

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan beberapa kali penelitian dan telah dilakukan olah data mengenai Strategi *Promotion mix* Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, maka peneliti menemukan kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi *Promotion mix* Paket Wisata Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19

- a. Periklanan (Advertising)

Dalam menerapkan metode periklanan sebagai strategi untuk menarik minat wisatawan pada saat pandemic covid-19 ini, bahwa metode periklanan sangat berperan dalam bagian ini, karenan dengan adanya periklanan secara offline maupun online adalah cara wisatawan mengetahui keberadaan Muki Travel, periklanan secara online sangat membantu sekali karena sangat mudah dan cepat di akses oleh seluruh masyarakat.

- b. Promosi penjualan (sales promotion)

Dalam menerapkan metode promosi penjualan sebagai strategi untuk menarik minat wisatawan pada saat pandemic covid-19 ini, sangat berpengaruh sekali karenan dengan diadakannya promo akan semakin membuat wisatawan tertarik

dan merasa beruntung untuk mendapatkan sesuatu hal secara gratis, sehingga membuat wisatawan memilih Muki Travel sebagai teman perjalanan.

c. Penjualan perorangan (personal selling)

Dalam menerapkan metode penjualan perorangan sebagai strategi untuk menarik minat wisatawan pada saat pandemic covid-19 ini, dalam menerapkan strategi atau metode ini dengan cara menjual produk langsung kepada wisatawan, dapat minumbulkan suatu nilai lebih, karena dengan pertemuan secara langsung akan membuat calon wisata lebih percaya dan memahami seperti apa sistem yang di tawarkan oleh Muki Travel.

d. Hubungan Masyarakat (Public Relation)

Dalam menerapkan metode hubungan masyarakat sebagai strategi untuk menarik minat wisatawan pada saat pandemic covid-19 ini, di terapkannya metode ini sangat berpengaruh untuk perkembangan Muki Travel kedepan, karena dengan di terapkannya hubungan masyarakat dengan ikut memperkerjakan masyarakat sekitar, menjalin kerja sama dengan masyarakat sekitar, akan membuat Muki Travel semakin di kenal oleh masyarakat.

e. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Dalam menerapkan metode pemasaran langsung sebagai strategi untuk menarik minat wisatawan pada saat pandemic covid-19 ini, saat di berlakukannya metode pemasaran langsung ini juga sangat berpengaruh dengan banyak nya wistaawan yang menjadi tau mengenai informasi tentang Muki Travel,dengan di berlakukannya metode pemasaran langsung ini, orang atau wisatawan yang awalnya tidak ada naitan untuk berwisata karena kita melakukan pemasaran secara langsung ke calon wisatawan, maka dengan seperti itu akan memunculkan niat wisatwan untuk melakukan suatu kegiatan berwisata.

f. Strategi Yang Paling Dominan Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Saat Pandemic Covid-19.

Dari beberapa strategi yang di terapkan, yaitu dari lima strategi *Promotion mix*, yang menjadi strategi paling dominan adalah strategi periklanan (advertising), dan promo (*sales promotion*), jika di ibaratkan periklanan sebagai pintu menuju empat faktor lainnya, melalui periklanan baik secara online dan offline akan membuat wisatawan mengetahui siapa Muki Travel itu, produk apa yang dijual oleh Muki Travel, pelayanan apa yang di sediakan oleh Muki Travel, tampilan iklan Muki Travel yang selalu menarik akan menimbulkan minat wisatwan untuk melakukan kegiatan berwisata, mereka yang melihat iklan secara

online di sosial media mengenai Muki Travel maka kemungkinan besara maka mereka akan menghubungi pihak Muki Travel, untuk melakukan penawaran mengenai kegiatan berwisata. Sedangkan promosi atau *sales promotion* sangat menarik wisatawan karena dengan adanya promo maka setiap wisatan merasa di berikan suatu hal secara gratis, dan mereka merasa beruntung, mereka akan mempertimbangkan keringanan yang di berikan Muki Travel melewati promo.

