

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah Graha Nirwana Wisata**

Perusahaan Graha Nirwana Wisata didirikan oleh Bapak Gunawan pada tahun 2013, beliau merupakan mantan tenaga kerja asing yang bekerja di Brunei Darussalam. Sepulang dari luar negeri, beliau berinisiatif untuk membuka usaha sendiri di bidang biro travel dan jasa transportasi, usaha tersebut dianggap beliau sebagai usaha yang menjanjikan disaat perusahaan-perusahaan serupa belum banyak ada khususnya diwilayah Kecamatan Kalidawir.

Di awal pendirian Graha Nirwana Wisata hanya memiliki satu buah bus, dan memiliki kantor yang digunakan untuk tempat pemesanan travel ataupun agen tiket pesawat dan kapal laut tujuan dalam maupun luar negeri. Dari usaha yang mulai dirintis tersebut, lambat laun usaha yang dilakukan semakin berkembang, penambahan unit bus-bus baru dilakukan guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Jaringan agen tiket juga semakin diperluas untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen. Hingga akhirnya usaha tersebut diamankan kepada anak beliau yang bernama Bapak Meni yang menjalankan usaha PT. Graha Nirwana Wisata. Dan sampai sekarang perusahaan Graha Nirwana Wisata terus berkembang dan memiliki 6 unit bus besar, 1 unit bus medium, dan 5 unit minibus. Dari usahanya tersebut berdampak

dengan semakin majunya usaha pariwisata di Tulungagung khususnya di wilayah Kalidawir.

Dengan perusahaan yang ada saat ini tentunya beliau masih menginginkan usaha yang semakin berkembang dan dapat selalu bermanfaat untuk masyarakat sekitar untuk mempermudah urusan pemesanan tiket pesawat ataupun kebutuhan armada bus yang dapat digunakan untuk berwisata maupun acara yang lain. Tidak dilupakan juga bagaimana perusahaan tersebut menghadapi segala kemungkinan karena perkembangan zaman, dibutuhkan strategi untuk mempertahankan kualitas dan kepercayaan masyarakat serta mengembangkan perusahaan sehingga menjadi perusahaan otobis terbesar di Tulungagung.<sup>1</sup>

### **Visi dan Misi**

Visi :

Menjadi perusahaan yang memberi pelayanan yang prima terhadap konsumen, serta peduli terhadap karyawan, lingkungan dan masyarakat.

Misi :

- 1) Memberi kenyamanan dan keamanan kepada penumpang dengan armada dan crew yang terbaik.
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menetapkan kualitas layanan yang terbaik.

### **2. Letak Geografis Objek Penelitian**

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

Penelitian berupa skripsi ini merupakan studi kasus yang dilakukan di PT. Graha Nirwana Wisata yang terletak di Jalan Raya Karangtalun No.1, Kalidawir, Tulungagung.

### 3. Bidang Kelembagaan

Bentuk : Perseroan Terbatas (PT)

Nama : Graha Nirwana Wisata Trans

Alamat: Jl. Raya Karangtalun, Kalidawir

### 4. Landasan Hukum

- 1) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan angkutan Jalan;
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 1993 tentang Angkutan Jalan;
- 3) Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Umum;
- 4) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

### 5. Struktur Organisasi PT. Graha Nirwana Wisata

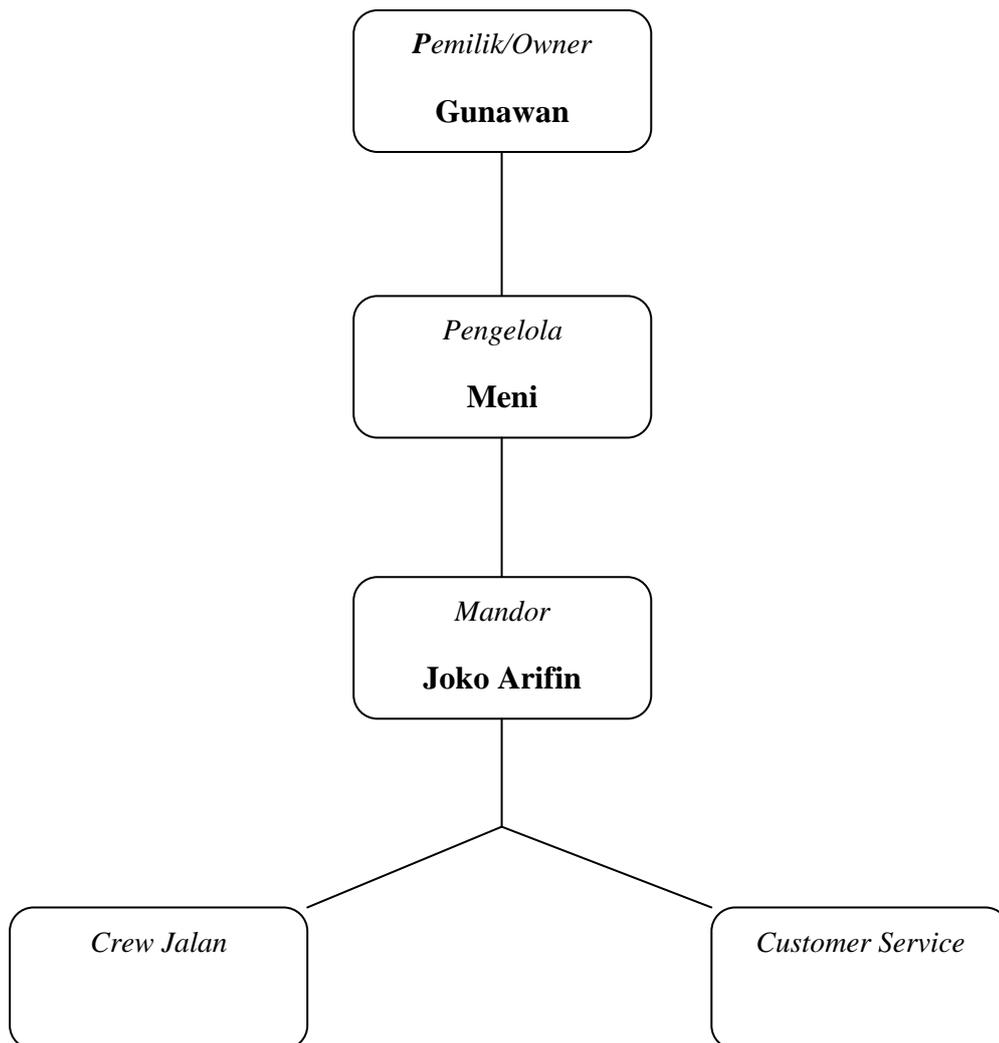
Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Adapun struktur organisasi pada PT Graha Nirwana Wisata adalah sebagai berikut<sup>2</sup>:

