

TANGGAPAN KONSUMEN PADA SALESMAN PT. DIVA IKHLAS TOUR & TRAVEL DI PEKANBARU

Oleh : **Monica Natasha Claudia,**
Pembimbing : **Rd. Siti Sofro Sidiq**
rdsitISOfro@lecturer.unri.ac.id

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277
Riau University

Abstract

The increase in sales of tour packages for travel agents is inseparable from the important role of the salesman. Salesmen present tour packages offered by the company and influence prospective customers to buy them. This requires the salesman to have salesmanship. The salesmanship of a salesman includes product knowledge, price policy and human relations, which are taken from the combined theories of Richard Sihite (2000: 142) and Ni Luh Henny Andayani (2014: 3). The current study aims to determine consumers' responses to a salesman from PT. Diva Ikhlas Tour & Travel in Pekanbaru. The researcher focused on the 142 consumers who had used the travel services of PT. Diva Ikhlas Tour & Travel in Pekanbaru in 2018. A sample was taken from this number, constituting 35% of the population, or 50 consumers. The sampling technique used in this study was the accidental sampling technique. Data was collected using online questionnaires, observation, interviews and documentation. The measurement technique for the research data employed a Likert scale with five criteria, and descriptive quantitative methods were used for the data analysis. Based on the information obtained from the consumers' responses to this salesman of PT. Diva Ikhlas Tour & Travel in Pekanbaru, his salesmanship is very good. This is evidenced by the results of table recapitulation, with a total score of 1,936 in the score range of 1,890 - 2,250, which concludes that the salesman is skilled at product knowledge, price policy and human relations. If the salesman maintains his salesmanship and presents the tour packages to more prospective customers, the sales of PT. Diva Ikhlas Tour & Travel in Pekanbaru should increase in the years to come.

Keywords: *salesman, product knowledge, price policy, human relations*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan pariwisata internasional selama 10 tahun terakhir, negara Amerika, Eropa bahkan hampir setiap kawasan di dunia mengalami pertumbuhan kepariwisataan yang cukup berarti. Menurut *United World Tourism Organization* (UNWTO), jumlah wisatawan global tumbuh lebih cepat dari

perkiraan. Target 2020 telah tercapai pada 2018, artinya jumlah wisatawan meningkat pesat. Ada 1,4 miliar pergerakan wisatawan internasional terjadi pada 2018. Kondisi ini sangat baik, perkembangan pariwisata terjadi baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia.

Pada 2018 dan 2019 pertumbuhan dan perkembangan pariwisata mengalami peningkatan dan menjadi kebangkitan pariwisata Indonesia. Salah satunya di

Provinsi Riau yaitu perkembangan kepariwisataan menunjukkan peningkatan yang sangat baik. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) dan mancanegara yang berkunjung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Selain itu, Riau merupakan salah satu titik masuk wisman ke Indonesia karena letaknya yang dekat dengan negara Malaysia dan Singapura.

Peningkatan ini dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisman ke Riau melonjak 30% pada 2018 yaitu sebanyak 146.935 wisman. Angka tersebut melebihi pencapaian 2 tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 66.130 wisman pada 2016 dan sebanyak 91.484 wisman pada 2017. Begitu juga jumlah kunjungan wisnus di Riau meningkat menjadi 6.823.676 orang pada 2018 dari tahun sebelumnya yang berjumlah 6.534.683 orang.

Meningkatnya jumlah kunjungan mendorong sebagian masyarakat lokal menyediakan berbagai fasilitas yang khusus dipersiapkan dan diperuntukkan bagi konsumen yaitu wisatawan. Menurut Surat Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata Nomor: Kep.16/4/11/88 tanggal 25 Februari 1988 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan pada Bab I, Penelitian Umum Pasal 1 memberikan pengertian bahwa usaha perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.

Di Pekanbaru banyak biro perjalanan wisata yang berdiri. Biro perjalanan wisata tersebut menyediakan berbagai produk barang dan jasa, diantaranya penjualan tiket pesawat, *voucher* hotel, paket wisata domestik dan internasional, paket umroh dan haji serta pembuatan visa. Berikut daftar biro perjalanan wisata yang ada di Pekanbaru.

Tabel 1.1
Daftar Biro Perjalanan Wisata di Pekanbaru

Nama Perusahaan	Alamat	Salesman Tetap	Lama Bekerja
PT. Diva Ikhlas Tour & Travel Cabang Padang	Jalan Sukarela G. 04	1 orang	13 tahun
PT. Pandi Kencana Murni (Pakem Tours)	Jalan Paus No. 104 C	1 orang	9 tahun
PT. Urbanitas Tour & Travel	Jalan Durian No. 99	1 orang	8 tahun
CV. Bilava Tour Riau	Jalan Cemara No. 6	1 orang	4 tahun

Sumber: Pengamatan penulis, 2019

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel saat ini dipimpin oleh Pak Darmawi, S.Pd. Terdapat tiga orang staf yaitu Pak Syaifullah, M.Pd sebagai Manajer Operasional dan Tenaga Penjual (*Salesman*), Pak Riko sebagai Tenaga Pemasar (*Marketing*), Pak Fendi dan Ibu Mila sebagai *Ticketing*. Pak Syaifullah, M.Pd merupakan seseorang yang berperan penting dalam proses terjualnya paket wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata ini. Beliau yang merancang paket wisata dalam dan luar negeri dari PT. Diva Ikhlas Tour & Travel, selain itu beliau juga merupakan *tour guide* lokal dan *tour leader* dalam perjalanan wisata. Berikut daftar beberapa paket wisata yang ditawarkan oleh PT. Diva Ikhlas Tour & Travel.