B. Saran

Setelah melakukan olah data dan didapatkan suatu kesimpulan yang telah di jabarkan di atas,maka peneliti memiliki beberapa saran yang akan di ungkapkan, harapan dapat membantu Muki Travel untuk lebih berkembang dan maju kedepan, berikut saran dari peneliti:

1. Periklanan (*Advertising*)

Mengenai bagian periklanan saran dari peneliti untuk Muk Travel adalah melakukan lebih banyak cara periklanan lagi selain di online juga perlu melakukannya di offline seperti memberikan Brosur, Majalah, Papan reklame. Dan untuk onlinenya saran dari peneliti untuk membuat akun Tik Tok, Youtube mengenai kegiatan yang Muki Travel lakukan, serta kumpulan trip wisata yang sudah berjalan.

2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Mengenai promosi penjualan peneliti memiliki saran lebih memperbanyak variasi untuk promosi, seperti kupon, voucher, bonus tempat wisata free, potongan harga untuk wisatawan yang banyak.

3. Penjualan perorangan (*personal selling*)

Dalam penjualan perorangan di sarankan untuk setiap tim bagian marketing lebih sigap dan cepat lagi dalam merespon wisatawan, dan seluruh tim melakukan penjualan perorangan minimal mempromosikan Muki Travel dari akun sosial media masing masing tim.

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Dalam hubungan masyarakat disarankan untuk lebih sering mengikuti event event pariwisata yang di adakan di setiap kota, karena dengan begitu akan semakin membuat Muki Travel dikenal banyak masyarakat.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Dalam pemasaran langsung peneliti menyarankan agar tim Muki Travel setiap satu bulan sekali melakukan mengajukan proposal mengenai paket wisata yang dijual di setiap perusahaan, komunitas, sekolah sekolah di Yogyakarta maupun di daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dewi, I. G. (2012). Metodologi Penelitian Pariwisata Perhotelan. Yogyakarta: Andi Offset.
- Racmat K. 2013. Teori dan praktek. Malang : Ub press
- Pendit, N. S. (2010). Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradya Paramitha.
- Philips, A. &. (2012). Prinsip Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R & B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R & B. Bandung: Alfabeta.
- jurnal
- Sestra. (2019). Strategi Management Sekolah. j Menata , 24-23. rachmadi, h. (2016). Model Pengambilan Keputusan Berwisata. Media Wisata, 397-399.
- Venthy. (2015). Efektifitas Penggunaan Media Periklanan Pada Universitas Drhasen Bengkulu
- Heri S. 2017. Pengaruh periklanan, promosi penjualan dan pemasaran langsung terhadap keputusan kunjungan wisatawan. J riset bisnis dan investasi. vol 3(1):18-25
- Ahmad, R. (2018). Analisis Data Kualitatif. J Alhadharah, 81- 87. U, V. (2020). Dampa Pandemic Covid 19 Terhadap Pariwisata Sumatra Barat. J Kepariwisata, 73-92.
- Rahmi, R. (2020). Pengaruh Pandemic Covid 19 Terhadap UMKM Di Indonesia . J Lentera bisnis, 109-120
- Nelsye, L. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound(Studi Kasus Pada PT Golden KRISSTour Bali). J Kepariwisata, 85-93.

Widita P.,2013.,Pengaruh pemasaran langsung dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk wardah exclusive matte lip cream di tokopedia.,J ilmu komunikasi.,vol 2(1):25-29

Skripsi

- Agnes, M. 2020. Strategi Promosi Paket Wisata Dengan Metode Promotion mix CV.Syahara Aneka Utama Tour (Universitas Ampta Yogyakarta)
- Ana M. 2017. Strategi Promosi Tempat Tempat Wisata Oleh Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten cianjur (Universitas Pasundan)
- Farah, K.2014. Strategi Ptomotion Paket Wisata Mancanegara Biro Perjalanan Wisata Fun Holiday Dalam Menarik Minat Konsumen” (Universitas Ampta Yogyakarta).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Lakada Adisucipto Km.8 (Tampol, Colomartinggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp./fax : (0274) 485115 - 480614 Website : www.ampta.ac.id Email : integ@ampta.ac.id - ampta@yahoo.co.id