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

**Gambar 4.3**

**Struktur Organisasi PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung**



- a) Pemilik, disini beliau sebagai orang yang memiliki atau pemimpin perusahaan PT. Graha Nirwana Wisata Kalidawir. Beliau memiliki kewenangan tentang semua hal didalam perusahaan.

- b) Pengelola, disini beliau sebagai orang yang diberi mandat untuk menjalankan perusahaan ini, namun tetap sesuai dengan perintah sang pemilik perusahaan.
- c) Mandor, bertugas mengatur tentang keluar masuk dan jadwal armada-armada bus dan elf.
- d) Crew jalan, bertugas menjalankan armada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- e) Customer service, bertugas di kantor perusahaan guna melayani setiap kebutuhan pelanggan dan menyampaikan informasi kepada calon pelanggan maupu masyarakat.<sup>3</sup>

#### 6. Produk-produk PT Graha Nirwana Wisata

- 1) Melayani tiket pesawat domestic dan internasional
- 2) Melayani pengurusan passport
- 3) Melayani cop visa
- 4) Melayani colling visa
- 5) Melayani tour & travel
- 6) Melayani armada pariwisata<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

## 7. Peta Persaingan.

PT. Graha Nirwana Wisata terletak di desa Karangtalun, kecamatan Kalidawir, kabupaten Tulungagung. Didaerah tersebut khususnya kecamatan Kalidawir terdapat 3 perusahaan pesaing yang menjalankan usaha dibidang penyewaan bus pariwisata, ketiganya ialah Ceria Trans, HR Tour, dan Malindo Trans. Ketiga perusahaan tersebut berdiri diwaktu yang tidak bersamaan, ada yang sebelum ataupun sesudah Graha Nirwana Wisata berdiri. Untuk itu pengembangan-pengembangan produk dan inovasi harus terus dilakukan guna mengikuti kebutuhan konsumen. Menyediakan kondisi bus yang terbaik akan lebih dilirik oleh calon pelanggan, jumlah ketersediaan bus juga bisa mempermudah memenuhi kebutuhan konsumen serta penawaran harga yang bersaing sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan.

## **B. Temuan Penelitian**

Hasil wawancara dengan pemilik, pengelola, dan customer service PT Graha Nirwana Wisata.

### 1. Strategi pemasaran PT Graha Nirwana Wisata.

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang.

Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi.

Cara pemasaran tersebut sudah dilihat dari awal pendirian dan tetap dimaksimalkan serta dimanfaatkan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan masyarakat sebagaimana yang dikatakan oleh pemilik PT Graha Nirwana Wisata, Bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Diawal pendirian perusahaan ini kami sudah melihat peluang dan kami anggap ini sebagai kekuatan perusahaan kami. Di kecamatan kalidawir ini masyarakatnya cukup banyak dan sebagian besar dari mereka bekerja diluar negeri. Mereka untuk mendapatkan tiket pesawat cukup sulit dan harus jauh-jauh ke Tulungagung untuk memesan atau membelinya, saya dulu juga mengalami soalnya. Disana pun terkadang tidak mendapatkan tiket yang kita inginkan karena dikota kan yang akan membeli tiket pesawat lebih banyak, makanya saya berfikir kalau membuka usaha seperti ini akan menjanjikan dan terutama dapat mempermudah membantu masyarakat sekitar sini untuk mendapatkan tiket pesawat yang mereka butuhkan.”<sup>5</sup>*

Hal tersebut semakin dimanfaatkan dengan memperluas bidang jasa yang ditawarkan kepada masyarakat dengan menyediakan moda transportasi berupa bus dan mobil, seperti yang dituturkan bapak Gunawan:

*“Pada waktu itu kami rasa masih banyak yang dibutuhkan masyarakat sekitar, untuk penjemputan atau mengantarkan pekerja ke bandara cukup sulit didapatkan mobil untuk disewa. Saya memutuskan untuk menyediakan mobil dan bus yang bisa diperlukan masyarakat untuk mengantar dan penjemputan di bandara. Yaa kan saya sudah menyediakan jasa pemesanan tiket pesawat jadi saya melengkapi jasa*

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

*yang saya tawarkan dengan menyediakan angkutan yang dapat mengantarkan mereka menuju dan dari bandara.”<sup>6</sup>*

Kepercayaan yang diberikan konsumen juga menjadi sebuah kekuatan sebuah perusahaan untuk terus berkembang dan mempertahankan kualitas dan pelayanan. Seperti yang dituturkan bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Kepercayaan yang telah diberikan kepada kami membuat kami semakin berbenah dan berkembang, hingga kami mampu menambah armada mobil dan bus sampai saat ini. Tidak hanya sebagai armada antar jemput tapi fungsinya menjadi luas. Masyarakat dapat menggunakannya untuk berwisata, untuk kegiatan keluarga atau perusahaan dapat menggunakan armada yang kami sediakan. Kami senantiasa menjaga kualitas dan pelayanan supaya konsumen tidak kecewa kepada kami sehingga tetap mempercayakan kebutuhan mereka kepada kami.”<sup>7</sup>*

Meraih loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah. Beberapa cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai loyalitas adalah dengan memberikan harga yang sesuai (*price fairness*) kepada pelanggan serta memberikan pelayanan pelanggan (*customer services*) yang baik kepada pelanggan. Senada dengan bapak Gunawan, pengelola PT Graha Nirwana Wisata yaitu bapak Meni juga menuturkan bahwa menjaga kepercayaan konsumen sebagai kekuatan perusahaan. Penuturan bapak Meni sebagai berikut:

