

**LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN JURUSAN  
MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENARIK MINAT  
COSTUMERS UNTUK MENGGUNAKAN JASA TRAVEL PADA  
PT. BUDI LUHUR SEJATI**



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir  
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Manajemen Bisnis Syari'ah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

**Oleh :**

**ALFI MAYLANIYATUL HUSNA**

**NIM : 12405173158**

**Dosen Pembimbing Lapangan**

**Nur Aziz Muslim, M. H.**

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSITUT AGAMA ISLAM  
TULUNGAGUNG OKTOBER 2020**

## **HALAMAN PERSETUJUAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN**

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan Manajemen Bisnis Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung ini telah disetujui dan disahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 1 Oktober 2020

Di : Blitar

Judul laporan : STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENARIK  
MINAT COSTUMERS UNTUK MENGGUNAKAN JASA  
TRAVEL PADA PT. BUDI LUHUR SEJATI

Menyetujui

DOSEN PEMBIMBING LAPANGAN

**Nur Aziz Muslim, M. H. I**

**NIP.194707162009011006**

Mengesahkan

a.n DEKAN

KEPALA LABORATORIUM FEBI IAIN TULUNGUNGUNG

**Siswahyudianto, M. M.**

**NDIN. 2015068402**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas rahmat dan Rahim-Nya penulis dapat menyelesaikan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) selama kurang lebih 1 bulan yakni mulai tanggal 1 Oktober dengan lancar.

Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang berderang yaitu Agama Islam yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti.

Praktik Pengalaman Lapangan merupakan salah satu bentuk implementasi secara sistematis dan sinkron antara program Pendidikan di kampus dengan program penguasaan keahlian yang melalui kegiatan kerja secara langsung untuk menjadi tenaga yang profesional.

Melalui lapangan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag. selaku rektor IAIN Tulungagung.
2. Bapak Dede Nurrohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
3. Bapak Nur Aziz Muslim, M. H. I selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syari'ah serta selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan kepada mahasiswa selama menjalani PPL.
4. Bapak Achmad Suntoko selaku Pemilik Usaha PT. Budi Luhur Sejati.
5. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi bergai pihak yang berkepentingan atas masaoah ini. Tidak ada kesempurnaan kecuali milik Allah SWT. Penulis sadar laporan ini sangat jauh dari sempurna.

Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik yang membangun agar kita bisa bersama-sama menjadi manusia yang berilmu yang dapat menciptakan karya-karya yang jauh lebih baik.

Segegap mahasiswa PPL meminta maaf yang sebesar-besarnya kepada semua pihak apabila dalam melaksanakan program maupun penyusunan laporan banyak terdapat kesalahan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT.

Akhir kata, penulis berharap laporan pertanggung jawaban ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Blitar, 10 Oktober 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alfi Maylaniyatul Husna', with a stylized flourish at the end.

**Alfi Maylaniyatul Husna**

NIM. 12405173158

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Dasar Pemikiran .....	5
B. Tujuan dan Kegunaan .....	7
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	8
<b>BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK</b>	
A. Profil Lembaga .....	9
B. Pelaksanaan Parktik .....	10
C. Permasalahan di Lapangan .....	11
D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik .....	11
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	12
B. Minat Konsumen .....	14
C. Analisis Hasil Temuan Studi .....	15
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	17
B. Saran .....	19

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>20</b>

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Dasar Pemikiran

Seiring dengan kemajuan zaman dan era globalisasi, maka perkembangan teknologi pada bidang transportasi semakin maju. Kemajuan teknologi tersebut membuat manusia ingin melakukan sesuatu dengan mudah dan cepat. Di sisi lain kebutuhan masyarakat sendiri juga semakin meningkat, sebab makin tinggi tingkat pendapatan masyarakat makin tinggi dan canggih pula barang dan jasa yang mereka butuhkan. Kebutuhan tersebut pada suatu waktu akan mencapai titik jenuh jika dipenuhi dengan barang tertentu saja, sehingga menuntut kaum produsen agar selalu mencari, menciptakan barang atau jasa baru. Arti kebutuhan itu sendiri adalah suatu rasa kekurangan yang perlu dipenuhi oleh barang dan jasa.<sup>1</sup>