Nomor : 208/QW-AMPTA/XI/2021
Hal : Pengantar Observasi

02 November 2021

Kepada Yth,
Bapak Mukhlisin
Owner dari Muki Tour and Travel
Di Tempat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama	: Adellia Yuki Larasati
NIM	: 417100476
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Kab. Semarang, Tuntang Saketiga, RT 01/RW 05
Nomor Telp	: 0877 000 73355

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

*** STRATEGI PROMOTION MIX PAKET WISATA (MUKI TRAVEL) UNTUK
MENARIK MINAT WISATAWAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 ***

Demikian permohonan ini disampaikan , atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Dis. Priatno, MM

CC : File



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisudipno Km.6 (Tengah), Caturtunggal, Depok, Sleman Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 485614 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@ykn.ac.id

Nomor : 1435/Q.AMPTA/VII/2020
Hal : Permohonan

27 Juli 2020

Kepada Yth,
Bapak/ Ibu Pimpinan Jogja Travel
Di Jl Bimansuko, smpn Utara CT XI 75A, RT 19 RW 01,
Desa Papingan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55821

Dengan Hormat,

Dengan ini Kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan Jogja Travel pada tgl 1 september 2020 sampai dengan 1 desember (tanggal) 2020, bagi mahasiswa kami berikut ini :

Nama	: Adellia yoke larasati
NIM	: 417100476
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2019/2020
Semester	: VII
Alamat Rumah	: Jln raya hantang salitiga
Nomor Telp	: 087700073355

Besar harapan kami bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan sehingga bisa mempromtekan serta menyesuaikan dengan perkembangan pariwisata guna menyelesaikan tugas Praktek Kerja Lapangan

Hormat Kami,

Karna

Drs. Prahato, MM

Tembusan:
-File Revisi

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

MUKI TRAVEL
Jl Bimosuko, sapan Utara CT XI 76A, RT
19 RW 01, desa, Papringan, Caturtunggal,
Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55821

SURAT KETERANGAN


Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adellia Yoke Larasati
Nim : 417100476
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Tahun Akademik : 2017/2018
Universitas : Sekolah Tinggi Amapta-Yogyakarta

Telah melakukan kegiatan penelitian di MUKI TRAVEL, selama periode bulan November.

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kepercayaan yang di berikan kepada kami. Kami ucapkan terimakasih

MUKI TRAVEL
Yogyakarta 14 november 2021

Hormat kami

Mukihisn
MUKI TRAVEL

Lampiran 2 Daftar Wawancara

Selamat siang perkenalkan nama saya Adellia Yuke Larasati, saya mahasiswa dari sekoloah tinggi Ampta Yogyakarta, jurusan usaha perjalanan wisata, dalam kesempatan ini saya sedang melakukan sebuah penelitian mengenai “Strategi *Promotion mix* Paket Wisata (Muki Travel) Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih untuk saudara Mukhlisin telah menyediakan waktunya untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan berikut ini

Nama : Mukhlisin

Jabatan: Direktur Utama

Tanggal wawancara : 13 november 2021

Pertanyaan :

1. Kapan perusahaan Muki Travel didirikan?

Muki Travel ini pertama kali didirikan pada bulan November tahun 2019.

2. Bagaimana sejarah Muki Travel?

Awalnya sih emang tidak sengaja, dulu saya bisnis di kuliner , waktu itu saya jualan donat tapi karena usaha donat saya turun, san saya suka jalan jalan dan saya juga bisa nyetir, ya udah saya bikin bisnis ini , awalnya Cuma menyalurkan hobi dan ahirnya bisa buat penghasilan, dan bisa membantu teman teman juga untuk bekerja bareng di wisata. dan untuk sekarang saya sudah bekerja sama dengan beberapa travel dalam dan luar kota, awalnya hanya privat trip, tapi sekarang sudah mulai open trip di beberapa kota.