*“Dari dulu sampai saat ini kami menganggap konsumen itu sebagai kekuatan kami, karena mereka kami tetap berusaha memberikan yang terbaik dan tidak mengecewakan konsumen. Karena jika sampai mengecewakan konsumen nantinya akan berdampak kepada kami karena*

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

*tidak dipercaya lagi. Soalnya para konsumen itu rata-rata tau perusahaan ini kan dari mulut ke mulut atau getok tular jadi kalau salah satu dikecewakan atau merasa kecewa dengan pelayanan kami maka yang lain akan mendengar apa yang dialami salah satu konsumen tersebut, hla nanti malah semua ikut-ikutan kecewa. Makannya kami selalu menjaga tradisi kami untuk mengedepankan kepuasan konsumen, mulai dari pelayanan dikantor sini sampai pelayanan dilapangan oleh crew jalan kami.”<sup>8</sup>*

Pelayanan merupakan hal paling utama atau mendasar dalam sebuah perusahaan jasa, seorang *customer services* harus memiliki pemahaman mengenai pelayanan, mampu mengidentifikasi sebab-sebab terjadinya hambatan komunikasi, tanggap terhadap keluhan pelanggan serta diharapkan selalu mampu memecahkan persoalan yang sedang dihadapi oleh pelanggan dan tetap menjaga hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan. Seperti yang diutarakan oleh customer service PT Graha Nirwana Wisata mbak Yuli sebagai berikut:

*“Tugas saya disini sangat vital bisa dibilang, karena berhadapan langsung dengan konsumen atau masyarakat. Siapapun yang ingin memesan tiket pesawat atau memesan bus yang akan disewa akan menghubungi saya, jadi saya disini yang berperan bagaimana perusahaan ini dipandang masyarakat. Untuk itu kami melayani konsumen dengan segala ketulusan, memberikan pelayanan sesuai yang mereka butuhkan. Misalnya ketika mereka memesan bus A pada tanggal ini maka kami bisa menjamin pada tanggal tersebut bus A yang datang sesuai dengan keinginan mereka. Soalnya kan ada kadang pesan bus lalu lihat-lihat armadanya dan memilih bus yang lebih baru ee pas hari H yang datang malah bukan bus yang sudah disepakati kan membuat mereka kecewa, itu yang sebisa mungkin kami hindari. Karena masyarakat sekarang itu pinter-pinter kalau tidak sesuai yang mereka inginkan nanti semua orang jadi tahu yang menjadi kekecewaan mereka itu perusahaan kami.. waah itu malah menjadi kerugian yang besar untuk kami.”<sup>9</sup>*

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>9</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

Pesatnya persaingan dalam dunia bisnis jasa transportasi akhir-akhir ini bukan hanya disebabkan oleh faktor globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut. Kemajuan teknologi komunikasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya. Seperti yang dibilang bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Perusahaan kami bisa dibilang yang cukup lengkap diwilayah kalidawir khususnya dan kabupaten Tulungagung secara umum. Kami memiliki bus besar, bus medium dan minibus atau elf short maupun yang panjang atau elf long. Perusahaan lain setau saya hanya memiliki bis besar saja, bis medium saja atau minibus saja, kalau kami menyediakan semuanya. Supaya kalau konsumen menginginkan apa yang mereka butuhkan kami sudah menyediakan tidak perlu lagi mereka berpindah-pindah tempat untuk mencari armada yang mereka butuhkan seperti misalnya ketika mereka membutuhkan bus besar, bus medium dan elf sekaligus secara bersamaan kami sudah menyediakan, ini kami rasa nilai plus perusahaan kami dibanding yang lain. Armada yang kami miliki juga rata-rata merupakan armada baru yang sesuai dengan zaman, bukan bus bus tua yang dicat ulang itu bukan. Kami menggunakan karoseri bus besar yang ada di Malang sana untuk pengerjaan atau perakitan body bus kami yang terkenal akan kekuatan body bus buatan mereka. Bus kami terdapat akses wifi jadi sesuai dengan kebutuhan sebagian besar orang sekarang untuk internetan, karena setau saya disekitar sini belum banyak yang memfasilitasi konsumen dengan wifi didalam bus. Kondisi bus kami atau armada-armada kami terjamin kebersihannya karena itu syarat bus supaya mendapat izin untuk jalan. Yang terpenting juga perawatan rutin armada-armada bus kami supaya kondisi bus tetap baik dan prima karena rata-rata perjalanan yang ditempuh jaraknya cukup jauh. Kalau tidak dilakukan perawatan rutin nanti malah terjadi sesuatu saat perjalanan dan nantinya kembali konsumen yang dirugikan. Kami sebisa mungkin selalu memberikan yang terbaik untuk konsumen kami.”<sup>10</sup>*

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

Selain pelayanan, fasilitas yang ditawarkan sebuah perusahaan juga bisa dibidang sebuah kekuatan karena perusahaan lain bisa jadi tidak memiliki fasilitas yang dimiliki sebuah perusahaan seperti halnya PT Graha Nirwana Wisata. Hal tersebut disampaikan oleh pengelola PT Graha Nirwana Wisata bapak Meni sebagai berikut:

*“Bus kami rata-rata bus baru dan kami membelinya benar-benar bery bukan bus second, fasilitas yang ditawarkan juga yang dibutuhkan orang banyak saat ini seperti wifi, fasilitas karaoke didalam bus dan sekarang yang lagi musim itu didalam bus ada lampu disconya, menambah kesan mewah dalam bus kami. Itu semua kami sediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengikuti perkembangan zaman. Apalagi saat ini konsumen itu tahu mana bus yang bagus dan bus yang biasa-biasa saja, jadi kami mengikuti perkembangan.”<sup>11</sup>*

