BAB III

PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subyek, Obyek Dan Lokasi Penelitian

Pada bab in peneliti akan memaparkan tentang deskripsi subyek, obyek, dan lokasi penelitian agar tidak ada kesalah fahaman didalam penelitian selanjutnya.

1. Subyek

Subyek dalam penelitian ini adalah Pemilik dan Karyawan PT. Arifin Travel Sidayu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling* karena peneliti hanya memilih orang-orang tertentu yang dianggap berdasarkan penilaian, hal itu dilakukan karena adanya nilai pengetahuan yang dimiliki oleh subyek mengenai semua tentang strategi komunikasi bisnis PT. ARIFIN TRAVEL ini, berikut yang menjadi informan intinya:

INFORMAN INTI

A. Bapak Zainul Arifin, tanggal lahir 16 februari 1974 dengan usianya sekarang 41 tahun, riwayat pendidikan terakhir adalah lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA), namun sekarang sedang menempuh *study* S1, beliau adalah pemilik dari PT. ARIFIN TRAVEL ini. Jabatan sebagai Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL. Alasan peneliti menjadikan nama tersebut sebagai informan karena beliau adalah pemilik dari PT.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ARIFIN TRAVEL tentunya beliau adalah seseorang yang paling mengetahui dan berpengaruh terhadap jalannya usaha travel agent tersebut.

B. Ibu Kholifah, usia 39 tahun, pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA), sekarang sedang menempuh *study* S1. pekerjaan sebagai wiraswasta sekaligus ibu rumah tangga, jabatan sebagai Wakil Direktur dari PT. ARIFIN TRAVEL. Alasan peneliti menjadikan nama tersebut sebagai informan karena beliau adalah wakil direktur sekaligus istri dari pemilik PT. ARIFIN TRAVEL tentunya beliau juga sangat mengetahui dan turut berperan dalam pelaksanaan bisnis tersebut.

C. Mas Dedy usia 23 tahun, pendidikan terakhir D1 Administrasi di Magistra Utama Surabaya. Ia merupakan anak dari pemilik PT. ARIFIN TRAVEL. Ia bekerja di perusahaan Ayah nya sendiri sendiri sebagai Kepala Bidang Marketing. Alasan peneliti menjadikan nama tersebut sebagai informan karena dalam strategi komunikasi bisnis tentunya tidak luput dari yang namanya marketing (pemasaran), karena ia yang lebih tau mengenai hal ini, maka peneliti memilinya sebagai subyek informan.

D. Mbak Susilawati, usia 25 tahun, pendidikan terakhir S1. Posisi sebagai Kepala Pengawas. Alasan peneliti menjadikan nama tersebut sebagai informan karena ia yang bertugas mengawasi jalannya bisnis ini, baik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bidang operasional, marketing, akomodasi serta keuangan. Tentunya faham dengan strategi bisnis yang dijalankan PT. ARIFIN TRAVEL.

E. Pak Abe usia 40 tahun, pendidikan tertinggi yang di tempuh adalah Sekolah Menengah Atas (SMA), jabatan Kepala bidang Operasional & Akomodasi, Alasan peneliti menjadikan nama tersebut sebagai informan karena dalam strategi komunikasi bisnis tentunya tidak luput dari yang namanya strategi operasional, karena ia yang lebih tau mengenai hal ini, maka peneliti memilinya sebagai subyek informan.

2. Obyek

Obyek penelitian ini adalah kajian tentang strategi komunikasi bisnis yang dilakukan PT. ARIFIN TRAVEL. Alasan peneliti memilih obyek penelitian tersebut karena keberhasilan suatu perusahaan bisa dilihat dari strategi komunikasi bisnis yang dilakukan.

Saat kita berbicara tentang komunikasi bisnis, pada umumnya kita sering mengartikannya sebagai korespondensi dan periklanan. Padahal tidak hanya itu, dari asal suku katanya komunikasi bisnis ini terdiri dari dua suku kata yakni komunikasi dan bisnis.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Sedangkan bisnis adalah aktifitas manusia yang berkaitan dengan pembeli/penjual (pertukaran barang atau jasa utnuk memperoleh keuntungan. Atau secara sederhana bisnis diartikan sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

segala usaha untuk mendapatkan uang.[30] Sedangkan menurut Lawrence D.Brennan mengatakan bisnis merupakan "*a dynamic structure of interchanging ideas, feelings and cooperative effort to get profit*". Atau yang artinya adalah suatu stuktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha bersama untuk mendapatkan keuntungan.[31]

Komunikasi bisnis (*bussiness communication*) merupakan komunikasi yang dilakukan antarmanusia, manusia dengan institusi, institusi dengan institusi, yang berkaitan dengan pertukaran barang atau jasa untuk memperoleh profit.[32] Namun jangan dilupakan bahwa komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis juga mencakup komunikasi verbal maupun nonverbal.[33]

Komunikasi bisnis melibatkan pertukaran informasi yang terus menerus. Lebih banyak bisnis diperluas, lebih besar tekanannya pada bisnis tersebut untuk menemukan cara komunikasi yang lebih efektif bersama para pekerja dan dengan dunia luar. Dengan demikian bisnis dan komunikasi berjalan bergandengan tangan.

3. Lokasi

A. Profil PT. ARIFIN TRAVEL

a. Sekilas PT. ARIFIN TRAVEL

[30] Soeganda Priyatna, Elvaro Ardianto, Komunikasi Bisnis (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), hlm. 24
[31] *Ibid.*, hlm. 24
[32] *Ibid.*, hlm. 25
[33] Djoko Purwanto, *Komuniaksi Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PT. ARIFIN TRAVEL, berdiri pada tanggal 16 Oktober 2007. Didirikan oleh bapak Zainul Arifin, yang berawal dari inisiatif dan inovatif ingin memberikan layanan dan rasa nyaman atas kemajuan modernisasi angkutan dan pariwisata. Seiring berjalannya waktu kami terus berkembang dan berjalan mengikuti informasi layanan terbaru yang mampu memberikan kemudahan layanan trasportasi dan khususnya pariwisata bagi masyarakat.