3. Siapakah sasaran pasar yang di tuju oleh Muki Travel?

Kebanyakan psarannya anak melenial sekitar umur 20-30 an , terutama kayak pasangan pasangan muda , dan ibuk – ibuk juga ada memang ada yang ribet dan ada jugayang mudah kok, kebanyakan ibu-ibu suka untuk wisata selfi

4. Produk apa sajakah yang di tawarkan dan di sediakan oleh Muki Travel?

Untuk sekarang lumayan banyak,bisa privat trip, open trip, antar jemput bandara, pemesanan akomodasi , travel antar kota juga ada, rencana juga besok paket wisata akan dengan tiket pesawat jadi sedah paket lengkap.

5. Bagaimana pelaksanaan bauran promotion mix melalui periklanan di Muki Travel?

Untuk periklanan lebih banyakknya pakai Instagram, untu di tiktok dan youtube belum terlalu sering, karena ya kurang dalam tim, terkadang juga secar offline melewati perkumpulan komunitas.

6. Bagaimana pelaksanaan bauran promotion mix melalui promosi penjualan di Muki Travel?

kita biasanya ada potongan harga untuk open trip, jika untuk privat trip kita lebih melayani dan menyediakan layanan yang fleksibel, dan gratis dokumentasi seperti foto dan video.

7. Bagaimana pelaksanaan bauran promotion mix melalui hubungan masyarakat di Muki Travel?

Untuk bauran promotion mix Muki Travel selalu menjaga loyalitas atau dengan kata lain menjaga kerja sama di tempat yang sama, dan selalu berusaha menggandeng masyarakat sekitar untuk ikut bekerja dalam menjalankan Muki Travel.

8. Bagaimana pelaksanaan bauran *promotion mix* melalui pemasaran langsung di Muki Travel?

Untuk pemasaran langsung kami belum terlalu mempratekan , karena selama pandemic ini sedikit terkendala untuk mengunjungi beberapa komunitas, perusahaan, karena program PPKM dari pemerintahan.

9. Bagaimana pelaksanaan bauran *promotion mix* melalui public relation di Muki Travel?

Untuk pelaksanaan Public relation kami melakukan melalui sosial media , seperti setiap saat atau terkadang melakukan siaran langsung melalui Instagram, facebook, dan terkadang kita bikin pertanyaan pertanyaan di story Instagram dengan seperti itu kita berkomunikasi dengan wisatawan kita.

Selamat siang perkenalkan nama saya Adellia Yuke Larasati, saya mahasiswa dari sekolah tinggi Ampta Yogyakarta, jurusan usaha perjalanan wisata, dalam kesempatan ini saya sedang melakukan sebuah penelitian mengenai “Strategi *Promotion mix* Paket Wisata (Muki Travel) Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih untuk saudara Ria telah menyediakan waktunya untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan berikut ini

Nama : Ria

Jabatan : Tim Konten

Tanggal wawancara :15 november 2021

Pertanyaan :

1. Apakah tim konten memiliki tema dalam mengisi konten di Instagram?

Jawaban :

Tim konten memiliki tema, temanya pasti yang berbau wisata. Tp untuk kontennya macam2 misal yg untuk promosi yo poster paket wisata, untuk memancing interaksi juga biasanya buat kuis, trs jg pake video destinasi wisata untuk memancing keinginan tamu supaya berkunjung dan menggunakan layanan travel muki.

2. Dari mana tim konten mendapatkan ide dalam membuat konten

Jawaban :

Ide konten di dapat pertanyaan 5W+1 H(tetap bertema wisata) terus dikemas menjadi isi konten. Terus untuk ide tambahan biasanya pakai bantuan website [answerthepublic.com](https://www.answerthepublic.com) karena disitu bisa diketahui apa aja yang lagi banyak di cari orang di google mengenai wisata.