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi suatu produk atau jasa dan memastikan bahwa produk atau jasa yang dijual atau disampaikan kepada para pelanggan ( Hasan: 2009). Disadari atau tidak setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya telah merencanakan dan menjalankan strategi usaha dan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang dilakukan setiap perusahaan memiliki variasi yang berbeda- beda, sesuai dengan pengalaman masing- masing setiap perusahaan. Strategi pemasaran itu sendiri merupakan rencana implementasi dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pertukaran guna mencapai sasaran- sasaran organisasi.<sup>2</sup> Salah satu tahap untuk mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yaitu dengan merencanakan buran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 285

<sup>2</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 12

<sup>3</sup> Philip Khotler dan Gray Armstrong, *Prinsip- prinsip Pemasaran Edisi Ke- 12*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal.58

Konsumen merupakan salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, sebab tanpa adanya konsumen sudah dipastikan bahwa perusahaan tidak mempunyai ketertarikan minat terhadap konsumen. Perusahaan harus mempunyai rangsangan dan stimulus kepada konsumen sehingga konsumen terdorong untuk menikmati layanan yang ditawarkan dengan perusahaan tersebut. Minat konsumen akan muncul jika jasa yang ditawarkan bisa memberikan suatu keinginan atau rangsangan (stimulus). Minat pembelian ini merupakan tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan.<sup>4</sup>

Pemasaran pada transportasi saat ini semakin meluas yang dimana berorientasi pada pengunjung. Untuk mendorong pertumbuhan arus wisata di Indonesia saat ini, banyak perusahaan yang bergerak di bidang agen perjalanan yang menawarkan berbagai wisata dengan fasilitas menarik. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang agen perjalanan yang terus berkembang sesuai dengan minat konsumen khususnya di Kota Blitar dan Kabupaten Blitar yaitu PT. Budi Luhur Sejati yang berpusat di Desa Subontoro, Kebonduren, Ponggok, Blitar. Perusahaan ini memberikan keunggulan berupa berwisata di Jawa, Sumatra, Bali, dengan menyediakan fasilitas all in sesuai dengan kesepakatan.

Berdasarkan uraian di atas, mengingat arti pentingnya strategi pemasaran untuk menarik minat pada konsumen, maka penulis tertarik untuk mengetahui “STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENARIK MINAT COSTUMER UNTUK MENGGUNAKN JASA TRAVELPADA PT. BUDI LUHUR SEJATI”.

---

<sup>4</sup> Donni Junni Priansi, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Allfabeta, 2017), hal.158



## **B. Tujuan dan Kegunaan**

### **1. Tujuan Pelaksanaan**

- a) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa dan mahasiswi untuk melihat lebih keadaan langsung yang terjadi di lapangan.
- b) Agar mahasiswa khususnya jurusan Manajemen Bisnis Syariah dari IAIN Tulungagung nantinya siap untuk terjun di dunia yang sesungguhnya.
- c) Sedangkan tujuan dari laporan Praktik Pengalaman Lapangan ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya strategi pemasaran yang dilakukan pada PT. Budi Luhur Sejati terhadap daya minat konsumen dalam menggunakan jasa transportasi pada PT. Budi Luhur Sejati.

### **2. Kegunaan**

#### **a. Bagi Mahasiswa**

Adapun kegunaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) adalah untuk memperkaya wawasan keilmuan dan pemahaman dalam rangkaian pembentukan keahlian akademik di bisnis usaha. Pemahaman mengenai penelitian yang dilakukan mengenai peran dari menarik minat konsumen pada suatu jasa seperti pariwisata.

#### **b. Bagi Fakultas**

Berguna sebagai salah satu media penyerapan informasi yang bermanfaat untuk penyelarasan kurikulum dengan perkembangan kebutuhan di lapangan, dan sebagai media sosialisasi karena perguruan tinggi memiliki akses yang memadai untuk penyebaran informasi kepada masyarakat.