Tabel 1.2
Data Penjualan Paket Wisata di PT. Diva Ikhlas Tour & Travel

No.	Tahun	Jumlah Paket	Jumlah Konsumen
1.	2016	4	141
2.	2017	4	167

3.	2018	5	142
----	------	---	-----

Sumber: PT. Diva Ikhlas Tour & Travel, 2019

Paket wisata yang disajikan oleh PT. Diva Ikhlas Tour & Travel dapat terjual dikarenakan peran dari seorang *salesman*. *Salesman* merupakan komunikator perusahaan. Ia menyampaikan pesan kepada calon konsumen mengenai produk dan jasa yang dijual oleh perusahaan. Dimana pada saat calon konsumen merespon pesan yang disampaikan oleh *salesman* dan melakukan transaksi pembelian maka calon konsumen tersebut menjadi konsumen perusahaan.

Peran seorang *salesman* sangatlah penting dalam sebuah biro perjalanan wisata. Dialah yang meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata tempat ia bekerja. Dengan dibelinya produk wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata, maka terjadilah transaksi penjualan. Dalam meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk wisata yang dijual, *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel haruslah memiliki keterampilan menjual (*salesmanship*). Keterampilan menjual seorang *salesman* merupakan salah satu aspek penting keberhasilan usaha pemasaran produk bahkan sampai menggiring calon konsumen menjadi konsumen. Menurut Sihite (2000: 142), keterampilan menjual yang dimiliki seorang *salesman* meliputi:

- 1) *Product knowledge* (pengetahuan tentang produk), dalam dunia pariwisata produk wisata memiliki elemen-elemen utama yang terdiri atas 3 bagian (Yoeti, 2002: 211), yaitu:
 - a) Daya tarik daerah tujuan wisata, citra yang dibayangkan oleh wisatawan termasuk di dalamnya.
 - b) Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi tempat makan, akomodasi, transportasi, parkir, rekreasi dan lain-lain.
 - c) Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.

- 2) *Price policy* (kebijaksanaan harga jual), produk yang ditawarkan atau dijual mempunyai klasifikasi harga. Adanya suatu desain harga tertentu yang ditawarkan untuk suatu kapasitas penjualan. Adanya insentif/potongan harga tertentu untuk pembeli.
- 3) *Human relation* (hubungan masyarakat), keterampilan *salesman* di dalam menjalin hubungan dengan pangsa pasar tertentu untuk memengaruhinya membeli produk yang kita tawarkan dan pada akhirnya menjadi konsumen. Pendekatan perorangan dan keahlian dalam berkomunikasi memberikan pengaruh yang besar atas keberhasilan penjualan.

Pak Syaifullah, M.Pd selaku *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel selalu memiliki moto melayani konsumen dengan ikhlas sebagaimana nama biro perjalanan wisata ini yaitu PT. Diva Ikhlas Tour & Travel. Ketika melayani konsumen dengan ikhlas maka semua yang dilakukan adalah memberikan yang terbaik. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan mempercayai PT. Diva Ikhlas Tour & Travel untuk perjalanan wisata konsumen selanjutnya.

Konsumen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel berasal dari semua kalangan, baik muda maupun tua, kalangan bawah, menengah maupun atas, semua orang yang ingin melakukan perjalanan wisata dan mereka cocok dengan harga paket yang ditawarkan oleh Pak Syaifullah, M.Pd. Moto yang dimiliki beliau biasa disebut dalam bahasa Inggris dengan istilah “*SERVE YOUR CUSTOMERS WITH YOUR SINCERE HEART*”.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas dan dimana jumlah konsumen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel dari tabel 1.2 mengalami penurunan pada 2018 walaupun jumlah permintaan paket meningkat dari tahun sebelumnya, sedangkan jumlah wisatawan yang masuk dan keluar Riau mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut menarik

perhatian penulis untuk melakukan penelitian atas “**Tanggapan Konsumen pada Salesman PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru?”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya fokus pada tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, diharapkan melalui penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman mengenai *salesmanship* yang harus dimiliki oleh seorang *salesman*. Sehingga di masa mendatang apabila penulis menekuni bidang ini, penulis memiliki persiapan.
2. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.
3. Bagi akademis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Tanggapan Konsumen pada *Salesman*

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Tanggapan

Suatu pengalaman mengenai objek yang telah terjadi atau berhubungan yang diperoleh melalui informasi dan menafsirkan pesan disebut tanggapan. Menurut Sujanto (2009), tanggapan adalah gambaran pengamatan yang tersimpan di kesadaran kita setelah kita melakukan pengamatan pada suatu benda atau objek tertentu. Soemanto (2006: 25) mengemukakan bahwa tanggapan merupakan refleksi yang memberikan kesan dan dihasilkan dari pengamatan.

Tanggapan merupakan cara seseorang melakukan proses pengamatan terhadap objek tertentu. Secara langsung dapat diperoleh tanggapan baik yang bersifat sementara maupun permanen terhadap objek yang diamati oleh orang tersebut melalui proses pengindraan, baik indra penglihatan, perasa, pendengaran, penciuman dan peraba secara bersama maupun sendiri-sendiri. Suryabrata (2002: 36) memaparkan bahwa tanggapan adalah bayangan yang tinggal dalam ingatan setelah kita melakukan pengamatan.