PT. ARIFIN TRAVEL ini merupakan salah satu perusahaan Travel terbesar di daerah Gresik Jawa Timur, sekitar pantura. Bergerak di bidang Pengantaran, Penjemputan, Tiket Pesawat, Money Changer, Bidang Travel, Pengurusan Pasport dan Persewaan Mobil.

b. Visi dan Misi PT. ARIFIN TRAVEL

Dengan visi utamanya adalah mewujudkan pariwisata dan perjalanan yang berkesan, edukatif, edukasi, dan mengembangkan daerah pariwisata di daerah maupun nusantara. Dan nantinya menjadi perusahaan yang kompetitif serta terbaik di layanan dan kualitasnya.

Dan dengan misi sebagai berikut :

- Memberi layanan yang maksimal
- Mewujudkan perjalanan yang berkesan
- Menjadi biro perjalanan yang senantiasa membantu mengembangkan potensi pariwisata daerah dan nusantara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Sistematis dan inovatif
- Berkembang memberi sisi positif dalam setiap perjalanan
- Edukasi dan edukatif

c. Lokasi Kantor Pusat

Desa Golokan No. 123 Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik, Jawa Timur.

Telp. 031-3940728 / 081332590550 / 08113424282. Pin BB. 22BAA595

d. Kantor Cabang

Lokasi Kantor Cabang kami tersebar di beberapa daerah di Propinsi Jawa Timur, antara lain : Gresik,Tuban, Bojonegoro, Lamongan, Lumajang, Probolinggo, Bondowoso, Banyuwangi, Tulungangung dan Madura.

e. Jasa yang ditawarkan

Ada beberapa jasa yang ditawarkan, diantaranya sebagai berikut :

- Tiket semua maskapai domestik & Internasional
- Tiket kapal laut & kereta api
- Travel antar kota
- Travel pengantaran Bandara bisa jemput ke rumah (PP)
- Paket tour wisata (keluarga/pasangan/sekolah/dll)
- Pengurusan passport 24/48
- Pengurusan visa 3 bulan / visa ikut suami / calling visa

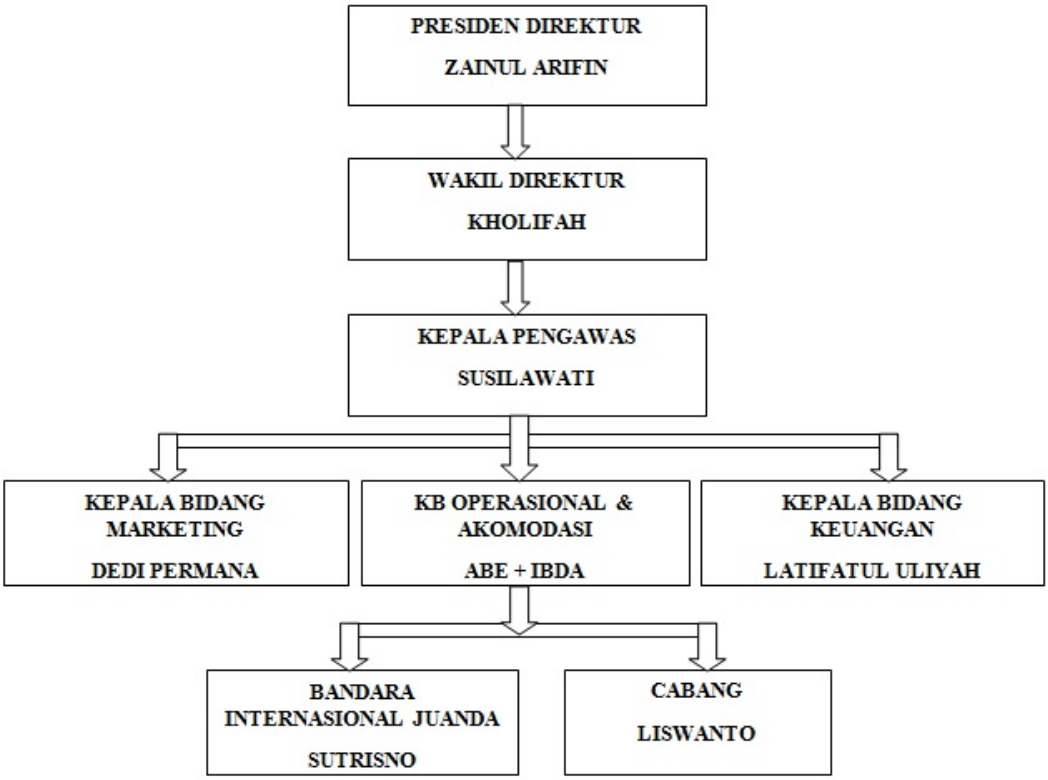
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Sewa mobil
- Money changer

f. Struktur Organisasi

Bagan 1.2

Struktur Organisasi PT. ARIFIN TRAVEL



B. PENYAJIAN DATA

1. Pentingnya Komunikasi Bisnis bagi PT. ARIFIN TRAVEL

Perlu diketahui, bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Sedangkan bisnis adalah aktifitas manusia yang berkaitan dengan pembeli/penjual (pertukaran barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Atau secara sederhana bisnis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diartikan sebagai segala usaha untuk mendapatkan uang.[34] Sedangkan menurut Lawrence D.Brennan mengatakan bisnis merupakan "*a dynamic structure of interchanging ideas, feelings and cooperative effort to get profit*". Atau yang artinya adalah suatu stuktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha bersama untuk mendapatkan keuntungan.[35]

Wawancara pertama yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Zainul Arifin dengan menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan seberapa pentingnya peran komunikasi dalam menjalankan bisnis *travel agent*. Seperti yang dikatakan :

> "Penting iku mas, karena basis kita kan usaha bidang jasa yang berhubungan lansung dengan konsumen, dimana kita memberikan pemahaman, pengertian dan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen kita dengan jasa-jasa yang kami tawarkan,sehingga konsumen tertarik untuk mengambil atau memilih jasa-jasa dari kami".[36]

Dari wawancara pertama yang peneliti lakukan kepada bapak Zainal Arifin dapat diketahui bahwa komunikasi memang merupakan faktor yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dari dunia bisnis, dimana komunikasi disini difungsikan sebagai alat untuk memberikan pemahaman, pengertian dan informasi kepada komunikan/konsumen, dengan harapan agar konsumen menjadi tertarik dengan jasa yang kita tawarkan.