Penempatan lokasi usaha juga sangat berperan dalam mendirikan usaha, letak sebuah perusahaan dapat menentukan kesuksesan sebuah usaha karena berkaitan dengan pangsa pasar produk jasa yang ditawarkan. Seperti halnya PT Graha Nirwana Wisata yang mendirikan usaha dekat dengan pangsa pasar konsumen di wilayah kecamatan Kalidawir dan letaknya di pusat pemerintahan kecamatan. Seperti yang dituturkan oleh bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Saya asli warga Kalidawir sini, jadi saya ya membuat usaha disekitar sini juga lagipula malah lebih banyak dibutuhkan masyarakat sekitar sini. Kalau saya mendirikan usaha saya ini dipusat kota Tulungagung sana malah sulit untuk berkembang karena disana persaingannya lebih ketat. Kalau disini kan dekat dengan konsumen wilayah sini dan malah mempermudah mereka mndapatkan layanan. Lokasi kami cukup strategis dekat dengan pusat pemerintahan kecamatan,*

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

*dekat dengan pasar tradisional sehingga masyarakat tidak kesulitan untuk menemukan lokasi kami. Bauran pemasaran kami untuk wilayah sini cukup luas yaitu kecamatan kalidawir sendiri, lalu pucanglaban dan tanggunggunung juga lebih dekat mereka menjangkau kami daripada jauh-jauh ke Tulungagung. Jadi ya kami dekat dengan konsumen dan konsumen juga dekat dengan kami. Sama-sama diuntungkan dengan letak lokasi usaha kami disini.”<sup>12</sup>*

Hal senada disampaikan oleh customer service PT Graha Nirwana

Wisata mbak Yuli sebagai berikut:

*“Banyak konsumen yang datang itu bilang kalau merasa diuntungkan dengan adanya perusahaan ini disini, dulu pesan tiket atau pesan bus harus jauh-jauh ke pusat kota Tulungagung, namun sekarang tidak perlu jauh-jauh kesana udah bisa memesan tiket pesawat ataupun menyewa bus. Letak kami sangat strategis memang kalau dibilang, dekat dengan pusat kecamatan dan dipinggir jalan raya, selain itu kami juga menyediakan nomor telepon yang bisa dihubungi ketika konsumen membutuhkan bantuan. Bahkan yang menelepon itu yang jauh-jauh bahkan banyak biro perjalanan ataupun perorangan menyewa bus kita itu berasal dari luar kota seperti dari Kediri, Blitar, maupun Trenggalek. Alhamdulillah kami sudah mendapat tempat dihati para konsumen kami.”<sup>13</sup>*

Penilaian terhadap sisi kelemahan dapat membuat perusahaan tersebut berusaha mengatasi kelemahan dari produk dan system pemasarannya tersebut. Sehingga PT Graha Nirwana Wisata selalu melihat kelemahan yang ada dan berusaha mengatasi kelemahan tersebut supaya tidak semakin berdampak buruk bagi keberlangsungan perusahaan. Kelemahan-kelemahan yang ada terus dipahami dan dijadikan sebagai pembelajaran untuk PT Graha Nirwana Wisata seperti menurut bapak Gunawan selaku pemilik sebagai berikut:

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>13</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

*“Sebuah perusahaan pasti memiliki kelemahan meskipun sudah terlihat mapan, itu berlaku untuk semua perusahaan tidak terkecuali perusahaan kami ini, kami masih banyak memiliki kekurangan ataupun bisa dibilang kelemahan dalam menjalankan usaha ini. Dimulai dari masalah internal, jangan dianggap enteng soal masalah internal karena malah bisa menjadi kelemahan yang bisa benar-benar melemahkan. Ambil saja contoh ketika sesame crew kami ada masalah personal, bisa jadi hal tersebut berdampak kepada personal-personal lain yang menjadi ikut-ikutan masuk kedalam masalah. Yang dirugikan tetap konsumen kita, bisa jadi ketika dilapangan sedang mengantarkan penumpang crew kami menjadi tidak ramah kepada penumpang itu berakibat ketidaknyamanan yang dirasakan oleh konsumen sehingga kepercayaan konsumen kepada kita menjadi hilang. Untuk mengatasi dan menghindari hal semacam itu kami selalu mengadakan pertemuan atau bahasa kerennya meeting setiap satu bulan sekali, hal itu dimaksud untuk menguatkan dan mensinergikan antar elemen-elemen di perusahaan kami sehingga tetap kompak tetap rukun dan sesuai dengan standart pelayanan perusahaan kami. Meskipun kegiatannya berjalan santai atau dengan suasana tidak formal tapi banyak hal yang bisa disampaikan dalam forum tersebut. Bisa untuk saling mengingatkan, bisa saling tukar pendapat untuk kelanjutan perusahaan ini dan yang terpenting mempererat tali silaturahmi atau kekeluargaan diantara kami semua elemen PT Graha Nirwana. Dengan pertemuan rutin ini maka dapat meminimalisir keadaan yang sudah saya bilang diawal tadi, supaya tetap mengedepankan pelayanan terbaik untuk konsumen dan masyarakat sekitar. Bahkan saya selaku pemilik juga sering meminta kritik dari teman-teman supaya tidak ada yang nggrundel dihati kami masing-masing.”<sup>14</sup>*

Masalah internal yang ada dalam sebuah perusahaan bisa dikatakan sebagai sebuah kelemahan perusahaan tersebut. Kiat menanggulangi hal tersebut juga telah dilakukan oleh perusahaan PT Graha Nirwana Wisata seperti yang dijelaskan oleh bapak Meni sebagai berikut:

*“Disini saya bertanggungjawab atas berlangsungnya segala hal dalam perusahaan ini, untuk itu saya juga berkewajiban untuk menjaga kondisi internal perusahaan antar personal. Kami disini sudah seperti keluarga besar, antara elemen-elemen saling menguatkan dan saling berkesinambungan. Ketika ada sedikit masalah personal diinternal kami maka saya akan menjadi penengah atau segera mencari jalan keluar*