#### **c. Bagi Lembaga**

Dalam dunia praktik, khususnya bagi lembaga terkait, sebagai bahan pertimbangan dalam upaya strategi pemasaran yang dilakukan pada PT. Budi Luhur Sejati terhadap daya minat konsumendalam menggunakan jasa transportasi pada PT. Budi Luhur Sejati.

### **C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan PPL**

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dilaksanakan pada tanggal 01 Oktober 2020 sampai dengan tanggal 31 November 2020. Dilaksanakan kurang lebih 31 hari selama elama masa pandemic di rumah sesuai dengan prosedur yang diberlakukn oleh fakultas. Tempat pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan ini adalah di PT. Budi Luhur Sejati yang berada di Ds. Subontoro, RT/RW 001/012, Kebonduren, Ponggok, Blitar. Praktik Pengalaman Lapangan disini diikuti mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang berjumlah 1 mahasiswa.

## **BAB II**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK**

#### **A. Profil Lembaga**

PT. Budi Luhur Sejati adalah sebuah usaha ekspedisi angkutan barang yang berdiri sejak tahun 1990 ekspedisi angkutan barang berupa telur dan buah-buahan dengan menembusi lintas Jawa, Sumatra, Bali. Kemudian pada tahun 2010 beliau melanjutkan bisnis dalam bidang travel bus pariwisata. Beliau tertarik pada bidang ini dikarenakan melihat situasi di Blitar yang berpotensi sebagai central pariwisata yang mempunyai potensi besar dan sangat menjanjikan. Di sisi lain belum ada transportasi yang memenuhi syarat pariwisata terutama lintas Jawa- Sumatra- Bali. Selain itu, juga dapat memenuhi minat masyarakat disekitarnya. Makanya beliau punya inisiatif juga untuk menambah usaha angkutan pariwisata ke lintas Jawa- Sumatra- Bali dengan armada yang mempunyai kualitas bagus karena mengingat di blitar itu bus yg layak sesuai keinginan masyarakat/ mumpuni ke luar pulau masih belum ada makanya beliau berinisiatif untuk memajukan usahanya. Terlebih di Blitar di pandang banyak sekali peminat masyarakatnya untuk pariwisata hingga saat ini beliau mempunyai 10 armada bus dengan keluaran yang baru.

Paket perjalanan berbasis pendidikan merupakan produk unggulan dari PT. Budi Luhur Sejati dimana produk ini dapat pilih oleh berbagai kalangan dimulai dari individu, kelompok, (sekolah, perusahaan, dan instansi) dan keluarga. PT. Budi Luhur Sejati akan mengajak anda berpariwisata dan pemandu karena disetiap perjalanan anda akan ditemani oleh *Tour Leader* sebagai pemandu wisata yang akan menceritakan sejarah tempat wisata yang akan dituju dan akan menjelaskan secara rinci apa saja yang dibutuhkan hingga yang didapatkan. Hal ini yang membuat perjalanan akan lebih bermanfaat karena ilmu yang didapat usai berwisata.

a. Struktur Organisasi PT. Budi Luhur Sejati

PT. Budi Luhur Sejati mempunyai struktur organisasi yang terdiri dari berbagai divisi, setiap divisi bertanggung jawab langsung kepada Direktur Perusahaan yaitu Bapak Achmad Suntoko. Hal ini memudahkan pengawasan kerjasama berbagai divisi, sehingga efisien waktu dan tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai sesuai dengan harapan yang telah direncanakan. Adapun struktur yang dimiliki PT. Budi Luhur Sejati sebagai berikut :

- |                                  |                  |
|----------------------------------|------------------|
| a) Direktur                      | : Achmad Suntoko |
| b) Sekretaris                    | : Rizna          |
| c) Bidang Keuangan               | : Rizna          |
| d) Bidang Tour & Public Relation | : Nirma          |
| e) Pegawai                       | : -              |
| f) Kebersihan                    | : -              |

**B. Pelaksanaan Praktik di PT. Budi Luhur Sejati**

Pelaksanaan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) dimulai pada tanggal 1 Agustus 2020 sampai tanggal 31 Agustus 2020. Tetapi dikarenakan adanya covid-19 maka penulis hanya melakukan kunjungan ke PT. Budi Luhur Sejati selama beberapa kali saja yaitu empat kali kunjungan.