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tanggapan adalah kesan atau gambaran yang tersimpan dalam ingatan seseorang setelah melakukan pengamatan pada suatu objek melalui proses pengindraan yang bersifat sementara atau permanen.

2.2 Definisi Konsumen dalam Pariwisata

Konsumen yang berasal dari bahasa Inggris, *consumer* secara harfiah memiliki arti yaitu pembeli. Konsumen juga

memiliki arti pemakai/pengguna barang/jasa atau orang yang mengonsumsi suatu barang. Menurut Dewi (2013: 1), konsumen merupakan individu yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Namun berbeda halnya konsumen dalam industri pariwisata, mereka tidak dapat mencoba contoh atau menguji produk wisata sebelum dibeli. Konsumen dalam industri pariwisata merupakan wisatawan.

Definisi wisatawan menurut Soekadijo (2000: 3) ialah seseorang yang melakukan perjalanan dari tempat asalnya dengan tidak menetap di tempat yang dikunjungi atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang dikunjungi. Wisatawan atau konsumen merupakan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dari tempat asalnya ke kota atau negara lain dengan tujuan untuk melihat hal baru, mendapat inspirasi, berlibur, menikmati pemandangan dan melakukan hal-hal baru yang tidak ada di daerah asalnya. Perjalanan wisata tersebut dilakukan sekurang-kurangnya dalam waktu 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan.

Hal tersebut selaras dengan pengertian wisatawan yang dikemukakan oleh Sihite (2000: 218) bahwa wisatawan merupakan individu yang melakukan perjalanan dengan maksud bukan untuk membangun tempat, menetap secara permanen, atau membuat perusahaan di tempat yang dikunjungi dan dia harus mengunjungi daerah tersebut selama lebih dari 24 jam.

Dewasa ini wisatawan atau konsumen dalam dunia pariwisata memiliki tujuan yang berbagai dalam melakukan suatu perjalanan wisata, tidak hanya untuk berlibur, tetapi juga disertai dengan belajar, berbisnis dan kesehatan. Secara sederhana Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, BAB I, Pasal 1 memberikan pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Jadi ketika seseorang atau kelompok melakukan perjalanan wisata, maka ia disebut

wisatawan atau konsumen bagi biro perjalanan wisata.

2.3 Definisi *Salesman*

Salesman atau *sales person* merupakan seseorang yang menawarkan suatu produk dan jasa dalam suatu proses penjualan. Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Wasana (2006: 340) bahwa *salesman* adalah penghubung yang unik dari perusahaan kepada konsumen. Bagi banyak konsumen, *salesman* adalah perusahaan dan sebaliknya bagi perusahaan, *salesman* adalah pemberi informasi penting yang sangat dibutuhkan mengenai konsumen.

Hal ini diperjelas oleh Shandi (2005: 3) bahwa *salesman* dapat dikatakan sebagai komunikator karena *salesman* sebagai penyampai atau pengirim pesan dalam melakukan penjualan dan konsumen sebagai komunikan karena konsumen sebagai penerima pesan pada saat *salesman* menawarkan produk (paket wisata) yang akan dijualnya.

Dalam melakukan penjualan, seorang *salesman* harus memiliki keterampilan menjual (*salesmanship*) baik produk barang maupun jasa merupakan salah satu aspek penting keberhasilan usaha pemasaran produk bahkan sampai calon konsumen melakukan transaksi pembelian. Menurut Sihite (2000: 142), beberapa hal yang harus diketahui dan dikuasai oleh *salesman* di dalam menjalankan profesinya antara lain:

1) *Product knowledge* (pengetahuan tentang produk)

Di dalam dunia pariwisata produk wisata mempunyai elemen-elemen utama yang terdiri atas 3 bagian (Yoeti, 2002: 211), yaitu:

- a) Daya tarik daerah tujuan wisata, citra yang dibayangkan oleh wisatawan termasuk didalamnya.
- b) Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi tempat makan, akomodasi, transportasi, parkir, rekreasi dan lain-lain.

- c) Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.
- 2) *Price policy* (kebijaksanaan harga jual)
Produk yang ditawarkan atau dijual mempunyai klasifikasi harga. Adanya suatu desain harga tertentu yang ditawarkan untuk suatu kapasitas penjualan. Adanya insentif/potongan harga tertentu untuk pembeli.
- 3) *Human relation* (hubungan masyarakat)
Keterampilan *salesman* di dalam menjalin hubungan dengan pangsa pasar tertentu untuk memengaruhinya membeli produk yang kita tawarkan dan pada akhirnya menjadi konsumen. Pendekatan perorangan dan keahlian dalam berkomunikasi memberikan pengaruh yang besar atas keberhasilan penjualan.

2.4 Definisi Biro Perjalanan Wisata

Dewasa ini perkembangan industri pariwisata di berbagai negara semakin meningkat. Dengan meningkatnya permintaan konsumen (wisatawan) dalam melakukan perjalanan, maka biro perjalanan wisata bermunculan pula untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka serta melengkapi fasilitas-fasilitas penunjang kegiatan kepariwisataan. Biro perjalanan wisata sendiri memiliki arti yaitu suatu usaha jasa yang melayani dan menyiapkan semua yang berkaitan dengan perjalanan wisata (Desky 2001: 1-2).