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

*supaya masala tersebut dtidak berlarut-larut. Kalau dibiarkan berlarut-larut maka akan berdampak negative bagi perusahaan ini sendiri, yang dirugikan konsumen akhirnya kami juga merasa rugi. Untungnya kami selalu mengadakan pertemuan rutin untuk menjaga silaturahmi diantara elemen-elemen Graha, baik itu pak Gunawan selaku pemilik, saya sendiri, pak mandor, mbak-mbak yang ada dikantor dan juga crew jalan kami serta mekanik. Kami semua berkumpul setiap bulan supaya kerukunan selalu terjaga dan visi misi perusahaan ini tetap berjalan tanpa ada perubahan.”<sup>15</sup>*

Perkembangan zaman menuntut semua perusahaan untuk mengikuti dinamika perkembangan. Tidak terkecuali PT Graha Nirwana Wisata untuk terus mengikuti teknologi perkembangan zaman dalam rangka pemasaran produk yang sebenarnya juga akan berdampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Namun berbeda hal dengan kondisi saat ini PT Graha Nirwana Wisata belum sepenuhnya mengikuti perkembangan teknologi sebagaimana yang disampaikan oleh customer service mbak Yuli sebagai berikut:

*“Untuk saat ini kami belum memiliki website atau system yang bisa digunakan masyarakat memesan segala sesuatu dari kami dengan system online. Sebenarnya hal tersebut semakin memudahkan konsumen untuk mendapatkan pelayanan tanpa harus datang kesini, sampai saat ini hanya bisa melayani pemesanan melalui telepon dan nantinya konsumen harus tetap datang kesini untuk melakukan pembayaran dan memastikan tanggal serta bus yang akan digunakan. Sistem online sebenarnya juga sangat membantu kami sebagai customer service karena ketika sedang musim ramai terkadang terjadi kesalahan-kesalahan tanggal ataupun masalah lain yang untungnya dapat kami atasi dengan mengecek lagi semuanya. Mungkin dikemudian hari bisa dilakukan pemesanan semua system online karena kebutuhan masyarakat semakin banyak dan mereka menginginkan yang praktis.”<sup>16</sup>*

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>16</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

Hal senada juga disampaikan oleh pak Gunawan selaku pemilik perusahaan:

*“Iya system online cukup bermanfaat di era sekarang ini, namun sayangnya di perusahaan kami belum menerapkannya dikarenakan kendala satu dan lainnya seperti pembuatan system yang sesuai dengan bidang kami yang pas dengan kami, kami belum menemukan yang pas. Sebenarnya kami juga sudah memikirkan ke arah sana supaya nanti konsumen cukup memesan bus melalui online dan pembayaran bisa melalui transfer, itu mempermudah konsumen dan juga kami dalam hal melayani konsumen.”<sup>17</sup>*

Penilaian terhadap sisi peluang akan membuat perusahaan tersebut berusaha menakhlukkan berbagai peluang yang ada. Memanfaatkan segala peluang sangat perlu dilakukan untuk semakin berkembangnya sebuah perusahaan dan perlu sebuah kejelian untuk melihat peluang yang ada dan memanfaatkannya. PT Graha Nirwana Wisata juga melihat peluang yang ada dan senantiasa memanfaatkan peluang tersebut seperti yang dikemukakan oleh pengelola bapak Meni sebagai berikut:

*“Kami selalu melihat peluang disekitar kami yang sekiranya bisa kami manfaatkan, seperti halnya ketika musim mudik lebaran banyak sekali orang yang akan melakukan mudik, meskipun kami perusahaan bus pariwisata namun kami mengambil peluang pada momen itu untuk ikut berpartisipasi dalam angkutan mudik seperti sebagai armada bantuan mudik atau armada mudik gratis. Selain itu peluang meningkatkan jumlah armada juga ada karena saat ini kebutuhan masyarakat akan angkutan pariwisata semakin meningkat. Mereka menggunakannya untuk berwisata rombongan ke tempat-tempat wisata maupun melakukan perjalanan wisata religi.”<sup>18</sup>*

Penilaian terhadap sisi ancaman dari perusahaan pesaing juga memberikan motivasi dalam hal pemasaran yang akan menyadarkan

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>18</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

perusahaan tersebut untuk menanggulangi setiap ancaman yang datang. Begitu juga yang dilakukan oleh PT Graha Nirwana Wisata seperti yang dituturkan oleh bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Dalam menjalankan usaha ini pasti kami memiliki ancaman-ancaman, bukan berarti ancaman kejahatan tapi sebuah warning yang harus kita waspadai. Yang namanya usaha pasti ada pasang surut namun sebisa mungkin kami berusaha untuk tetap berada diposisi yang aman. Ancaman-ancaman yang muncul sebisa mungkin kami hadapi, kami berusaha mencari solusi yang tepat untuk menghadapinya. Persaingan usaha seperti ini kami anggap wajar dan fair-fair saja tinggal bagaimana kita menghadapinya, kalau kami tetap seperti ini saja tidak mengikuti perkembangan bisa saja kami tertinggal dan ditinggalkan banyak konsumen jadi kami selalu mengikuti perkembangan meskipun banyak pesaing dibidang serupa.”<sup>19</sup>*

## 2. Upaya dan strategi yang tepat dalam mengembangkan Perusahaan PT. Graha Nirwana Wisata.

PT Graha Nirwana Wisata nampaknya tidak mau kalah dengan perusahaan jasa transportasi lain dalam hal pengembangan produk. Alasannya, juga wajib memberikan layanan yang terbaik dan tentunya mudah serta bisa memenuhi kepuasan konsumen. Selain itu, ketatnya persaingan saat ini membuat PT Graha Nirwana Wisata harus mampu menerapkan strategi untuk mengembangkan perusahaannya salah satunya menciptakan produk-produk yang tepat dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, dan penerapannya yang harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat).

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

Dalam mencapai tujuannya tersebut PT Graha Nirwana Wisata harus mampu menciptakan strategi pengembangan produk yang cukup baik dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu cara yang dilakukan PT Graha Nirwana Wisata dalam pengembangan produk-produk yang dimilikinya adalah dengan cara memodifikasi produk yang sudah ada sebelumnya menjadi sebuah produk baru yang lebih berkualitas. Seperti pada penyewaan armada pariwisata dilakukan penyegaran-penyegaran untuk fasilitas yang disediakan guna mengikuti perkembangan dibidang transportasi angkutan umum terutama bidang pariwisata.