Dari sini kita melihat ada dua fungsi dari komunikasi bisnis, yakni Fungsi informatif dan fungsi persuasif, dimana suatu fungsi informatif ini yang diganakan tidak hanya untuk merubah domain kognitif khalayak

[34] Soeganda Priyatna, Elvaro Ardianto, *Komunikasi Bisnis* (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), hlm. 24
[35] *Ibid.*, hlm. 24
[36] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebatas perubahan pengetahuan, tetapi juga memberikan pilihan-pilihan, mengurangi ketidakpastian dan merubah keadaan bisnis yang sedang Anda lakukan begitu pula dalam membuat keputusan. Sedangkan fungsi persuasif, dimana komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi orang lain melalui treatment tertentu agar orang lain bertindak seperti apa yang kita inginkan.

Dan hal ini juga diperkuat dengan jawaban dari Mas Dedi Permana yang mengatakan bahwa :

> ”Pengaruhya besar mas, dengan komunikasi bisa meminimalisir kesalahpahaman antar karyawan maupun dengan pelanggan-pelanggan”.[37]

Disini juga dapat dijelaskan bahwa komunikasi memang sangat besar pengaruhnya, dimana dengan komunikasi bisa meminimalisir segala bentuk hal yang kurang baik dari akibat kesalahpahaman dalam berkomunikasi baik kepada sesama karyawan maupun dengan para konsumen.

Karena pada dasarnya komunikasi dalam dunia bisnis merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan untuk mewujudkan tujuan organisasi atau suatu lembaga. Tetapi seringkali orang mengabaikan arti penting komunikasi dalam dunia bisnis.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa kendala dalam berkomunikasi tetap pasti ada, dan dalam hal ini juga dijelaskan oleh bapak Zainal Arifin bahwa :

[37] Wawancara Dengan Mas Dedi Permana, Kab. Marketing PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 13:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Opo yo mas..... mungkin pas rapat evalusi, biasanya kan ada perbedaan pendapat antara yang satu dengan yang lain tu, dengan kumpul bersama bertukar pendapat dapat membantu membuat suatu keputusan yang terbaik dari beberapa pendapat yang ada".[38]

Disini dijelaskan bahwa pada waktu rapat evaluasi biasanya ada perbedaan pendapat, namun dengan rapat evaluasi diharapkan dapat saling bertukar pendapat dan dapat membuat keputusan yang terbaik bagi keberlangsungan PT. ARIFIN TRAVEL.

Dalam hal ini bapak Zainal Arifin juga menambahkan lagi terkait komunikasi yang terjadi antara anda dengan karyawan-karyawan (team work) nya, dimana beliau mengatakan sebagai berikut:

> "Alhamdulillah berjalan sebagaimana mestinya, namun ya gitu mas terkadang ya ada kendalanya, kalau komunikasinya ya paling saat rapat, atau saat ada hal penting yang ingin dibicarakan, kadang ya secara langsung kadang juga lewat telepon, fleksibel aja tergantung kebutuhan mas".[39]

Dimana dalam berkomunikasi yang terjadi berjalan dengan baik, namun terkadang juga ada kendala, adapun komunikasi internal yang terjadi ialah saat rapat dengan karyawan-karyawan maupun saat ada hal penting yang ingin dibicarakan, terkadang menggunakan media telepon maupun secara langsung, tergantung kebutuhan.

Dalam komunikasi yang terjadi terkadang juga ada yang namanya perselisihan, namun dalam perselisihan itu juga harus diselesaikan, karena untuk kemajuan dan keberlangsungan bisnis yang dijalankan PT. ARIFIN

[38] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00
[39] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

TRAVEL ini, adapun caranya adalah melakukan rapat evaluasi, dimana dengan perbedaan pendapat yang ada sebenarnya bagus, namun tetap pada akhirnya harus memutuskan pada satu ketetapan yang terbaik bagi bisnis travel agent ini.

> "Ada mas, waktu itu pernah ada konsumen yang gak jadi terbang gara-gara salah informasi jam dari teman sesama karyawan dan pada waktu itu saya juga lupa mengecek ulang, kami kurang teliti waktu itu jadi ya mau tidak mau kami mengganti tiketnya dan mengusahakan dia bisa terbang di hari yang sama, namun ya gitu konsumen marah-marah gara-gara ketelodaran kami, tapi alhamdulillah setelah kami coba menjelaskan akhirnya konsumen bisa mengerti".[40]

Disini dijelaskan bahwa pernah ada suatu kejadian akibat salah memaknai sebuah pesan, atau kesalahan informasi, ada konsumen yang sampai marah-marah karena tidak jadi terbang, dan karena karyawan kurang teliti tidak mengecek kembali, terpaksa harus mengganti tiketnya dan mengusahakan agar konsumen bisa terbang dihari yang sama, untungnya dengan penjelasan yang baik akhirnya konsumen bisa mengerti.

Kesalahpahaman dalam memaknai sebuah pesan ternyata dapat memberikan dampak yang sangat besar, yang awalnya hal ini tidak disangka-sangka, siapa tahu hanya karena salah informasi jam sehingga konsumen gagal terbang sesuai jam yang diharapkan konsumen.

Dalam proses komunikasi, semua pesan atau informasi yang dikirim akan diterima dengan berbagai perbedaan oleh penerima pesan

[40] Wawancara Dengan Mbak Susilawati, Kepala Pengawas PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 14:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau informasi, baik karena perbedaan latar belakang, persepsi, budaya maupun hal lainnya. Untuk itu, suatu pesan atau informasi yang disampaikan hendaknya memenuhi 7 syarat (7C), dimana dari wawancara diatas ada syarat-syarat yang belum terpenuhi, salah satunya adalah *Completeness* (Lengkap), dimana suatu pesan atau informasi dapat dikatakan lengkap bila berisi semua materi yang diperlukan agar penerima pesan dapat memberi tanggapan yang sesuai dengan harapan pengirim pesan. Dan *Correctness* (Ketelitian), dimana pesan hendaknya dibuat dengan teliti, menggunakan tata bahasa, tanda baca dan ejaan dengan benar (Formal atau resmi), sehingga kesalahpahaman dalam berkomunikasi dapat diminimalisir dengan baik.

