokal yang dihitung dalam Rupiah, kemudian dikonversikan ke mata uang asing, khususnya Dolar Amerika Serikat dan Euro, dengan mempertimbangkan nilai tukar yang berlaku. Meskipun telah memiliki prosedur operasional, pelaksanaannya belum sepenuhnya terstandarisasi dalam bentuk standar operasional prosedur khusus yang mengatur penggunaan kurs, margin keuntungan, dan mekanisme penanganan risiko perubahan nilai tukar.

Dalam pelaksanaannya, Java Travelline masih menghadapi kendala akibat perubahan nilai tukar mata uang asing yang terjadi setiap hari. Tour Consultant perlu melakukan pemantauan kurs secara manual melalui layanan perbankan dan pembayaran internasional seperti BCA dan Wise tanpa didukung sistem pemantauan otomatis yang terintegrasi. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyusunan penawaran harga membutuhkan waktu tambahan, terutama ketika pelanggan membutuhkan kepastian harga dalam waktu singkat. Selain itu, perusahaan belum memiliki rumus penetapan harga yang baku untuk membedakan segmen *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). Pada segmen B2B, perusahaan bekerja sama dengan agen perjalanan luar negeri yang membutuhkan harga kompetitif dan stabil dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, segmen B2C memungkinkan penerapan margin yang lebih fleksibel karena transaksi dilakukan secara langsung dengan wisatawan. Perbedaan karakteristik tersebut menyebabkan perusahaan membutuhkan pengaturan margin yang lebih jelas agar konsistensi harga dan keuntungan dapat dipertahankan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang memengaruhi proses penetapan harga. Faktor internal meliputi keterbatasan sumber daya manusia, belum tersedianya sistem pemantauan kurs yang terintegrasi, belum adanya divisi khusus manajemen risiko valuta asing, serta belum adanya standar pembagian margin antara segmen B2B dan B2C. Sementara itu, faktor eksternal mencakup karakteristik paket wisata yang bersifat *custom*, perubahan harga dari penyedia layanan atau vendor, serta kondisi pasar yang dinamis. Setiap perubahan rute perjalanan, jenis akomodasi, dan transportasi lokal dapat memengaruhi struktur biaya paket wisata. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan perubahan komponen biaya dan nilai tukar secara bersamaan dalam menentukan harga jual.

Dari sisi metode penetapan harga, Java Travelline menerapkan pendekatan *cost-based pricing*, yaitu penetapan harga berdasarkan keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Seluruh komponen biaya paket wisata terlebih dahulu dihitung menggunakan mata uang Rupiah berdasarkan biaya aktual, kemudian dikonversikan ke mata uang asing dengan mengacu pada kurs yang berlaku. Untuk mengantisipasi perubahan nilai tukar, perusahaan menambahkan *buffer* atau cadangan biaya sekitar 5% dari total biaya paket wisata. Langkah tersebut digunakan sebagai upaya mengurangi risiko kerugian akibat perubahan kurs setelah penawaran harga diberikan kepada pelanggan. Namun, penggunaan persentase *buffer* yang sama belum sepenuhnya mampu mengantisipasi perubahan nilai tukar yang signifikan dan perbedaan karakteristik fluktuasi antara Dolar Amerika Serikat dan Euro.

Sebagai bahan perbandingan, penelitian ini juga mengamati praktik penetapan harga di Travel Agent Lain. Hasil perbandingan menunjukkan adanya perbedaan dalam pengelolaan sistem penetapan harga, pemantauan kurs, serta pengaturan margin keuntungan. Travel Agent lain telah memiliki sistem penetapan harga yang lebih terstruktur melalui kebijakan perusahaan dan pemantauan kurs secara berkala oleh tim khusus. Perbedaan karakteristik penetapan harga antara kedua perusahaan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Perbandingan Karakteristik Java Travelline dan Travel Agent Lain

Aspek	Java Travelline	Dwidaya Tour
SOP Harga	Ada SOP dasar, fleksibel, belum mendalam.	SOP lengkap & seragam dari pusat.
Standar B2B/B2C	Belum ada rumus baku yang memisahkan.	Rumus baku ditetapkan pusat.
Kelola Kurs	Kurs manual harian via BCA/Wise.	Monitoring berkala oleh tim khusus.
Sistem Margin	Fleksibel (20-25%) via manajemen.	Margin terstandar korporasi.
Risiko Kurs	Buffer 5% & penyesuaian saat transaksi.	Dikelola terpusat oleh tim ahli.