Foster (2000: 77) mendefinisikan bahwa biro perjalanan wisata adalah suatu perusahaan perjalanan yang menjual desain perjalanan dan produk-produk wisata seperti transportasi darat, laut, udara; akomodasi penginapan; asuransi perjalanan dan produk lainnya yang berkaitan dengan perjalanan tersebut secara langsung kepada masyarakat.

Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 9 Tahun 1990, BAB IV, Pasal 11, biro perjalanan wisata merupakan usaha penyediaan jasa perencanaan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata. Menurut Pendit (2003: 105) biro perjalanan wisata

merupakan perusahaan yang memiliki tujuan untuk mempersiapkan suatu *trip* atau *tour* bagi seseorang yang berencana melakukannya.

Yoeti (2001) berpendapat bahwa biro perjalanan wisata merupakan sebuah perusahaan yang usaha dan kegiatannya merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan sekelompok individu untuk tujuan pariwisata (*tours*) atas inisiatif dan resiko sendiri, memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan perjalanan tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah perencanaan, struktur dan strategi penelitian untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dan mengatasi penyimpangan yang mungkin terjadi (Sumarni dan Wahyuni, 2006: 47). Pada penelitian ini, penulis bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam mengenai tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru. Sehingga penulis menggunakan desain deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif.

Desain penelitian deskriptif kuantitatif ialah dengan menggambarkan dan menjelaskan secara detail mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh dari laporan penelitian berupa kuesioner online yang telah diisi oleh responden. Kemudian diperkuat dengan wawancara kepada beberapa responden dan *salesman*. Hasil yang diperoleh dari data-data tersebut, kemudian dianalisa dan dijelaskan dalam bentuk kalimat dan ditarik kesimpulan.

Menurut Kasiram dalam Sujarweni (2014: 39), penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Data yang diperoleh merupakan data dalam

bentuk angka-angka, kemudian dipaparkan untuk memberikan kesan yang lebih mudah ditangkap maknanya oleh siapapun yang membutuhkan informasi ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT. Diva Ikhlas Tour & Travel yang beralamat di Jalan Sukarela G. 04, Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi penelitian di PT. Diva Ikhlas Tour & Travel dikarenakan *salesman* tetap perusahaan telah bekerja selama 13 tahun.

3.3 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian yang dilakukan penulis yaitu dari bulan April-Juni 2019.

3.4 Populasi Penelitian

Menurut Sumarni dan Wahyuni (2006: 69), populasi adalah keseluruhan yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun yang tidak terbatas (*infinite*). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa perjalanan wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel pada 2018 yaitu sebanyak 142 orang.

3.5 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008: 91), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana semua komponen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dilakukan supaya lebih efisien.

Penetapan siapa sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling* aksidental (*accidental sampling*). Teknik *sampling* aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Berdasarkan kebetulan artinya siapa saja yang mendapatkan kuesioner online dari penulis pada saat penelitian dan dipandang

cocok sebagai sumber data dapat dijadikan sebagai sampel.

Namun dengan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis menentukan 35% dari populasi penelitian yaitu digenapkan sebanyak 50 responden sebagai sampel. Penulis mengambil jumlah sampel tersebut berdasarkan teori yang dikutip Uma Sekaran (2006: 117) yang memberikan ketentuan ukuran sampel yaitu minimal 30 orang dan kurang dari 500 orang adalah cocok bagi kebanyakan penelitian.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tanpa media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek baik secara individu maupun kelompok. Data primer diperoleh melalui kuesioner online yang diisi oleh konsumen yang telah menggunakan jasa perjalanan wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel sebagai responden dan wawancara terhadap beberapa konsumen dan *salesman* untuk memperkuat hasil kuesioner online.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penulis secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder dapat berupa buku literatur, bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun sebagai arsip baik yang diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan. Data sekunder dari penelitian ini adalah arsip yang dimiliki oleh PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru berupa dokumen tertulis di buku dan komputer yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk memperoleh jawaban atau

tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2010: 57). Kuesioner ini diberikan kepada konsumen sebagai responden yang telah menggunakan jasa perjalanan wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel untuk mendapatkan tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner online yang bersifat tertutup. Dimana kuesioner tertutup berisi pertanyaan yang dirancang berdasarkan indikator-indikator dari tiap sub-variabel sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban atau tanggapan.

3.7.2 Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis akan berada di lokasi saat *salesman* menjual paket wisata kepada calon konsumen.

3.7.3 Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana pewawancara menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya, memperdalam jawaban jika diperlukan dan mencatatnya (Zulganef, 2008). Dalam penelitian ini penulis mewawancarai sebagian konsumen yang bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian.

3.7.4 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan beberapa informasi mengenai data dan fakta yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian dari sumber dokumen yang dipublikasikan, seperti koran, majalah, flyer, brosur, *website* dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari kantor PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.

3.8 Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran data merupakan kelanjutan dari operasional variabel dan satuan dari nilai ukur operasional variabel itu sendiri. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang atau sekelompok mengenai kejadian atau gejala sosial yaitu skala likert (Etta Mamang Sanadji dan Sopiah, 2010).