Dari sinilah dapat dilihat bahwa komunikasi sangatlah penting dalam dunia bisnis, setiap hal yang dilakukan di PT. ARIFIN TRAVEL inipun tak luput dari yang namanya komunikasi, segala masalah dapat timbul dari komunikasi, dan segala masalahpun dapat diselesaikan dengan komunikasi, hal ini seperti yang sudah dijelaskan oleh Mbak Susilawati diatas bahwa setelah memerikan penjelasan kepada konsumen akhirnya konsumen bisa mengerti.

Namun hal ini berbeda dengan yang disampaikan oleh Bapak Zainal Arifin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

”Paling perbedaan pendapat di rapat aja mas, setelah rapat selesai sudah selesai”.[41]

Beliau mengatakan bahwa kesalahpahaman yang terjadi hanya terjadi pada saat rapat saja karena perbedaan pendapat dan persepsi, dimana fungsi rapat disini adalah untuk menyamakan pendapat sehingga setelah rapat selesai, maka selesai sudah kesalahpahaman tersebut, karena sama-sama sadar bahwa ini untuk kemajuan perusahaan kita bersama.

2. Ruang Lingkup Komunikasi Bisnis yang terjadi di PT. ARIFIN TRAVEL

Komunikasi bisnis selalu meliputi dua ruang lingkup kegiatan yakni *Internal Communication* dan *External Communication*. *Internal Communication* adalah komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berada didalam suatu perusahaan.[42]

Dengan kaitannya dengan komunikasi internal, Himstrett dan Batty menyatakan bahwa “*The flow of communication within the organization may be upward, downward, or horizontal directed*”[43] yang maksudnya adalah dimana komunikasi internal ini terdiri dari tiga bentuk, yakni sebagai berikut :

[41] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00
[42] S. Bernard Rosenblatt dkk, Communication In Bussiness (Simon & Suchuster (Asia), 1992), hlm. 23
[43] William C Himstreet dkk, Bussiness English In Communication, Ed. 3, (Fearon-Pitman Publisher, 1975), hlm. 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Downward Communication* (Komunikasi Kebawah), dimana proses komunikasi dalam *downward communication* ini mengalir dari tingkat pimpinan tertinggi atau manajemen puncak ke manajemen yang lebih rendah, dari atas kepada karyawan yang lebih rendah, dan sari pembuat kebijaksanaan sampai akhir pada karyawan operasional.
2. *Upward Communication* (Komunikasi Keatas), dimana proses ini adalah kebalikan dari *downward communication*, yakni dimulai dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke hirarki wewenang yang lebih tinggi, biasanya mengalir sepanjang rantai komando.
3. *Horizontal Or Lateral Communication*, dimana dimana komunikasi ini terjadi anata dua pihak yang berbeda dalam tingkatan hirarki wewenang yang sama atau level yang sama, biasanya komunikasi yang dilakukan adalah dalam bentuk koordinasi.

Menurut informan kami mengenai komunikasi internal yang terjadi di PT. ARIFIN TRAVEL adalah sebagai berikut :

"Kalau sama atasan ya biasa aja mas, paling dapat tugas ini itu aja, lebih ke penugasan dan pelaporan kalau menurutku, kalau dengan team work maupun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesama karyawan paling ya saling membantu dan saling melengkapi kalau ada kesulitan apa atau apa gitu sih".[44]

Disini dijelaskan bahwa komunikasi dengan atasan paling dapat tugas, lebih kepada penugasan/pelaporan. Sedangkan dengan *teamwork* atau sesama karyawan biasanya saling membantu dan saling melengkapi jika ada kesulitan dalam bekerja.

Ditambahkan lagi oleh informan yang lain :

"Nek karo Pak Arifin paling ketemu yo nek pas rapat evaluasi ae, nek podo-podo karyawan yo paleng ngomongno soal kerjoan mas, nek nang anak buah kadang yo negur nek ono seng lambat teko opo keturon, soale montore kan kudu mlaku teros".[45]

Disini dijelaskan bahwa kalau komunikasi dengan Atasan (Bapak Arifin) biasanya ketemu pada saat rapat evaluasi. Kalau sesama karyawan paling-paling berbicara terkait dengan kerja. Kalau kepada bawahan baiasanya berupa teguran kalau terlambat datang atau karena ketiduran, karena dalam operasional mobil ini harus jalan atau beroperasi sesuai jadwalnya.

Dari kedua keterangan diatas dapat dijelaskan bahwa komunikasi internal yang terjadi disini adalah sama seperti yang dikatakan Himstrett dan Batty, yakni *Downward Communication, Upward Communication* dan *Horizontal Or Lateral Communication*.

[44] Wawancara Dengan Mbak Susilawati, Kepala Pengawas PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 14:00
[45] Wawancara Dengan Bapak Abe, Kab. Operasional & Akomodasi PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 12.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Downward Communication antara bos dan karyawan ini terjadi saat ada peneguran ataupun perintah. *Upward Communication* dimana antara karyawan kepada bosnya ini terjadi saat ada penyerahan tugas/pelaporan kerja, serta pada saat rapat. Sedangkan *Horizontal Or Lateral Communication* dimana antara sesama karyawan ini terjadi disaat ada kebutuhan dalam pekerjaan seperti meminta bantuan dan saling melengkapi disaat ada kesulitan dalam bekerja.