1. Minggu pertama: Survei secara langsung di lokasi dan berbincang sedikit tentang ppl yang akan di lakukan pada PT. Budi Luhur Sejati
2. Minggu kedua: wawancara langsung dengan direktur PT. Budi Luhur Sejati
3. Minggu ketiga: wawancara dengan manajer PT. Budi Luhur Sejati
4. Minggu keempat: analisis data- data untuk dokumentasi.

### **C. Permasalahan di Lapangan**

Suatu kegiatan baik itu kegiatan secara individu kelompok, atau bahkan lembaga/ instansi/ organisasi tidak luput dari yang namanya masalah. Permasalahan tersebut bisa muncul dikarenakan beberapa faktor salah satunya adalah dalam mempertahankan konsumen agar tetap mempunyai daya minat terhadap jasa yang ditawarkan. Dalam pemasaran jasa, konsumen merupakan pihak yang memberikan penilaian terhadap mutu pelayanan dengan membandingkan terhadap pelayanan yang diterima. Suatu perusahaan dapat meraih minat konsumen apabila pelayanan senantiasa sesuai dengan harapan konsumen PT. Budi Luhur Sejati, di sisi lain dari jasa transportasi berupaya agar memberikan pemenuhan kebutuhan dan kenyamanan saat memakai jasa transportasi tersebut yaitu dengan menyajikan fasilitas dan pelayanan dengan harapan mencapai tingkat kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa tersebut.

### **D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Praktik**

Dalam proses penyusunan laporan ini, pemilik PT. Budi Luhur Sejati sangat membantu dan menanggapi dengan baik ketika saya melakukan wawancara ataupun pada saat melakukan kunjungan ke perusahaan untuk melihat bagaimana kegiatan operasionalnya.

Pemilik usaha mengatakan bahwa kegiatan operasional pabrik akan berjalan dengan lancar ketika strategi pemasaran yang dilakukan dalam menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa transportasi tersebut. Sebagai pelaku usaha yang baik pemilik usaha akan tetap konsisten dalam menjalankan usahanya, dan tidak pernah menganggap pelaku bisnis yang sama sebagai pesaing melainkan sebagai rekan bisnis, hal ini dilakukan karena beliau ingin menjaga nama baik dari usaha yang dimiliki dan berlaku jujur dalam melakukan bisnis agar yang dijalankan tetap berkembang dan tidak mengalami kendala untuk kedepannya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Achmad Suntoko selaku *Pemilik Usaha PT. Budi Luhur Sejati*, pada hari Kamis, 13 Oktober 2020 pukul 07.45 WIB.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran menurut Suliyanto merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi kepada usaha- usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing- masing tingkatan atau lokasinya. Peranan strategi pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah dua penentuan pokok yaitu: pertama, bisnis apa yang gerakkan oleh perusahaan pada saat ini dan dari jenis bisnis apa yang di masuki pada fase sekarang dan akan datang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses di dalam lingkungan yang kompetitif atasa dasar prespektif produk, harga, promosi, dan distribusi untuk melayani pasar sasaran.

Tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran meliputi:

- a. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan
- b. Menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar
- c. Merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi
- d. Menganalisis kinerja perusahaan

Berdasarkan dari ke empat tahapan- tahapan pengembangan dan penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha agar proses pemasaran dapat secara maksimal sesuai tujuan. Misalnya tahapan dalam merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran, perusahaan perlu merancang bauran pemasaran yang terintegasi. Bauran pemasaran atau biasa disebut (*marketing mix*)

merupakan variabel- variabel yang dapat dikendalikan oleh suatu perusahaan, yang terdiri dari 4P yaitu: produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*).

a) Produk (*product*)

Secara kosepsional produk adalah segala sesuatu yang dibuat dan dihasilkan oleh produsen untuk ditawarkan, dibeli, dikonsumsi, dan diminta oleh konsumen untuk menciptakan pertukaran, pemenuhan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bias dipasarkan, termasuk benda- benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan.<sup>6</sup>

b) Harga (*price*)

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

c) Distribusi (*place*)

Menurut suliyanto distribusi merupakan semua kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan membuat produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dapat dengan mudah diperoleh.<sup>7</sup>

d) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan tindakan- tindakan aktif suatu perusahaan dalam mengenalkan suatu produk atau jasa kepada para konsumen supaya konsumen tertarik untuk membelinya.

Ke empat strategi tersebut saling mempengaruhi satu dengan yang lain, sehingga semua penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu strategi bauran pemasaran yang berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur/ variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.

---

<sup>6</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementas*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 86

<sup>7</sup> Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*, hal. 91

## B. Minat Konsumen

Minat pembeli dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang menimbulkan suatu dorongan untuk membeli produk tertentu. Seseorang mempunyai keinginan untuk membeli akan menunjukkan perhatian dan rasa tertarik terhadap produk tersebut. Minat membeli ini akan diikuti dengan suatu tindakan berupa perilaku membeli. Minat konsumen juga merupakan inisiatif responden dalam pengambilan keputusan untuk membeli.

Perusahaan yang ingin unggul dalam pasar ini harus mengamati harapan pelanggannya, kinerja perusahaan yang dirasakan pelanggan serta kepuasan pelanggan. Untuk itu perusahaan harus berwawasan pelanggan, kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan pelanggan tinggi, memastikan bahwa pasar sasaran mereka tahan juga penting hal itu walaupun begitu perusahaan belum tentu ingin memaksimalkan kepuasan pelanggan:<sup>8</sup>

1. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menurunkan harga/ dapat meningkatkan produknya atau menanamkan modal lebih banyak di penelitian dan pengembangan.
2. Perusahaan mungkin dapat meningkatkan keuntungan bagi pelanggan dengan cara, misalnya dengan memperbaiki produknya atau menanamkan modal lebih banyak di penelitian dan pengembangan.
3. Banyak orang yang punya kepentingan dalam perusahaan termasuk karyawan, penyalur, pemasok, dan pemegang saham.

perusahaan yang hati-hati akan membuat suatu system untuk mengukur kepuasan konsumennya dan partisipasi lain dalam system pemasaran, dengan mengatur tingkat kesukaan dan kepuasan pelanggan sebelum mempengaruhi penjualan.

---

<sup>8</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan , Implementasi dan Pengendalian, Jilid 1, Terjemahan Ancela A Hennawan, MBA, Edisi ke-5*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hal. 48



### C. Analisis Hasil Temuan Studi

Temuan studi dalam penelitian ini diuraikandengan pertanyaan 5 W 1H supaya dapat mempermudah pemahaman isi laporan ini, yaitu:

1. Apa yang dipermasalahkan?

Kasus yang ditemui yakni pada sistem manajemen perusahaan yang belum tertata untuk jangka panjangnya belum terlalu kuat karena dari segi pembagian travel disni hanya sebagai penyedia pemesanan kebanyakan lewat dari sopir atau dari panitia pelaksana. Untuk penghasilannya dibagi rata dengan sopirnya. Perusahaan travel ini masih tergolong baru dan jaringannya belum begitu luas. Maka dari itu pihak biro travel sendiri memberikan usaha dalam pelayanan yang begitu baik agar banyak peminat yang menggunakan jasanya.

2. Siapa yang terkait?

Yang terkait pada temuan studi ini merupakan anggota PT. Budi Luhur Sejati, Desa Subontoro, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar. Selain itu juga atasan serta pegawai yang terkait.