Bobot skor yang diberikan dari jawaban responden yaitu:

Kriteria	Skor
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Cukup Baik (CB)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai oleh penulis adalah metode kuantitatif deskriptif untuk mempelajari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Data atau semua informasi yang diperoleh melalui kuesioner online, observasi, wawancara dan dokumentasi dikumpulkan dan ditelaah sehingga menjadi suatu kesatuan yang utuh. Menurut Sugiyono (2009), penelitian deskriptif kuantitatif adalah analisis yang berusaha memberikan gambaran yang jelas dan terperinci berdasarkan kenyataan yang ditemukan di lapangan melalui penyebaran kuesioner online kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata. Kantor pusat PT. Diva Ikhlas Tour & Travel berdiri sejak 4 Juni 2006 di Padang, mendapatkan izin resmi dari Jakarta dan memiliki cabang di Pekanbaru. Cabang PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru beralamat di Jalan Sukarela G. 04,

Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata, PT. Diva Ikhlas Tour & Travel melayani pembelian tiket pesawat domestik dan internasional, menyajikan paket wisata domestik dan internasional dengan fasilitas dan harga yang bervariasi, paket studi banding, voucher hotel, dan umroh.

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel terdaftar di ASITA sejak tahun 2012 dimana waktu itu setiap biro perjalanan wisata harus terdaftar di ASITA. Perusahaan ini terdaftar di ASITA dengan nomor: 0233/III/DPP/2012. PT. Diva Ikhlas Tour & Travel tidak hanya menjual tiket pesawat domestik dan internasional, paket wisata domestik dan internasional, paket studi banding, voucher hotel dan umroh saja, tetapi juga mengurus dokumen-dokumen perjalanan yang diperlukan konsumen (wisatawan) untuk keperluan suatu perjalanan wisata.

4.2 Tugas dan Wewenang

4.2.1 Tugas dan Wewenang Direktur

Pak Darmawi, S.Pd. merupakan pemilik biro perjalanan wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel yang bertanggung jawab atas izin perusahaan yang dimilikinya. Pimpinan tertinggi pada biro perjalanan wisata ini juga bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasi perusahaan. Adapun tugas dan wewenang direktur PT. Diva Ikhlas Tour & Travel adalah sebagai berikut:

1. Bertugas sebagai penanggung jawab perusahaan.
2. Memberikan modal pada perusahaan.
3. Memberikan arahan dan motivasi kepada semua bagian/divisi perusahaan.
4. Menetapkan langkah-langkah strategi dalam memajukan dan mengembangkan perusahaan.
5. Menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan setiap divisi perusahaan sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

4.2.2 Tugas dan Wewenang Manajer Operasional

Pak Syaifullah, M.Pd merupakan manajer operasional biro perjalanan wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel. Beliau bertanggung jawab mengawasi dan mengarahkan pegawai setiap divisi agar kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik. Adapun tugas dan wewenang manajer operasional PT. Diva Ikhlas Tour & Travel adalah sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan setiap divisi bersama direktur perusahaan.
2. Mengawasi dan mengarahkan tugas setiap divisi yang ada di perusahaan supaya dapat berjalan sesuai program kerja yang telah direncanakan.
3. Menyimpan, mengatur dan memelihara arsip-arsip, dokumen dan surat-surat berharga yang mendukung kegiatan operasional perusahaan.
4. Bertugas mengembangkan organisasi perusahaan.
5. Memberikan motivasi kepada bawahan untuk disiplin dan bekerja lebih efektif serta efisien untuk kemajuan perusahaan.
6. Memberikan arahan yang jelas ketika bawahan terkendala dalam melakukan tugasnya.
7. Bertanggung jawab atas pendapatan perusahaan.

4.2.3 Tugas dan Wewenang Keuangan

Bagian keuangan perusahaan PT. Diva Ikhlas Tour & Travel selalu mengupdate laporan-laporan keuangan perusahaan baik transaksi kas masuk dan kas keluar perusahaan selama perjalanan wisata dilaksanakan berdasarkan laporan dari *tour leader* dan kegiatan operasional perusahaan.

4.2.4 Tugas dan Wewenang Divisi Tours

Divisi tours dipimpin oleh Pak Syaifullah, M.Pd sebagai pemberi ide untuk paket-paket wisata yang ditawarkan dan dijual kepada konsumen. Adapun

tugas dan wewenang divisi tours adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar tempat wisata baik dalam maupun luar negeri.
2. Merancang paket-paket wisata yang beraneka ragam.
3. Mengurus semua dokumen yang dibutuhkan untuk perjalanan luar negeri, seperti paspor, dokumen kesehatan dan visa.
4. Menyusun rute perjalanan dan acara selama perjalanan wisata.
5. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen mengenai pengurusan travel dokumen, segala yang dilakukan dan dibutuhkan selama perjalanan.

4.2.5 Tugas dan Wewenang Divisi *Ticketing*

Divisi *ticketing* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel diisi oleh 2 staf perusahaan yaitu Mas Fendi dan Mbak Mila. Mereka mengurus segala yang dibutuhkan oleh konsumen berkaitan dengan jadwal penerbangan, harga tiket, jenis penerbangan, transit atau tidak dan lain-lain. Tugas dan wewenang divisi *ticketing* adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi secara lengkap mengenai jadwal penerbangan, harga tiket, transit atau tidak dan jenis pesawat yang diinginkan oleh para calon konsumen.
2. Meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Diva Ikhlas Tour & Travel.
3. Memberikan kepuasan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan dan dijual oleh PT. Diva Ikhlas Tour & Travel.
4. Memberikan pelayanan yang maksimal atas segala jenis kebutuhan perjalanan udara konsumen sehingga konsumen akan datang lagi dan menjadi konsumen tetap.