Sedangkan *external communication* dalam kaitannya dengan komunikasi eksternal ini, pelaksanaan komunikasinya dilakukan oleh pihak organisasi atau perusahaan melalui kesepakatan manajemen yang melakukan kegiatan komunikasi dengan pihak luar atau dengan kata lain publik yang berada diluar organisasi yang tentunya harus menjadi perhatian. Karena bagaimanapun juga tanpa dukungan publik luar ini keberhasilan suatu organisasi perusahaan atau bisnis akan sulit tercapai.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan informan kami mengenai komunikasi eksternal yang terjadi di PT. ARIFIN TRAVEL adalah sebagai berikut :

> "Bisa dikatakan sangat baik ya, karena faktor eksternal ini lah yang mensupport kami, seperti dengan maskapai dimana mereka juga membantu kami dalam berpromosi, membantu kita mendapatkan pelanggan, dan sebagainya".[46]

[46] Wawancara Dengan Mas Dedi Permana, Kab. Marketing PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 13:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Disini dijelaskan bahwa hubungan komunikasi dengan partner bisnis diluar sangat baik, justru mereka lah yang menjadi pendukung kami dalam melakukan promosi dan membantu mendaatkan pelanggan.

Ditambahkan lagi oleh informan yang lain :

> "Sejauh ini sangat baik, karena bagi kami partner bisnis itu sebuah ladang emas, yang kita harus selalu menjaganya dan memupuknya. sehingga hubungan baik itu terus berjalan, agar jangan sampai ada perpecahan, karena kita bisa sebesar ini juga berkat mereka".[47]

Disini dijelaskan bahwa partner bisnis memang sangat penting, kita harus terus menjaga tali silaturrahi agar hubungan baik terus berjalan, karena kita sebesar sekarang juga karena mereka.

Ternyata memang benar dukungan dari publik luar mampu menghantarkan suatu usaha/bisnis menuju keberhasilannya, dan ini pula yang sedang dirasakan oleh PT. ARIFIN TRAVEL. Karena berkat publik luarlah yang turut membantu dalam promosi dan menambah pelanggan.

3. Strategi PT. ARIFIN TRAVEL dalam menghadapi kompetitor

Sebelum kita menyusun strategi untuk menghadapi kompetitor, alangkah baiknya kita harus tahu dulu siapa kompetitor kita. Kompetitor adalah orang yang bersaing atau para kompetitor yang saling berlomba untuk memojokkan perusahaan lawan.[48]

Terkait dengan mengenali kompetitor, selanjutnya peneliti bertanya lagi dengan Bapak H. Arifin. Dan dengan cepat ia langsung menjawabnya :

---

[47] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00
[48] http://kamusbahasaindonesia.org/kompetitor.2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Ya ini mas disebelah kan juga ada kantor travel agent, didepan sana juga ada, kalau kenal sih enggak Cuma tahu, oh ini saingan kita, oh itu saingan kita, kita pelajari plus minusnya bila perlu, tapi ya kalau soal saingan ini sudah menjadi hal yang wajar dalam dunia bisnis mas, kita harus pintar-pintar berinovasi supaya tidak kalah dengan pesaing kita seperti Ayu Indah dan travel sebelah itu apa ya namanya, aku lupa mas nanti sampean bisa lihat sendiri aku lupa soale, tapi karena kita yang lebih dulu berdiri jadi ya masyarakat lebih mengenal kita. namun hal ini juga tidak bisa disepelekan, karena bisa juga suatu saat pesaing kita mengalahkan kita, namun kita tetap berusaha yang terbaik untuk mempertahankan posisi kami dimata pelanggan atau masyarakat".[49]

Disini dijelaskan bahwa didekat sini juga ada kompetitor kita, dan kita cukup paham yang mana yang menjadi saingan kita, kita pelajari plus minusnya juga, dengan adanya kompetitor ini kita harus pinter-pinter berinovasi agar tidak kalah dengan pesaing, seperti Ayu Indah dll.

Dari sini dapat dijelaskan bahwa mengenali kompetitor bisnis kita itu sangat penting, karena kompetitor merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip.

Hal-hal yang perlu diketahui dari pesaing dan terus-menerus kita pantau adalah produk pesaing (dalam hal ini adalah bentuk jasa-jasa yang ditawarkan travel agent tersebut), baik kualitas pelayanan, promosi, atau lainnya. Kita bandingkan kelebihan produk yang dimiliki pesaing berikut

[49] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelemahan yang dimilikinya dengan produk kita. Di samping itu, pengusaha juga harus mampu menangkap peluang yang ada di pasar sebelum ditangkap pesaing. Seorang pengusaha diharapkan mampu menciptakan peluang-peluang baru. Namun, pengusaha juga harus waspada terhadap setiap ancaman yang ada sekarang dan di masa yang akan datang. Ancaman yang dilakukan pesaing dapat secara langsung menyerang kita atau secara pelan-pelan (bergerilya).

Dengan adanya kompetitor, tidak menutup kemungkinan akan ada gejolak diantara satu sama lainnya, namun hal ini tergantung juga bagaimana komunikasi yang telah mereka bangun selaku sesama pelaku bisnis, dalam kaitannya dengan masalah dan cara menyikapi kompetitor Bapak Zainal Arifin menjelaskan :

> "Alhamdulillah belum pernah ada, yo ojok sampek mas ono masalah karo saingan, opo maneh sampek gegeran, nek iso yo apik-apik an ae mas, podo-podo nggolek rejekine, wong rejeki yo pangeran seng ngator, saingan yo saingan tapi seng apik, gak ngono ta mas?".[50]

Maksudnya ialah belum pernah ada masalah, kalau bisa jangan sampai ada masalah dengan kompetitor, apa lagi sampai bermusuhan, kalau bisa berbaik-baikan saja, sama-sama mencari rejeki, rejeki juga Tuhan yang mengatur, persaingan boleh saja tapi dengan baik, bukan begitu?

[50] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Disini dijelaskan bahwa walaupun ada masalah dengan kompetitor tetap diselesaikan dengan baik, tidak dengan menggukan cara-cara yang jelek.

Dari sini kita dituntut untuk selalu berinovasi adalah cara yang, agar bisnis bisa selalu eksis menghadapi gempuran produk lainnya. Jangan lupa dibarengi dengan pelayanan yang memuaskan. Anda memang selalu dituntut untuk selalu memunculkan ide atau gagasan baru dalam menghadirkan produk terbaru.