Berdasarkan Tabel 1, perbedaan utama kedua perusahaan terletak pada tingkat standardisasi dan pengelolaan risiko nilai tukar. Java Travelline masih menerapkan sistem yang fleksibel dengan penyesuaian berdasarkan kebutuhan operasional, sedangkan Dwidaya Tour memiliki pengelolaan harga yang lebih terstruktur melalui kebijakan terpusat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem penetapan harga yang terstandarisasi dapat membantu perusahaan menjaga konsistensi perhitungan biaya dan margin keuntungan. Namun, penerapan sistem tersebut tetap perlu disesuaikan dengan skala usaha dan karakteristik operasional masing-masing perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis, penambahan *buffer* sebesar 5% yang diterapkan Java Travelline telah membantu mengantisipasi perubahan nilai tukar dalam skala kecil. Meskipun demikian, strategi tersebut belum sepenuhnya melindungi margin keuntungan ketika terjadi perubahan nilai tukar yang signifikan atau kondisi ekonomi global yang tidak stabil. Penggunaan persentase *buffer* yang seragam juga belum mempertimbangkan perbedaan karakteristik pergerakan Dolar Amerika Serikat dan Euro. Oleh karena itu, penetapan cadangan biaya perlu disesuaikan dengan kondisi masing-masing mata uang agar perusahaan dapat mempertahankan daya saing harga tanpa mengurangi keuntungan yang diperoleh.

Oleh karena itu, transformasi strategi bisnis bagi Java Travelline perlu segera diarahkan pada formalisasi instrumen keuangan. Pembentukan formula konversi adaptif, integrasi basis data kurs berkala, serta penetapan kebijakan 'price validity' yang ketat (misalnya kuotasi harga hanya berlaku maksimal 14 hari kerja) akan memperkuat daya ketahanan finansial perusahaan dari ancaman kerugian selisih kurs moneter internasional.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Java Travelline dalam meningkatkan efektivitas penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing. Strategi tersebut diawali dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus penetapan harga berbasis mata uang asing serta menetapkan standar kurs yang konsisten sebagai acuan dalam proses konversi harga. Selain itu, perusahaan perlu menerapkan sistem *buffer* dinamis dengan persentase sebesar 3–5% untuk Dolar Amerika Serikat (USD) dan 5–7% untuk Euro guna mengantisipasi perubahan nilai tukar.

Perusahaan juga perlu mengembangkan rumus penetapan harga standar yang terpisah untuk segmen *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C) agar perhitungan harga dapat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen. Penggunaan *spreadsheet* otomatis untuk pemantauan kurs harian juga diperlukan guna mempermudah proses pemantauan dan penyesuaian harga. Selanjutnya, Java Travelline perlu menetapkan standar target margin keuntungan yang baku serta melakukan evaluasi harga secara berkala agar harga paket wisata tetap sesuai dengan kondisi biaya operasional dan perubahan nilai tukar.

Strategi lainnya adalah meningkatkan kerja sama dengan vendor melalui kontrak harga untuk memperoleh kepastian biaya layanan. Perusahaan juga perlu menerapkan sistem masa berlaku penawaran harga (*price validity*) yang ketat, yaitu selama 7–14 hari, guna mengurangi risiko kerugian akibat perubahan nilai tukar setelah penawaran diberikan kepada pelanggan. Penerapan seluruh strategi tersebut diharapkan dapat membantu Java Travelline menciptakan sistem penetapan harga yang lebih terstruktur, konsisten, dan mampu menyesuaikan perubahan kondisi pasar pariwisata internasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi penetapan harga paket wisata berbasis mata uang asing di Java Travelline telah diterapkan melalui proses perhitungan biaya paket dalam mata uang rupiah yang kemudian dikonversikan ke mata uang asing dengan mempertimbangkan nilai tukar yang berlaku. Dalam pelaksanaannya, perusahaan menggunakan pendekatan *cost-based pricing* serta menerapkan penambahan *buffer* untuk mengantisipasi risiko perubahan nilai tukar. Meskipun demikian, proses penetapan harga masih belum sepenuhnya terstandarisasi, terutama dalam hal pemantauan fluktuasi kurs, penentuan margin keuntungan, dan penerapan rumus harga yang berbeda untuk segmen B2B dan B2C.

Kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik dari internal perusahaan maupun eksternal, seperti skala usaha yang masih berkembang, keterbatasan sumber daya manusia, variasi biaya dari vendor, serta karakteristik paket wisata yang bersifat *custom* sesuai kebutuhan wisatawan mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga tidak hanya bergantung pada perhitungan biaya dan nilai tukar, tetapi juga memerlukan pertimbangan terhadap kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, Java Travelline perlu mengembangkan sistem penetapan harga yang lebih terstruktur melalui penyusunan SOP khusus, penggunaan standar kurs yang konsisten, pengembangan rumus harga untuk segmen B2B dan B2C, serta evaluasi harga secara berkala. Dengan penerapan strategi tersebut, diharapkan perusahaan dapat meminimalkan risiko perubahan nilai tukar, menjaga kestabilan harga paket wisata, dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan pasar pariwisata internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Amir, S., & Kistanti, N. R. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi cadangan devisa pariwisata di Indonesia tahun 1990–2023. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik kunjungan wisatawan mancanegara 2021*. Badan Pusat Statistik.

Dian Eka Matra Putra Bangun. (2026). Kurs dan valuta asing dalam sistem perekonomian terbuka: Tinjauan konseptual atas faktor-faktor yang memengaruhi nilai tukar dan volatilitasnya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, 4*(2).

Fadhila, D. I. (2023). *Pengaruh wisatawan mancanegara terhadap tenaga kerja pariwisata di Jawa Timur*.

Fairuuz, N., Nofrian, F., & Desmintari. (2022). Peranan jumlah wisatawan asing, nilai tukar, dan PMDN dalam sektor pariwisata terhadap pendapatan devisa pariwisata Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains, 3*(4), 694–707.

Gayatri, A. (2024). Perbandingan kinerja pariwisata 6 negara Asia Tenggara melalui rata-rata pengeluaran per wisatawan mancanegara sepanjang tahun 2010–2023 menggunakan data UNWTO. *Jurnal Darmawisata*.

Khairatul Nisa, L., Wibowo, A. S., & Mahendra, A. (2024). Pengaruh kunjungan dan pengeluaran wisatawan mancanegara terhadap akomodasi hotel bintang di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pariwisata*, 45–49.

Maulana, A., & Pradjwalita. (2020). Pola musiman kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali. *Jurnal Kemenparekraf*, 13–120.

Nugraha, Y. R. P., & Naylah, M. (2023). Indonesian tourism demand by ASEAN tourist: A panel data analysis. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi, 12*(1), 45–56.

Pratama, I., Az-Zahra, F., & Wulandari, S. (2024). Analisis kunjungan wisatawan mancanegara 2022–2023. *Jurnal Multidisiplin West Science*.

Senen, A. S., Kumaat, R. J., & Mandeij, D. (2020). Analisis pengaruh nilai tukar rupiah, suku bunga acuan Bank Indonesia dan cadangan devisa terhadap inflasi di Indonesia periode 2008: Q1–2018: Q4. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 20*(1).

Shifa, M., Amalia, A., Majid, M. S. A., & Marliyah, M. (2022). Penggunaan mata uang dinar dan dirham sebagai solusi prediksi krisis moneter di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4*(6), 2321–2338.

Soehardi, T., Rahardjo, S., & Putri, L. D. (2021). Kepuasan wisatawan mancanegara dan nusantara ditinjau dari keselamatan, keamanan, kesehatan dan hygiene di desa wisata Indonesia.

Munggaran, E. P., & Aswan, M. K. (2025). Optimalisasi okupansi melalui RevPAR: Analisis strategi revenue management. *Media Bina Ilmiah, 19*(12), 6425–6432.