3. Dimana ?

Studi dilakukan di kantor milik direktur PT. Budi Luhur Sejati, selain itu di tempat tersebut penulis melakukan studi di rumah dengan menganalisis hasil temuan karena Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung dilaksanakan secara virtual dengan maksud mengurangi terjadinya angka penyebaran Covid-19

4. Kapan?

Studi dilakukan selama Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Gelombang III Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung yang berlangsung pada tanggal 1 Oktober 2020 sampai 31 Oktober 2020.

5. Menagapa?

Permasalahan dapat muncul sebab kurangnya ide dan inovasi sehingga efektifitas kelangsungan usaha menjadi kurang kondusif. Dalam menanggulangi perlu dilakukan evaluasi, dimana semua pihak harus

memenuhi tanggung jawab dan ikut mensukseskan program kerja yang telah disusun.

6. Bagaimana?

Sistem manajemen terdapat list harga untuk dipilah-pilah dalam segi operasionalnya, seperti: perawatan, pajak, profitnya. Karena masih menggunakan freelance jadi belum mengetahui pasti target yang akan dituju. Manajemen ini masih dalam proses berkembang belum terlalu kuat.

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Dari beberapa pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun sebuah kepercayaan terhadap konsumen pengusaha harus meluangkan waktu untuk melakukan strategi pemasaran supaya berjalan dengan efektif dimana dapat menarik minat konsumen baru ke bisnis tersebut merupakan prioritas dalam sebuah usaha. Seperti halnya bisnis transportasi berupa travel pariwisata yang merupakan suatu kebanggaan tersendiri bagi masyarakat khususnya konsumen yang mempunyai waktu luang untuk berlibur bersama rekan kerja ataupun keluarga besar untuk melepas penat dengan pelayanan yang sangat memuaskan.

Transportasi travel ini juga memiliki daya minat yang baik dan merupakan travel yang mempunyai izin usaha yang terpenuhi. Travel ini sangat membantu masyarakat sekitar dalam memilih secara sportif dalam pelayanan yang memuaskan apalagi belum terlalu banyak transportasi pariwisata yang memiliki izin lengkap di daerah Blitar.

### **B. Saran**

Tanpa mengurangi rasa hormat terhadap siapapun, khususnya pemilik usaha PT. Budi Luhur Sejati dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Dengan segala kerendahan hati penulis, demikian kemajuan dan keberhasilan PT. Budi Luhur Sejati dan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk meningkatkan kualitasnya, maka penulis menyampaikan saran:

1. Bagi Pihak Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung/  
Pihak Laboratorium Sebagai Pelaksana PPL antara lain;
  - a. Alangkah lebih baik jika pendaftaran PPL yang dilakukan secara online lebih diperhatikan lagi sistematis alur pendaftarannya agar pendaftaran pelaksanaan PPL dapat berjalan dengan lancar.

- b. Lebih banyak menjalin kerjasama dengan Instansi-Instansi Manajemen Bisnis yang bisa dijadikan tempat PPL.

2. Untuk Instansi / Lembaga Tempat PPL

Saran untuk Instansi tempat PPL demi kemajuan Instansi antara lain;

- a. Harus bisa mengatur waktu sebaik mungkin dikarenakan semua kegiatan operasional dilaksanakan sendiri, baik itu produksi dan manajemen perusahaan.
- b. Pemilik Usaha harus siap memberikan motivasi kepada karyawannya demi meningkatkan kinerja karyawannya.

3. Untuk Mahasiswa Sebagai Peserta PPL antara lain :

- a. Dikarenakan PPL dilaksanakan secara online akibat adanya covid-19. Mahasiswa harus lebih cermat dan teliti lagi ketika membaca dan menyimak informasi yang ada di Grup WhatsApp ataupun Telegram, agar PPL dapat berjalan dengan lancar.
- b. Harus sungguh-sungguh dalam melaksanakan PPL.
- c. Harus memanfaatkan waktu PPL dengan sebaik mungkin.
- d. Lebih aktif dalam kegiatan PPL.