Sehingga jangan pernah menggunakan cara-cara yang tidak sehat atau terkesan licik. Cara yang keliru itu seperti menjelek-jelekan reputasi dari toko tertentu, mencuri pelanggan dengan cara yang tidak benar dan membuat kabar tidak benar atau memfitnah kalau toko tertentu telah melakukan penipuan tanpa adanya bukti akurat.

Berbagai cara ini hanya akan menurunkan kredibilitas usaha Anda. Bila konsumen Anda mengetahuinya, maka berdampak buruk bagi keberlangsungan bisnis. Sehingga dalam bisnis kini perlu adanya upaya atau cara (strategi) anda agar konsumen tidak pindah ke kompetitor.

Karena usaha adalah hubungan dengan pelanggan, oleh sebab itu, sangat penting bagi anda yang ingin bersaing dengan pebisnis lainnya untuk memperhatikan masalah pelayanan terhadap pelanggan anda. Pelanggan adalah seseorang yang mampu menilai usaha yang anda sedang tekuni, jika anda bisa mempertahankan pelanggan anda, maka anda sudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa dikatakan telah menjadi lebih unggul dari pesaing usaha anda saat ini.[51]

Seperti yang dijelaskan melalui wawancara berikut :

> "Yang pasti memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan harga yang termurah, prosesnya juga kita permudah dan percepat, kan biasanya ada itu mas kadang travel agent yang malah mempersulit pelanggan.tapi buat kami yang pasti yang terbaik saja buat pelanggan agar pelanggan mau kembali lagi ke kami, tidak pindah ke tempat lain".[52]

Disini dijelaskan bahwa dengan cara memberikan pelayanan terbaik, memberikan harga yang termurah, mempermudah dan mempercepat prosesnya, karena buat PT. ARIFIN TRAVEL ini konsumen adalah yang terpenting, harus kita berikan yang terbaik agar tidak pindah ke tepat lain.

Dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga usaha kita tidak kalah dengan kompetitor kita. Karena apabila kalah saingan karena pelayanan bisnis yang diberikan lebih baik. Maka coba Anda cermati kembali pelayanan yang selama ini telah diberikan kepada konsumen Anda. Kalau memang sudah baik maka harus terus dijaga dan ditingkatkan.

Karena kualitas pelayanan yang baik akan membawa kepada hal baik, namun walaupun kita sudah melalukan yang terbaik terkadang masalah pasti selalu ada namun dengan begitu kita bisa memperbaiki lagi

[51] www.rkyshop.com motivasi bisnis, motivasi hidup FP, Strategi Bersaing secara Sehat dengan Kompetitor, 2014, https://mobile.facebook.com/motivasi.bisnis.hidup/posts/412934715504711?_rdr
[52] Wawancara Dengan Ibu Kholifah, Wakil Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 11:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan lagi, tidak cukup disitu, seperti yang pernah terjadi ada komplain dari pelanggan karena adanya sedikit kesalahpahaman.

> "Pernah mas, pesawat kan sering delay, kadang juga masih ada pelanggan yang kurang bisa memahami, dikiranya kita yang mengundur-undur keberangkatannya. Cara menghandle nya ya awalnya kita minta maaf atas adanya kejadian delay tersebut, dan coba kita jelaskan perlahan-lahan, tentunya harapan kami dengan penjelasan tersebut pelanggan bisa mengerti dan tidak marah lagi, cuma itu sih mas".[53]

Disini dijelaskan bahwa pernah terjadi kurangnya pemahaman dari pelanggan, padahal pesawat memang sering delay sewaktu-waktu, namun konsumen yang belum pernah tahu atau mengalami hal ini mengiranya pihak Travel yang mengundur-undur, padahal tidak. Namun pihak Travel dengan ikhlas meminta maaf atas kejadian tersebut dan dengan perlahan-lahan menjelaskan kepada pelanggan.

Walaupun begitu kita tetap harus sabar dalam menghadapi konsumen kita dan tentunya dengan berusaha menangani setiap persoalan dengan baik *insyaallah* masalah tersebut akan bisa terselesaikan, karena setiap persoalan tentunya akan ada jalan keluarnya.

> "Dengan minta maaf dan pengertian tadi itu mas, insyaallah bisa mengerti kok mas, karena memang soal delay kan murni bukan kesalahan kami, tapi udah dari pihak maskapainya. Dan alhamdulillah sekarang sudah banyak pelanggan yang bisa memahami tersebut, paling Cuma orang baru saja yang kadang masih suka komplain. Karena sebenarnya kita juga gak mau kalau

[53] Wawancara Dengan Ibu Kholifah, Wakil Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 11:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang kami berikan, karena kami mengutamakan kenyamanan pelanggan".[54]

Disini dijelaskan bahwa caranya ialah dengan meminta maaf dan pengertian dari pelanggan, karena delay ini bukanlah kami yang membuatnya namun langsung dari pihak maskapai, dan untungnya pelanggan yang pernah mengalami delay ini bisa mengerti dan memahami, hanya orang-orang baru saja yang belum pernah mengetahui atau merasaan delay yang terkadang masih suka komplain.

Hal inipun sama dengan yang dilakukan oleh informan yang lain, yakni dengan cara meminta maaf terlebih dahulu kemudian memberikan pengertian dan penjelasan.

"Ya itu tadi mas marah karena gagal terbang, tapi lebih tepatnya penerbangannya ditunda itu, ya caranya dengan memberi pengertian aja mas, tentunya harapan kami dengan penjelasan tersebut pelanggan bisa mengerti dan tidak marah lagi, cuma itu sih mas".[55]

a) Strategi Operasional

Strategi operasional merupakan salah satu faktor terpenting dalam penggerak roda bisnis. Dimana faktor ini yang mampu membuat PT. ARIFIN TRAVEL sebesar ini sekarang dengan peluang besar yang ada. Hal ini juga tidak luput dengan cara mereka mempertahankan posisi nya.