4.2.6 Tugas dan Wewenang Divisi *Sales & Marketing*

Pak Syaifullah, M.Pd selaku manajer operasional dan pemberi ide pada divisi tours. Beliau juga berada di divisi *sales & marketing* bersama Mas Riko. Pak Syaifullah, M.Pd berperan sebagai tenaga penjual (*salesman*) dan Mas Riko sebagai tenaga pemasar (*marketing*). Adapun tugas dan wewenang divisi *sales & marketing* adalah sebagai berikut:

1. Mempromosikan paket-paket wisata yang telah dibuat oleh divisi tours baik melalui media cetak, seperti brosur dan media online, seperti *website* dan *facebook*.
2. Menyiapkan jadwal bulanan dan tahunan untuk pencetakan flyer dan brosur.
3. Menjaga hubungan kerja sama dengan pihak percetakan sehingga kualitas bahan promosi tetap terjaga.
4. Pemasangan stiker di mobil perusahaan untuk promosi PT. Diva Ikhlas Tour & Travel kepada masyarakat sekitar atau yang dilalui mobil perusahaan.
5. Memelihara arsip semua brosur dan bahan-bahan yang dikirimkan kepada calon konsumen dan konsumen tetap.
6. Menghubungi, mendatangi dan menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah, perusahaan negeri dan swasta.
7. Mengatur bahan-bahan promosi yang ditempatkan di perusahaan untuk para calon konsumen.
8. Menyiapkan kertas surat dan bahan-bahan yang akan dikirim baik melalui *e-mail* maupun via *whatsapp*.
9. Mempresentasikan produk dan jasa yang dijual oleh perusahaan ke individu, sekolah-sekolah, perusahaan negeri dan swasta.
10. Memberikan segala informasi mengenai produk dan jasa yang ditawarkan kepada calon konsumen.
11. Melaksanakan kegiatan penjualan melalui telepon atau *whatsapp* terhadap target konsumen yang telah dikunjungi.
12. Memelihara semua hasil penjualan setiap hubungan yang telah dilakukan,

perjanjian yang telah dibuat dan usaha yang telah diperoleh.

13. Memberikan pelayanan yang maksimal untuk kepuasan konsumen sehingga menjadi konsumen tetap.

4.3 Produk dan Jasa PT. Diva Ikhlas Tour & Travel

4.3.1 Penginapan Diva Ikhlas Syariah

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel memiliki penginapan sendiri yang bernama Penginapan Diva Ikhlas Syariah. Namun lokasi penginapan ini berada di kantor pusat, Padang. Penginapan ini dapat dipesan langsung di kantor penginapan atau melalui via telepon, *e-mail*, *website* dan *whatsapp*. Setiap paket wisata ke Sumatera Barat dari kota lain seperti dari Pekanbaru ke Sumatera Barat akan menggunakan Penginapan Diva Ikhlas Syariah untuk paket *backpacker eksekutif* dan ekonomi.

4.3.2 Melayani Pemesanan Tiket Maskapai Penerbangan

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel menyediakan penjualan tiket maskapai penerbangan, baik penerbangan domestik maupun internasional. Pemesanan tiket dapat dilakukan dengan datang langsung ke kantor PT. Diva Ikhlas Tour & Travel atau melalui via telepon, *e-mail*, *website* dan *whatsapp*.

1. Tiket Maskapai Penerbangan Domestik

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel menjual tiket maskapai penerbangan domestik dimana penerbangan berlangsung dari satu kota ke kota lain di dalam negara Indonesia. Penjualan tiket maskapai penerbangan domestik cukup laku terjual sebelum harga tiket pada tahun 2019 melambung tinggi. Pembelian tiket maskapai penerbangan domestik dapat dilakukan dengan datang langsung ke kantor PT. Diva Ikhlas Tour & Travel atau melalui via telepon, *e-mail*, *website* dan *whatsapp*.

2. Tiket Maskapai Penerbangan Internasional

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel juga melayani pemesanan tiket maskapai penerbangan internasional ke berbagai negara, khususnya negara di bagian Asia. Cara pemesanan tiket maskapai penerbangan internasional juga dapat dilakukan dengan datang langsung ke kantor PT. Diva Ikhlas Tour & Travel atau melalui via telepon, *e-mail*, *website* dan *whatsapp*.

4.3.3 Tour Services

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel membantu konsumen untuk menentukan destinasi wisata yang dituju, baik individu maupun dalam kelompok/grup untuk berlibur dan belajar ke tempat-tempat wisata dalam negeri maupun luar negeri. Paket *tour* dalam negeri yang ditawarkan antara lain: paket-paket wisata dalam negeri, seperti ke Sumatera Barat, Yogyakarta, Bandung, Bogor dan lain-lain, studi banding, *comparative study*, kunjungan sekolah, kunjungan perguruan tinggi dan kunjungan industri. Paket *tour* luar negeri yang ditawarkan antara lain: paket-paket wisata ke luar negeri, seperti ke Malaysia, Singapura, Jepang dan lain-lain, kunjungan kerja, studi banding, *comparative study*, kunjungan sekolah, kunjungan perguruan tinggi dan kunjungan industri.

4.3.4 Melayani Pemesanan Paket Umroh dan Haji

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel juga membantu konsumen dalam menunaikan ibadah umroh maupun haji. Konsumen dapat memesan paket umroh dan haji di biro perjalanan wisata ini dengan harga yang telah ditentukan dan sesuai nilai kurs Dollar ke Rupiah. Setelah konsumen cocok dengan harga yang telah ditentukan, konsumen dapat mengurus persyaratan untuk umroh dan haji.