## DAFTAR RUJUKAN

- Buchari Alma. 2013. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Mulyadi Nitisusastro. 2013. *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Philip Khotler dan Gray Amstrong. 2008. *Prinsip- prinsip Pemasaran Edisi Ke- 12*. Jakarta: Erlangga.
- Donni Junni Priansi. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Allfabeta
- Wawancara dengan Achmad Suntoko selaku *Pemilik Usaha PT. Budi Luhur Sejati*, pada hari Kamis, 13 Oktober 2020 pukul 07.45 WIB.
- Sudaryono. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Prakti*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan , Implementasi dan Pengendalian, Jilid 1, Terjemahan Ancela A Hennawan, MBA, Edisi ke-5*. Jakarta: Erlangga.

## LAMPIRAN- LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### BERITA ACARA HARIAN

#### PPL JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN TULUNGAGUNG GELOMBANG III TAHUN 2020

Pada tanggal 01 sampai 31 Oktober 2020, bertempat di PT. Budi Luhur Sejati, telah dilaksanakan PPL Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Gelombang III Tahun 2020 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama: Alfi Maylaniyatul Husna

NIM: 12405173158

Jurusan: Manajemen Bisnis Syariah

No	Hari/Tgl	Pukul	Kegiatan
1.	Kamis, 01-09-2020	14.52	Menghubungi DPL dan membuat grub WhatsApp untuk memudahkan berdiskusi dan bimbingan terkait dengan PPL yang dilaksanakan.
2.	Jumat, 02-09-2020	09. 20	Silaturahmi ke pemilik tempat usaha untuk memberitahu bahwa PPL sudah mulai dilaksanakan. Dan meminta izin untuk pertemuan selanjutnya akan melakukan wawancara dengan beliau.
3.	Sabtu, 03-09-2020	13. 30	Membuat format berita acara PPL gelombang III
4.	Minggu, 04-09-2020	10.15	Membuat list pertanyaan untuk persiapan wawancara.

5.	Senin, 05-09-2020	19.30	Berdiskusi dan mengatur jadwal dengan temanteman dan DPL untuk persiapan pelaksanaan
6.	Selasa, 06-09-2020	10.40	Melaksanakan meet online dengan temanteman dan DPL menggunakan aplikasi Telegram/WA.
7.	Rabu, 07-09-2020	18.48	Menghubungi pemilik usaha untuk menanyakan terkait jadwal untuk melakukan wawancara
8.	Kamis, 08-09-2020	09.22	Mengerjakan tugas laporan resume Pendalaman Materi PPL gelombang 3 yang sudah disampaikan pemateri melalui media zoom dan youtube pada tanggal 30 2020
9.	Jumat, 09-09-2020	10.12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari contoh referensi judul untuk laporan akhir PPL dengan mengakses web laboratorium FEBI IAIN Tulungagung</li> <li>- Membuat judul laporan akhir PPL untuk selanjutnya akan di konsultasikan kepada DPL</li> </ul>
10.	Sabtu, 10-09-2020	12.49	Berdiskusi dengan DPL untuk menanyakan kapan bisa mulai dilakukan konsultasi judul untuk judul laporan akhir PPL
11.	Minggu, 11-09-2020	09.02	-
12.	Senin, 12-09-2020	19.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menghubungi kembali pemilik usaha untuk menanyakan terkait waktu kapan akan dilakukan wawancara dikarenakan beliau masih sibuk keluar kota.</li> <li>- Membantu Promosi open trip new normal ke Jogja</li> </ul>