Jawaban yang dilontarkan Bapak H. Arifin mengenai tanggapan yang berhubungan dengan peluang dan cara PT. ARIFIN TRAVEL

[54] Wawancara Dengan Ibu Kholifah, Wakil Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 11:00
[55] Wawancara Dengan Mbak Susilawati, Kepala Pengawas PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 14:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertahankan posisinya sebagai salah satu *travel agent* terbesar di Gresik adalah sebagai berikut :

> "Cukup besar mas, apa lagi cabang kita kan sudah ada dibeberapa kota di Jawa Timur jadi tidak lagi hanya di Gresik, bukan e sombong gampang e ngene mas ndek luar Gresik ae wes berkembang, dipusatnya juga harus lebih berkembang lagi. Caranya dengan terus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, dengan kemudahan-kemudahan, sekarang mau apa-apa sudah mudah mas, perkembangan teknologi ini sebabnya, mau rental mobil cukup telpon aja udah bisa mas gak perlu jauh-jauh dateng kesini dulu, serba mudah dan memang kita buat lebih mudah".[56]

Disini dijelaskan bahwa peluang PT.ARIFIN TRAVEL ini tergolong cukup besar, karena cabangnya sudah ada di beberapa kota di Jawa Timur dan tidak hanya di Gresik saja, kalau kantor cabangnya saja sudah berkembang berarti pusatnya harus lebih berkembang lagi tentunya. Dengan cara terus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik beserta kemudahan-kemudahan, seperti kalau ingin rental mobil cukup telpon saja, tidak perlu susah-susah datang ke kantor nya.

Terkait dengan strategi operasional, disini terfokus pada daya saing. Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing (*competitive advantage*) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif.

Berkaitan dengan hal ini, jawaban yang dilontarkan Bapak Zainal Arifin mengenai tanggapan yang berhubungan dengan kenapa keunggulan

[56] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daya saing dan sebab kelayakan PT. ARIFIN TRAVEL dipilih oleh konsumen dibandingkan *travel agent* lain adalah sebagai berikut :

> "Karena kita lebih unggul dan jasa yang kami tawarkan lebih bervariasi dari pada travel agent lain.untuk keunggulannya sendiri ada beberapa poin mas yang perlu sampean catat. Pertama, tempat yang nyaman, aman dan strategis (mudah dijangkau) dengan beberapa cabang dibeberapa kota di Jawa Timur. Kedua, menerima jasa pengantaran dan penjemputan ke Bandara Juanda maupun tujuan lain 24 jam dengan jumlah mobil sangat mencukupi, jadi tidak perlu khawatir tidak kebagian atau kehabisan tempat duduk. Ketiga, menyediakan tiket pesawat, kapal dan kereta api dengan harga termurah dari maskapai nasional maupun internasional. Keempat, menyediakan penukaran uang asing dari berbagai negara dengan harga yang lebih miring dibanding money changer lain. Kelima, pengurusan passport dan visa yang cepat dengan biaya ringan. Keenam, rental mobil dengan beberapa merk dan tipe mobil. Ketujuh, menyediakan paket tour wisata bagi keluarga, pasangan, sekolah dan lainnya. Kedelapan, sistem booking dan pembayaran yang mudah, bisa lewat sms, telepon, bbm, transfer maupun via online melalui website. Kesembilan, memberikan jasa lowongan kerja bagi TKI ke Malaysia serta pengurusannya, mungkin poin-poin itu yang jadi keunggulan kami mas".[57]

Dari jawaban ini bisa dijelaskan bahwa PT. ARIFIN TRAVEL ini memiliki beberapa keunggulan dibanding travel agent yang lain, diantaranya sebagai berikut :

- Tempat yang nyaman, aman dan strategis (mudah dijangkau) dengan beberapa cabang dibeberapa kota di Jawa Timur.
- Menerima jasa pengantaran dan penjemputan ke Bandara Juanda maupun tujuan lain 24 jam dengan jumlah mobil sangat mencukupi,

[57] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jadi tidak perlu khawatir tidak kebagian atau kehabisan tempat duduk.

- Menyediakan tiket pesawat, kapal dan kereta api dengan harga termurah dari maskapai nasional maupun internasional.
- Menyediakan penukaran uang asing dari berbagai negara dengan harga yang lebih miring dibanding money changer lain.
- Pengurusan passport dan visa yang cepat dengan biaya ringan.
- Rental mobil dengan beberapa merk dan tipe mobil.
- Menyediakan paket tour wisata bagi keluarga, pasangan, sekolah dan lainnya.
- Sistem booking dan pembayaran yang mudah, bisa lewat sms, telepon, bbm, transfer maupun via online melalui website.
- Memberikan jasa lowongan kerja bagi TKI ke Malaysia serta pengurusannya, mungkin poin-poin itu yang jadi keunggulan kami mas.

Dalam strategi operasional, faktor produksi juga menjadi hal yang penting dalam strategi ini seperti tenaga kerja, modal maupun infrastruktur. Dimana tanpa tenaga kerja yang kompeten pastinya bisnis ini akan macet, modal yang memadai, serta infrastuktur yang cukup.

> "Ini juga penting mas, soal tenaga kerja kami juga memilih yang kandidat yang terbaik yang juga bisa kami dipercayai dapat menjalankan tugasnya dengan baik, kalau soal modal ya semua modal dari saya mas, karena usaha ini saya rintis sendiri dari nol, kalau infrastruktur kita juga pikirkan itu mas, sekali lagi kami ingin membuat pelanggan kami nyaman dan kembali lagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahkan terus-terusan menggunakan jasa kami, mulai dari outlet, mobil, dan lainnya sangat kita perhatikan dan kita usahakan yang terbaik untuk pelanggan kami".[58]

Hal ini juga didukung dengan pernyataan informan lain, dimana dia mengatakan :

"Usaha nek gak ono pekerja e yo gak iso jalan mas, gonok duit yo mandek, infrastuktur e rusak yo gak iso digawe. Intine faktor produksi iku penting seru, nek gak ono iku gak ono usaha utowo bisnis".[59]

Maksudnya adalah dimana suatu bisnis kalau tidak ada tenaga kerjanya maka bisnis itu tidak bisa berjalan, tidak ada modal bisnis itu akan berhenti, kalau infrastruktur nya rusak tidak bisa dipakai, intinya faktor produksi itu sangat penting,kalau tidak ada faktor tersebut maka tidak ada yang namanya bisnis.