4.3.5 Rental Mobil

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel menyediakan rental mobil dan supir jika dibutuhkan. Namun rental mobil dapat

dilakukan di kantor pusat, Padang. Mobil yang disewakan dapat digunakan untuk dalam kota maupun luar kota dengan harga yang berbeda tanpa dan *plus* supir untuk dalam dan luar kota per hari. Calon konsumen yang akan menyewa tanpa supir harus mengisi formulir biodata penyewa, melampirkan fotokopi NPWP, KK, memiliki penjamin dan bersedia disurvei oleh pihak PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di alamat tempat tinggal calon konsumen.

4.3.6 Penyewaan Bus Pariwisata

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel menyediakan penyewaan bus pariwisata untuk biro perjalanan wisata lain maupun grup luar kota yang hanya ingin menyewa bus pariwisata tanpa paket wisata dan melakukan perjalanan wisata di Sumatera Barat.

4.3.7 *Event Organizer & Entertainment*

Manajemen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel juga melayani rancangan dan pelaksanaan kegiatan baik individu maupun perusahaan. Harga paket *event organizer* berbeda-beda tergantung jenis kegiatan dan lama kegiatan yang ditangani serta kesepakatan dengan konsumen.

4.3.8 Penempatan Siswa dan Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan ke Luar Negeri

PT. Diva Ikhlas Tour & Travel melayani sekolah-sekolah kejuruan dan perguruan tinggi untuk mengurus penempatan dan dokumen-dokumen siswa dan mahasiswa yang ingin praktek kerja lapangan ke luar negeri.

4.3.9 Paket Pengobatan *Medical Check-up* dan *Medical Tourism* di KPJ Hospital Kuala Lumpur

Manajemen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel menawarkan paket perjalanan wisata pengobatan (*medical tourism*) di KPJ Hospital Kuala Lumpur, Malaysia. Perusahaan ini juga melayani konsumen melakukan *medical check-up* di KPJ Hospital Kuala Lumpur baik untuk *follow-*

up kesehatan konsumen maupun sebagai persyaratan untuk umroh dan haji. Umumnya yang mengambil paket ini adalah pejabat Riau dan Sumatera Barat, guru dan masyarakat biasa, yaitu kalangan menengah ke atas. Hal ini dikarenakan biaya perjalanan wisata pengobatan cukup mahal.

4.4 Tanggapan Konsumen pada *Salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru

4.4.1 *Product knowledge* (pengetahuan tentang produk), terdiri atas 3 indikator yaitu daya tarik daerah tujuan wisata, fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata dan kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Ketiga indikator tersebut mendapatkan total skor 646 pada rentang skor 630 - 750 dengan kategori sangat baik. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel memiliki pengetahuan tentang produk yang sangat baik. Pemahaman tentang daya tarik daerah tujuan wisata yang dijelaskan *salesman* membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi daerah tujuan wisata. Pengetahuan *salesman* atas fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata dan kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata dijelaskan dengan baik dan jelas kepada konsumen. Informasi tentang alternatif yang akan diambil apabila di lapangan tidak sesuai dengan prediksi memberikan rasa aman dan yakin konsumen untuk menggunakan jasa PT. Diva Ikhlas Tour & Travel.

4.4.2 *Price policy* (kebijaksanaan harga jual), terdiri atas 3 indikator yaitu mempunyai klasifikasi harga, adanya suatu desain harga tertentu dan adanya insentif/potongan harga tertentu. Ketiga indikator tersebut mendapatkan total skor 608 pada

rentang skor 509 - 629 dengan kategori baik. Hal ini dikarenakan *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour and Travel memberikan penawaran harga atas tiga jenis yaitu *backpacker* eksekutif, ekonomi dan VIP/eksekutif dimana dapat disesuaikan oleh konsumen dengan anggaran dana yang mereka mampu. Sub-variabel ini tidak mendapatkan hasil sangat baik dikarenakan ada beberapa konsumen yang masih berharap mendapatkan harga yang lebih murah lagi.

4.4.3 *Human relation* (hubungan masyarakat), terdiri atas 3 indikator yaitu hubungan dengan masyarakat, memengaruhi calon konsumen dan menggunakan pendekatan perorangan. Ketiga indikator tersebut mendapatkan total skor 682 pada rentang skor 630 - 750 dengan kategori sangat baik. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel memiliki hubungan yang sangat baik dengan konsumennya. Pak Syaifullah, M.Pd melakukan pendekatan kepada konsumen baik yang sudah dikenal maupun belum dikenal dengan memahami psikologi konsumen tersebut.

Dari keseluruhan sub-variabel didapatkan bahwa tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru mendapatkan total skor 1.936. Total skor tersebut berada pada rentang skor 1.890 - 2.250 merupakan kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel memiliki *salesmanship* (keterampilan menjual) yang sangat baik.

Pak Syaifullah, M.Pd terus berusaha untuk meningkatkan kualitas dirinya sebagai tenaga penjual dalam meningkatkan penjualan PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru. Beliau

menjalin hubungan kerja sama yang baik pada setiap konsumen perusahaan sehingga konsumen menjadi pelanggan tetap perusahaan.