13.	Selasa, 13-09-2020	10.15	- Membantu Promosi open trip new normal ke Jogja
14.	Rabu, 14-09-2020	08.09	- Membantu Promosi open trip new normal ke Jogja
15.	Kamis, 15-09-2020	10.08	- Merekap hasil wawancara yang sudah dilakukan pada hari sebelumnya, agar memudahkan pada saat pembuatan laporan akhir PPL nantinya. - Membantu persiapan tour
16.	Jumat, 16-09-2020	14.05	- Mengerjakan laporan akhir PPL BAB 1 terkait bagian Dasar pemikiran, Tujuan dan Kegunaan, serta Waktu dan tempat pelaksanaan PPL - Membantu persiapan Tour
17.	Sabtu, 17-09-2020	10.45	- Berangkat tour.
18.	Minggu, 18-09-2020	19.05	- Tour
19.	Senin, 19-09-2020	12.05	- Mengerjakan laporan akhir PPL BAB 2 terkait bagian Profil Lembaga dan Pelaksanaan praktik
20.	Selasa, 20-09-2020	10.12	Melanjutkan mengerjakan laporan akhir PPL BAB 2 terkait bagian temuan permasalahan



			dilapangan dan tanggapan dari lembaga tempat praktik.
--	--	--	---

21.	Rabu, 21-09-2020	09.20	Mengerjakan laporan akhir PPL BAB 3
22.	Kamis, 22-09-2020	09.52	Mengerjakan laporan BAB
23.	Jum'at, 23-09-2020	12.28	Mengerjakan laporan BAB 3
24.	Sabtu, 24-09-2020	19.05	Menghubungi pemilik lembaga untuk meminta izin bahwa besuk akan berkunjung ke tempat usaha untuk mengambil sedikit video dan foto kegiatan.
25	Minggu, 25-09-2020	09.13	Mendatangi lokasi pabrik lembaga tempat pelaksanaan PPL untuk mengambil video dan foto kegiatan pabrik.
26.	Senin, 26-09-2020	10.38	Melakukan diskusi dengan teman satu DPL untuk menanyakan kapan mulai mengkonsultasikan isi dari pembahasan BAB 3 kepada DPL.
27.	Selasa, 27-09-2020		Melakukan konsultasi dengan DPL terkait isi pembahasan BAB 3 laporan akhir PPL secara online via WhastApp.
28.	Rabu, 28-09-2020	10.24	Menambahkan materi terkait kajian pustaka
29.	Kamis, 29-09-2020	14.35	Menambahkan isi materi BAB 3

30.	Juma'at, 30-09-2020	09.10	-
31.	Sabtu, 31-08-2020	14.03	- Mulai mengerjakan laporan akhir PPL BAB 4 dan mulai membuat catatan kecil untuk gambaran apa yang akan disampaikan pada saat pembuatan video PPL yang akan di upload di Youtube nantinya.

Tulungagung, 31 Oktober 2020



**Alfi Maylaniyatul Husna**

NIM. 12405173158

## Lampiran 2

### BERITA ACARA KONSULTASI DPL

Nama : Alfi Maylaniyatul Husna

NIM : 12405173158

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

DPL : Nur Aziz Muslim, M. H. I

Tempat PPL : PT. Budi Luhur Sejati

Judul Laporan: Strategi Pemasaran dalam upaya menarik minat customer untuk menggunakan jasa transportasi pada PT. Budi Luhur Sejati Desa Subontoro Kabupaten Blitar

No.	Hal Yang dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
1.	Konsultasi mengenai Lembaga tempat pelaksanaan PPL	ACC	
2.	Konsultasi mengenai Judul Laporan Akhir PPL	ACC	
3.	Konsultasi mengenai isi pembahasan BAB 3 Laporan Akhir PPL	ACC	

Tulungagung, 31 Oktober 2020

**Nur Aziz Muslim, M. H. I**

NIDN.2027128601.

## Lampiran 3 FOTO-FOTO KEGIATAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN (PPL)

### 1. Pelaksanaan Pendalaman Materi PPL Gelombang III Via Zoom (01 2020)



## 2. Foto kegiatan PPL pada PT. Budi Luhur Sejati



### Dokumentasi pada PT. Budi Luhur Sejati



### Wawancara dengan direktur PT. Budi Luhur Sejati



**Kegiatan Ziarah Wali PT. Budi Luhur Sejati**



**Kegiatan Open Trip PT. Budi Luhur Sejati Jogja 1**



**Open Trip new normal Jogja 2**