

akan menjadi kekuatan tersendiri bagi PT. ARIFIN TRAVEL dalam menghadapi kompetitornya.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa dalam berkomunikasi juga ada yang namanya hambatan, salah satunya adalah adanya perselisihan. Namun dalam perselisihan itu juga harus diselesaikan, karena untuk kemajuan dan keberlangsungan bisnis yang dijalankan oleh PT. ARIFIN TRAVEL ini sendiri.

Hambatan lainnya adalah kesalahpahaman dalam memaknai sebuah pesan. Ternyata hal ini juga 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.

Ada hambatan berarti ada jalan keluar, salah satu cara mengatasi hambatan tersebut adalah dengan melakukan komunikasi yang baik, menjelaskan secara perlahan-lahan kepada konsumen agar konsumen bisa mengerti dengan apa yang telah terjadi.

Komunikasi bisnis selalu meliputi dua ruang lingkup kegiatan yakni *Internal Communication* (komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berada didalam suatu perusahaan) dan *External Communication* (komunikasi yang terjadi diantara organisasi disatu pihak dengan pihak-pihak yang berada diluar organisasi).

Dalam Komunikasi Internal yang ada di PT. ARIFIN TRAVEL ini terjadi *Downward Communication* antara bos dan karyawan ini

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 di beberapa kota di Jawa Timur.
- 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.
- 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 murah 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.

Adapun dalam mempromosikan produknya perusahaan harus melakukan promosi dengan menyebar brosur, 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. Promosi ini merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Pembahasan dalam penelitian ini akan membahas temuan yang didapatkan dari lapangan penelitian yaitu mengenai Strategi Komunikasi Bisnis PT. ARIFIN TRAVEL dalam menghadapi kompetitor. Pembahasan dilakukan dengan cara menggabungkan temuan yang ada di lapangan penelitian dengan teori yang digunakan sebagai acuan. Dalam hal ini teori yang digunakan adalah Teori *Marketing Mix*.

Dalam Teori *Marketing Mix* ini 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”