Dalam melakukan strategi pengembangan produk, langkah awal yang dilakukan PT Graha Nirwana Wisata adalah dengan mengumpulkan gagasan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Gunawan selaku pemilik PT Graha Nirwana Wisata sebagai berikut:

*“Dalam menerapkan strategi pengembangan produk pada tahap awal yakni dengan pengumpulan gagasan, pada awalnya produk yang ada di PT Graha Nirwana Wisata mendapatkan gagasan dari menganalisis kebutuhan konsumen. Kemudian dari kebutuhan konsumen tersebut, selanjutnya kita coba konsep menjadi sebuah produk yang mampu menjawab kebutuhan konsumen khususnya orang pasar yang setiap hari kita layani. Jadi, idenya dari menganalisis kebutuhan nasabah”<sup>20</sup>*

Hal tersebut juga senada dengan pernyataan dari Pak Meni selaku pengelola PT Graha Nirwana Wisata sebagai berikut:

*“Dalam mengumpulkan gagasan itu yang paling penting adalah menganalisis kebutuhan konsumen kami yang mayoritas berupa kelompok-kelompok masyarakat atau instansi, jadi kira-kira produk apa yang sesuai*

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

*dengan kebutuhan mereka. Selain dari menganalisis kebutuhan konsumen, gagasan atau ide yang muncul juga berasal dari ide karyawan yang memodifikasi produk lama yang sudah ada, seperti yang pernah dilakukan yaitu melakukan penambahan fasilitas wifi dan yang lainnya di setiap armada bus.”<sup>21</sup>*

Dalam menyikapi banyaknya gagasan yang muncul, tentunya PT Graha Nirwana Wisata akan melakukan tahap penyaringan dengan tujuan untuk meminimalisir risiko sedini mungkin. Cara yang ditempuh adalah dengan menyeleksi semua ide yang ada, dimana hal tersebut akan dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal seperti yang telah diungkapkan Bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Kalau proses penyaringan gagasan untuk pengembangan produk yang akan kita tawarkan ya kita melihat dari segi sasarannya. Yakni melihat lingkungan, kemudian pasar terdekat. Kemudian kalau masalah pricing sudah ada ketentuan dr kementrian. Selanjutnya kita juga mempertimbangkan biaya. Jadi, pada saat kita menyaring gagasan itu kita mempertimbangkan sasaran, kemudian waktu, biaya dan keuntungan.”<sup>22</sup>*

Hal tersebut juga senada dengan penjelasan dari Pak Meni. Dimana beliau juga menjelaskan bahwa pada tahap penyaringan itu hal yang paling utama untuk dipertimbangkan adalah dari segi sasaran. Seperti keterangan beliau berikut ini:

*“Pada proses penyaringan itu kita harus memperhatikan sasaran dengan melihat segmentasi pasar kita. Biasanya mereka yang menginginkan armada yang lebih lengkap fasilitasnya akan rela membayar lebih namun ada juga yang tidak membutuhkan banyak*

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

*fasilitas jadi kami akan menyediakan armada yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan konsumen.”<sup>23</sup>*

Selanjutnya saya juga menanyakan kepada mbak Yuli selaku customer service PT Graha Nirwana Wisata, selain dengan memperhatikan hal-hal yang telah disampaikan bapak Gunawan dan bapak Meni, hal apa lagi yang diperhatikan pada tahap penyaringan. Kemudian beliau menjelaskan kepada saya sebagai berikut:

*“Terkadang untuk menyaring gagasan itu kita tidak hanya melihat ketertarikan atau kecenderungan konsumen pada produk yang rencananya akan dikeluarkan tersebut. Tetapi disisi lain kita juga ada aturan yang harus kita patuhi sesuai undang-undang dan tidak melanggar norma-norma. Jadi dalam melakukan penyaringan tersebut kita juga harus memperhatikan mana gagasan untuk pengembangan produk yang lebih efektif dan efisien.”<sup>24</sup>*

Setelah penyaringan gagasan dilakukan, kemudian gagasan tersebut masuk kedalam tahap selanjutnya yakni tahap pengujian dan pengembangan konsep, dimana gagasan tersebut akan diuji dengan kebutuhan konsumen dengan cara survey tanggapan konsumen terhadap produk yang akan dibuat. Seperti yang di ungkapkan bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Dari awal kita berdiri sudah banyak produk, dan langsung kita tawarkan, dari pilihan yang ada, yang cocok mana. Karena kan kita langsung keluarkan semuanya. Jadi yg kita tawarkan itu kira-kira kebutuhannya itu apa. Karena semua orang itu membutuhkan pelayanan keuangan. Misalnya kita tawarkan semua produk ABCD. Nah pasti itu nanti kemungkinan besar salah satu pasti ada yang cocok. Karena kita tidak bisa langsung menawarkan semua produk itu gak mungkin, karena*

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>24</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

*kita harus lihat dulu siapa sasarannya. Kalau kita yang dipakai pemasaran itu ke pasar, itu biasanya kita fokus. Misalkan hari ini kita tawarkan produk A. Dan setelah ada respon besoknya kita lakukan analisa. Ohh.. ternyata hal tersebut arahnya kesini. Berarti besok kita tawarkan produk ini. Nah dari situ bisa sekalian kita bisa survey tentang tanggapan dari konsumen atas produk apa yang kira-kira akan kita keluarkan nantinya.”<sup>25</sup>*

Senada dengan Bapak Gunawan, pengelola PT Graha Nirwana

Wisata yakni Bapak Meni juga berpendapat demikian:

*“Saat kita melakukan sosialisasi atas suatu konsep produk yang kita akan coba keluarkan, kita juga sambil melihat potensi atau kebutuhan para pedagang pasar untuk dijadikan peluang yang ada yang kira-kira dapat kita manfaatkan dan kita wujudkan kedalam produk tersebut, sehingga kita nantinya akan mengetahui kira-kira produk mana yang paling potensial untuk diluncurkan.”<sup>26</sup>*