4.5 Kendala yang Dihadapi *Salesman* saat Menjual Paket Wisata

Dalam meningkatkan penjualan paket wisata, *salesman* mengalami beberapa kendala di lapangan. Adapun kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tidak *on-time* dari konsumen

Kendala tidak tepat waktu ini membuat Pak Syaifullah, M.Pd harus fleksibel dan mengatur ulang waktunya jika ada janji pertemuan dengan calon konsumen yang lain.

2. Permintaan perubahan destinasi yang sering berubah

Perubahan destinasi yang diminta calon konsumen tertentu sering berubah sampai konsumen merasa cocok dengan yang diinginkan. Jadi, paket yang ditawarkan di flyer dan brosur tidak selalu yang dibeli oleh konsumen. Pak Syaifullah, M.Pd selaku tenaga penjual harus cekatan di lapangan untuk membuat *itinerary* yang baru.

4.6 Upaya Meningkatkan Penjualan Paket Wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru

Beberapa upaya yang dilakukan PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru dalam meningkatkan penjualan paket wisata, antara lain:

1. *Salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel terus meningkatkan keterampilan menjualnya dengan *product knowledge* (pengetahuan tentang produk) yang terbaru mengenai paket-paket wisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

2. Mengikuti perkembangan harga tiket pesawat sehingga perusahaan dapat memberikan harga-harga promosi kepada konsumen, seperti perjalanan wisata ke Malaysia untuk 2020, perusahaan sudah menawarkan harga

promo selisih Rp 1 juta dari harga normal dengan pemesanan dilakukan sampai akhir Juli 2019.

3. *Salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel selalu berusaha memahami psikologi calon konsumennya, bersikap ramah, menjalin dan menjaga kerja sama yang baik serta melayani konsumen dengan ikhlas.
4. Promosi melalui media cetak, media online dan pemasangan stiker di mobil perusahaan dilakukan berkelanjutan dan terencana.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai tanggapan konsumen pada *salesman* PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa dari keseluruhan sub-variabel tersebut *salesman* mendapatkan penilaian yang sangat baik. Kegiatan *salesman* yang padat dan tanggung jawab sebagai pendidik mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah konsumen pada 2018. Sebagaimana diketahui Pak Syaifullah, M.Pd tidak hanya berperan sebagai *salesman* perusahaan, namun beliau juga selaku Manajer Operasional, staf Divisi *Tours* atau perancang paket-paket wisata yang dijual oleh perusahaan dan seorang *Tour Leader*. Selain tanggung jawab tersebut, beliau juga mengemban tanggung jawab sebagai tenaga pendidik di salah satu universitas yang ada di Riau. Hal tersebut mengakibatkan *salesman* harus membagi banyak waktu dan pikiran di berbagai tempat, sehingga terjadinya penurunan konsumen yang membeli paket wisata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis memberikan saran-saran kepada manajemen PT. Diva Ikhlas Tour & Travel

di Pekanbaru yang dapat berguna dan menjadi bahan pertimbangan di masa mendatang, yaitu:

1. Sebaiknya *salesman* memperbanyak jumlah kunjungan ke sekolah dan perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan paket wisata PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru.
2. Sebaiknya agen-agen yang sudah bekerja sama dengan PT. Diva Ikhlas Tour & Travel di Pekanbaru diberikan pelatihan untuk lebih memahami paket-paket wisata yang dijual oleh perusahaan. Agen-agen ini juga sebaiknya belajar cara pendekatan dan memengaruhi calon konsumen untuk membeli paket wisata yang dijual oleh perusahaan.
3. Pak Syaifullah, M.Pd selaku Manajer Operasional, *Tour Leader* dan Tenaga Penjual (*Salesman*) sudah sangat baik melakukan tanggung jawab dan loyalitasnya kepada perusahaan. Penulis berharap Bapak tetap mempertahankannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Ni Luh Henny. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bagyono. 2007. *Pariwisata & Perhotelan*. Bandung: CV. Alfabeta
- Desky, M. A. 2001. *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia
- Foster, Dennis. 2000. *First Class an Introduction to Travel and Tourism Second Edition*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Pemerintah Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 2. Sekretariat Negara. Jakarta
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Shandi, I Dewa Made Hari. 2005. *Etika Komunikasi Penjualan*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Sihite, Richard. 2000. *Sales & Marketing*. Surabaya: SIC
- Soekadijo, R. G. 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata sebagai Sistematis Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sujanto, Agus. 2009. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Yoeti, Oka A. 2001. *Tours and Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita
- _____. 2008. *Anatomi Pariwisata*. Bandung: Angkasa Bandung
- Skripsi**
- Setiawan, Fajar Bayu. 2017. Tanggapan Siswa Kelas IV terhadap Proses Pembelajaran Pendidikan Jasmani di Sekolah Dasar Negeri 1 Karangrejo Petanahan Kebumen Tahun 2017 [Skripsi]. Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta
https://eprints.uny.ac.id/52259/1/SKRIPSI_FAJAR%20BAYU%20SETIAWAN.pdf. 28 Februari 2019
- Ridwan, Akhmad. 2015. Tanggapan Pengunjung terhadap Wisata Petik Sayur Desa Sumberejo Kota Batu [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang
<http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/Geografi/article/view/43705>. 8 Mei 2019
- Safitri, Rilla. 2016. Tanggapan Wisatawan tentang Atraksi Gajah di Taman Hutan Raya Sultan Syarif Hasyim II [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau. 10 Mei 2019
- Ulfa, Maria. 2017. Tanggapan Pengguna Instagram terhadap Promosi Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau. 15 Mei 2019