Selanjutnya ditanya mengenai adakah peraturan pemerintah yang dapat membatasi PT. ARIFIN TRAVEL untuk terus berkembang dan lebih maju lagi, beliau menjawab sebagai berikut :

"Tidak ada mas, cuma awal-merintisnya dulu penuh perjuangan, sekarang karena sudah besar mau ngurus apa-apa sudah lebih mudah, gak seperti dulu yang waktu masih awal-awal, susah sekali mas".[60]

Dari sini kita ketahui bahwa pemerintah tidak membatasi langkah PT. ARIFIN TRAVEL untuk terus maju dan melebarkan sayapnya, namun dulu saat usaha ini masih kecil sangat susah untuk megurus perizinan dan sebagainya, tapi saat ini sudah tidak lagi.

---

[58] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

[59] Wawancara Dengan Bapak Abe, Kab. Operasional & Akomodasi PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 12.00

[60] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Strategi Pemasaran

Terkait dengan strategi pemasaran, disini fokus pada bauran komunikasi pemasaran. Bauran komunikasi pemasaran yang digunakan berupa produk, harga, tempat dan promosi. Seperti yang dijelaskan dalam Teori *Marketing Mix* 4P yang dijelaskan oleh Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran, yaitu *Product, Price, Promotion* dan *Place*. Dengan masing-masing "P" berisikan keputusan yang apabila digabungkan akan membentuk sebuah nilai jual bagi para konsumennya.[61]

Perlu diketahui bahwa PT. ARIFIN TRAVEL ini merupakan salah satu perusahaan Travel terbesar di daerah Gresik Jawa Timur, sekitar pantura. Bergerak di bidang Pengantaran, Penjemputan, Tiket Pesawat, Money Changer, Bidang Travel, Pengurusan Pasport dan Persewaan Mobil.

Dengan misi utamanya adalah menyediakan total solusi kepada setiap pelanggan dan turut serta dalam meningkatkan kemudahan jalur transportasi terutama untuk sektor bisnis, ketenaga kerjaan dan pendidikan.

Seperti yang telah dijelaskan Bapak H. Arifin melalui wawancara :

"Di PT. ARIFIN TRAVEL ini kita melayani jasa mulai dari Pengantaran dan Penjemputan ke Bandara Juanda, Tiket Pesawat, Money Changer, Bidang

[61] Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prehalindo, 1997), hlm. 439.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Travel, Pengurusan Pasport, Persewaan Mobil dan juga jasa lowongan kerja bagi TKI ke Malaysia".[62]

Hal ini ditambahkan dengan pernyataan terkait kemudahan dalam menperoleh jasa di PT. ARIFIN TRAVEL

"Mboten mas, kita tidak hanya melayani di outlet-outlet saja tapi dipermudah bisa lewat online biasanya untuk tukar uang asing, telpon juga bisa, kalau pulsa lagi minim bisa sms atau bbm aja, kita selalu mempermudah pelanggan kami kok".[63]

Produk jasa yang ditawarkan disini cukup beragam dan bervariasi, sehingga konsumen cukup dimanjakan dengan berbagai layanan jasa yang telah disediakan PT. ARIFIN TRAVEL ini, mereka tidak perlu lagi bingung-bingung dan repot-repot untuk mendapatkan jasa travel. Dan tentunya dengan harga yang terjangkau.

Pada saat ini, bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Karena itu, penenuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutup, sehingga pada akhirnya

[62] Wawancara Dengan Bapak Zainal Arifin, Presiden Direktur PT. ARIFIN TRAVEL, 2 Juli 2015 Pukul 10:00
[63] Wawancara Dengan Mas Dedi Permana, Kab. Marketing PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 13:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan menderita rugi. Maka, salah satu prinsip dalam penentuan harga adalah penitikberatan pada kemauan pembeli terhadap harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan beserta laba yang diinginkan.[64]

Berikut jawaban yang dilontarkan Mas Dedi Permana mengenai strategi harga yang ditentukan dan apakah ada konsumen yang komplain dengan harga yang ditetapkan PT. Arifin Travel.

> "Alhamdulillah belum ada yang komplain mas, paling sering itu yang rombongan paling-paling bilang "gak dikorting ta mas rombongan loh", sekedar gitu aja sih, karena soal harga memang kita sudah sesuaikan dan memang kita usahakan memberikan dengan harga yang rendah dan terjangkau bagi semua pelanggan kami".[65]

Selain harga, promosi juga berperan penting dalam strategi pemasaran, karena promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya

[64] Fuad dkk, Pengantar Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000 hlm. 129
[65] Wawancara Dengan Mas Dedi Permana, Kab. Marketing PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 13:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat serta publisitas.[66]

Dalam hal ini promosi biasa dilakukan melalui hal berikut :

> "Untuk promosi biasanya tiap setengah tahun sekali kita sebar brosur, atau menaruh iklan di koran, biasanya ini kerjasama dengan maskapai, selain itu promosi juga dilakukan melalui sms global, banner di kantor-kantor cabang serta didaerah-daerah yang potensial. Lewat website dan blog, mobil dengan cat khusus berlabel Arifin Travel,sticker dan kartu nama. Mungkin itu aja sih cara kami. Dan rata-rata pelanggan tau kami karena kantor cabang kami yang banyak dan menyebar dibeberapa kota. Yang paling terkenal sih karena jasa antar-jemput bandara itu mas, dan kami juga ada kantor cabang disana, mungkin dari situ kita sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan masyarakat memang sudah banyak yang menggunakan jasa kami. Untuk kendala pastinya ada, namun tidak begitu kami rasakan, mungkin karena sudah terbiasa dengan menghadapi berbagai kendala, bahasa kerennya asam garam bisnisnya sudah sering dirasakan heeheehee".[67]

[66] Fuad dkk, Pengantar Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000 hlm. 130
[67] Wawancara Dengan Mas Dedi Permana, Kab. Marketing PT. ARIFIN TRAVEL, 3 Juli 2015 Pukul 13:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id