Langkah selanjutnya dalam menerapkan strategi pengembangan produk yang dilakukan PT Graha Nirwana Wisata yakni dengan melakukan pengembangan strategi pemasaran. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Gunawan sebagai berikut:

*“Dalam membuat konsep produk yang nanti akan dikeluarkan, kita harus merencanakan dengan tepat untuk bagaimana produk itu kedepannya. Seperti tentang sasarannya, berapa besar keuntungan yang akan kita ambil dan bagaimana kira-kira keuntungan kita kedepannya atas produk tersebut, serta bagaimana kita mendistribusikan produk tersebut baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sebisa mungkin jangan sampai produk tersebut menjanjikan hanya di awal saja tapi kedepannya akan meredup.”<sup>27</sup>*

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>26</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>27</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh penjelasan dari Bapak Meni yakni sebagai berikut:

*“Perencanaan produk itu harus dibuat secara matang, kita tidak boleh asal dalam mengeluarkan. Kita harus memperhatikan bagaimana masa depan produk tersebut serta tetap memberikan manfaat untuk kedua belah pihak agar selalu diminati oleh konsumen.”<sup>28</sup>*

Langkah selanjutnya dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan di PT Graha Nirwana Wisata adalah dengan melakukan analisis usaha. Dimana analisis usaha merupakan suatu bentuk langkah dimana pihak perusahaan harus mempelajari dengan teliti dalam hubungannya dengan berbagai pertimbangan biaya dan manfaat yang akan didapatkan dari proses pengembangan produk tersebut. Adapun penjelasan dari Bapak Gunawan adalah sebagai berikut:

*“Adapun yang kita lakukan yakni dengan mengevaluasi hasil dari konsep produk tersebut apakah sudah sesuai dengan tujuan perusahaan atau dalam hal ini adalah tujuan dari PT Graha Nirwana Wisata sendiri atau belum, hal tersebut dilakukan dengan menilai bagaimana penjualannya nantinya, berapa biaya yang akan dikeluarkan, serta bagaimana keuntungan yang nanti akan kita dapatkan menjadi pertimbangan.”<sup>29</sup>*

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Bapak Meni yakni:

*“Kalau mengembangkan produk itu kalau bisa ya harus sesuai dengan tujuan kita. Jangan sampai nantinya akan malah membawa kita kepada penurunan minat dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa kita.”<sup>30</sup>*

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

<sup>29</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>30</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

Kemudian mbak Yuli juga menambahkan keterangannya sebagai penguat pernyataan dari Bapak Gunawan dan Bapak Meni sebagai berikut:

*“Kalau kita sudah melakukan penelitian terhadap respon konsumen, kan nanti pasti ada hasilnya kan, selanjutnya kita akan melakukan evaluasi atas respon tersebut dan kita cocok kan dengan tujuan kita sendiri. Bisa saja responnya nanti positif, atau bisa juga nanti responnya negatif. Setelah itu, kalau hasilnya sudah positif, kita cocokkan dengan tujuan kita, nah nanti pada proses tersebut juga tidak menutup kemungkinan kalau kita akan muncul gagasan baru untuk proses pembenahan jika mungkin saja ada yang perlu ditambahkan atau dikurangkan lagi dalam produk tersebut agar benar-benar sudah matang sesuai dengan apa yang direncanakan.”<sup>31</sup>*

Tahap berikutnya adalah pengembangan produk total yang memerlukan perencanaan pemberian merk, pengemasan, dan usaha pendukung lainnya seperti penetapan harga dan promosi. Jika sebelumnya masih berupa konsep, maka sebuah langkah aktual dilakukan pada tahap ini. Seperti yang telah dijelaskan oleh Bapak Meni seperti berikut ini:

*“Saat konsep yang sebelumnya sudah kita uji kelayakannya baik dari segi manfaat, bagaimana minat konsumen terhadap produk tersebut, atau bisa dibilang sudah sesuai dengan tujuan kita, maka kita baru mulai mewujudkan konsep produk tersebut menjadi sebuah produk yang bisa dikelola secara aktual dan bisa dikomersialisasikan. Jadi yang sebelumnya masih berupa konsep, pada tahap ini sudah kita wujudkan. Untuk selanjutnya kita bisa langsung tawarkan ke pasar.”<sup>32</sup>*

Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan Bapak Gunawan selaku pemilik PT Graha Nirwana Wisata sebagai berikut:

*“Gini mas, jadi kalau sudah fix semuanya, sudah deal, dan sudah dilakukan perbaikan-perbaikan atau penambahan-penambahan dalam konsep produk tersebut dan kita sudah yakin. Barulah saatnya kita*

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

<sup>32</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

*melakukan tindakan untuk mewujudkan konsep tersebut menjadi produk jadi yang siap untuk ditawarkan kepada konsumen.”<sup>33</sup>*

Kemudian mbak Yuli selaku customer service PT Graha Nirwana Wisata juga mempertegas dengan mengatakan:

*“Ya kalau konsep udah oke, tinggal di wujudkan untuk selanjutnya langsung dipasarkan kepada konsumen kita.”<sup>34</sup>*

Jika produk yang ada sudah berwujud, kemudian tahapan yang selanjutnya adalah yakni dengan melakukan tahap pengujian pasar atau langsung mencoba menawarkan produk tersebut kepada konsumen atau calon konsumen terutama para pemilik biro perjalanan. Seperti yang diungkapkan Bapak Meni sebagai berikut:

*“Kalau produk yang sudah jadi kemudian kita tawarkan kepada konsumen, nanti lama kelamaan kita bisa melihat bagaimana respon konsumen terhadap produk tersebut. Banyak-kah yang menggunakan, atau mungkin sedikitkah, tinggal menghitung waktu saja, kira-kira setelah konsumen memanfaatkan produk atau jasa kita, nanti bagaimana tanggapan mereka, apakah mereka puas atau tidak. Hal tersebut kita menganalisa dari frekwensi penjualan kita. Kalau semakin banyak berarti konsumen memang benar-benar cocok dengan produk yang kita tawarkan dan hal tersebut memang benar-benar menjawab kebutuhan mereka. Untuk tahun pertama mungkin memang belum banyak yang memanfaatkan. Namun, kita harus telaten untuk bersosialisasi atau memasarkan produk tersebut agar konsumen mengenal produk kita dengan harapan semakin banyak konsumen yang memanfaatkan produk atau jasa yang kita tawarkan.”<sup>35</sup>*

Senada dengan Bapak Meni, Bapak Gunawan pun juga berpendapat yang sama dengan beliau, yakni:

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>34</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB

*“Melalui pengujian ini, produk fisik akan dibuktikan dapat diterima atau tidak. Saat kita sudah menawarkan produk ke pasar, kita nanti lama kelamaan kan bisa lihat progresnya mbak. Apakah produk itu cenderung sering dimanfaatkan oleh para pemilik biro perjalanan, atau tidak. Cuma ya kita butuh waktu, tidak bisa langsung menilai. Kita nantipun juga bisa tau kira-kira apakah cuma para pemilik biro perjalanan saja, atau mungkin konsumen yang ada diluar lingkungan kita juga tertarik, misalkan lembaga pendidikan, atau bahkan juga masyarakat umum.”<sup>36</sup>*

Kemudian mbak Yuli juga menambahkan keterangannya yakni sebagai berikut:

*“Kita biasanya menawarkan produk baru itu pas kita lagi melayani konsumen-konsumen yang ada di datang kesini atau melalui telepon. Jadi kita melayani itu sambil kita sosialisasi. Minimal mereka tau dulu itu produk tentang apa, nah nanti kan lama-lama mereka kalau misalkan sewaktu-waktu butuh, mereka langsung bisa dateng ke kita.”<sup>37</sup>*

Tahap akhir dalam menerapkan strategi pengembangan produk yakni dengan melakukan proses komersialisasi, bisa dikatakan pada tahap ini produk mulai gencar untuk ditawarkan dan diperkenalkan kepada nasabah. Bapak Gunawan menjelaskan tahap ini adalah sebagai berikut:

*“Untuk melakukan komersialisasi produk, kita harus memperhatikan kapan, dimana, kepada siapa dan bagaimana produk itu dikomersialisasikan. Yang terpenting kita harus banyak-banyak untuk bersosialisasi, kan setiap hari kita standby untuk melayani konsumen, nah nanti kita bisa memperkenalkan produk baru tersebut, tapi kita juga harus lihat-lihat kondisi konsumen kira-kira membutuhkan produk tersebut atau tidak, kan kebutuhan orang akan jasa transportasi itu beda-beda, kita cukup memberi tahu kepada mereka saja, dan kita biasanya juga berpesan kepada konsumen kita barangkali saudara, tetangga, atau orang terdekat mereka membutuhkan produk kami. Selain itu kita biasanya juga langsung membuat brosur tentang produk tersebut yang nantinya kita bisa bagikan kepada konsumen atau calon konsumen, dengan membaca brosur*

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>37</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

*kan mereka bisa lebih mudah untuk memahami terkait bagaimana fasilitasnya, bagaimana keuntungannya, bagaimana kemudahannya, serta apa saja keuntungan yang akan mereka dapatkan saat menggunakan produk tersebut. Brosur itu juga bisa untuk disimpan jika lain kali membutuhkan kan bisa langsung menghubungi kami.”<sup>38</sup>*

Kemudian mbak Yuli memberikan keterangan sebagai berikut:

*Kalau saya kan tiap hari ada di kantor, nah nanti kalau ada konsumen yang datang, saya juga menawarkan produk baru tersebut. Awalnya saya sedikit menjelaskan produk itu isinya bagaimana, saya memberi informasi kalau itu produk bau kami sambil membagikan brosur yang ada. Biasanya mereka juga akan memberikan umpan balik untuk bertanya kepada saya, kemudian saya juga menjawab pertanyaan mereka. Selain melakukan sosialisasi dan membagikan informasi dengan media brosur, kita juga ada nomor telepon juga email, supaya masyarakat yang berminat dengan produk kami bisa dengan mudah mengakses informasi khususnya tentang produk-produk baru yang kami tawarkan.”<sup>39</sup>*

Sebagai hasil dari strategi pengembangan produk penyewaan armada bus baru dengan fasilitas-fasilitas terbaru yang dilakukan, PT Graha Nirwana Wisata memiliki banyak varian produk yang akan memenuhi kebutuhan konsumen akan produk dan jasa transportasi terutama kebutuhan para pemilik biro perjalanan wisata. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Gunawan, produk-produk yang ada di PT Graha Nirwana Wisata yakni antara lain:

*“Jadi perusahaan kami menawarkan jasa-jasa yang bisa digunakan oleh masyarakat umum, seperti menyediakan pemesanan tiket pesawat domestic dan internasional, melayani pengurusan paspor, melayani cop visa, melayani colling visa, dan terutama produk mengenai tour and travel service.”<sup>40</sup>*

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>39</sup> Wawancara dengan Mbak Yuli (Customer Service PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 10.30 WIB

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Gunawan (Owner PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.10 WIB

Bapak Meni kembali menambahkan keterangannya yakni sebagai berikut:

*“Kalau untuk produk tour and travel, kami menyediakan jasa penyewanaan armada-armada bus atau penjemputan. Kami memiliki bus besar, bus medium, minibus dan juga mobil pribadi. Kebutuhan angkutan umum pariwisata dapat kami penuhi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.”<sup>41</sup>*

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Graha Nirwana Wisata sangat terorganisasi untuk menangani produk baru dengan menerapkan langkah-langkah seperti yang telah dijelaskan oleh Bapak Gunawan, Bapak Meni, dan Mbak Yuli seperti diatas. Hal tersebut dilakukan guna menunjang keberhasilan mereka dalam mengeluarkan produk-produk baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Meni (Pengelola PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung) pada tanggal 24 Mei 2018 pukul 09.50 WIB