3. Berapa kali dalam satu minggu tim konten mengupload sebuah konten

Jawaban:

Untuk Instagram konten hampir di upload setiap hari, tapi klo di website sekitar 3 hari samapai seminggu sekali konten yang di unggah

4. Konten apa saja yang di buat ?

Jawaban :

Konten yang dibuat selama ini, poster promosi paket wisata, kuis interaktif, video mengenai objek wisata, rekomendasi tempat wisata serta dokumentasi para tamu muki travel dan informasi-informasi mengenai pariwisata

5. Aplikasi apa yang di gunakan untuk membuat konten

Jawaban :

Untuk membuat konten poster promosi serta kuis interaktif di Instagram menggunakan aplikasi canva(karena simple dan mudah), konten video menggunakan vn, kalo foto pengeditan nya menggunakan Lightroom.

6. Adakah ketentuan khusus untuk membuat konten di Muki Travel?

Jawaban :

Selama ini belum ketentuan khusus untuk membuat konten di muki travel

Selamat siang perkenalkan nama saya Adellia Yuke Larasati, saya mahasiswa dari sekoloah tinggi Ampta Yogyakarta, jurusan usaha perjalanan wisata, dalam kesempatan ini saya sedang melakukan sebuah penelitian mengenai “Strategi *Promotion mix* Paket Wisata (Muki Travel) Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih untuk saudara Lia Larasati telah menyediakan waktunya untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan berikut ini

Nama : Lia Larasati

Jabatan : Admin Travel

Tanggal wawancara : 15 november 2021

Pertanyaan :

1. Adakah Langkah standar dalam melayani wisatawan

Jawaban :

Membalas dengan pesan selamat siang dengan siapa? dari kota mana, karena biasanya kami ada pesan otomatis atau balas cepat, yaa intinya di tanya nama, asal, lalu apa yang bisa di bantu gitu, terus biasanya aku selalu kasih emot senyum hehehe biar seperti ngga tegang gitu.

2. Rata rata siapa atau kisaran umur berapa yang menanyakan paket di Muki Travel?

Jawaban :

Untuk rata rata wisatawan yang menanyakan beragam sih, ada yang muda ada yang tua, bermacam macam kok pelanggan muki travel, ada yang berumur 23 sampai para lansian yang ikut serta wisata dengan Muki Travel, karena wisatawan yang menanyakan atau menghubungi admin bukan hanya untuk berwisata , tetapi terkadang juga untuk menyewa transportasi saja, atau pesan tiket antar kota dan antar jemput bandara, jadi untuk umur semua ada.

3. Bagaimana Langkah anda jika mendapat keluhan dari wisatawan?

Jawaban :

Kalo sayaa yaa pertama meminta maaf, dan meminta untuk menjelaskan kesalahan yang mungkin di lakukan oleh kru, dan selalu tenang dan berusaha mencari solusi dengan cepat dan tepat gitu, dan harus menjelaskan dengan wisatawan atau kosumen yang menggunakan jasa dari Muki Travel, dan memberikikan sebuah kompensasi jika kesalahan yang kita perbuat sedikit berat gitu, dengan kompensasi yang kita berikan, akan membuat kostumer merasa di perhatikan mengenai keluhannya.

4. Bagaimana prosedur jika wisatawan sudah memesan paket wisata?

Jawaban:

Jika wisatawan sudah menentukan paket mana yang di pilih untuk tujuan wisata mereka, kami mengirim form untuk mengisi data diri yang bersangkutan, jika sudah di pastikan data benar dan kostumer sudah pasti maka akan di minta tanda jadinya atau biasanya di sebut DP, untuk ketentuan besar DPnya di usahakan jika dalam nominal besar maka DP $\frac{1}{2}$ dari total biaya paket wisata, namun jika privat trip yang berisi 2/ 3 orang maka dp bisa menyesuaikan.

Selamat siang perkenalkan nama saya Adellia Yuke Larasati, saya mahasiswa dari sekoloah tinggi Ampta Yogyakarta, jurusan usaha perjalanan wisata, dalam kesempatan ini saya sedang melakukan sebuah penelitian mengenai “Strategi *Promotion mix* Paket Wisata (Muki Travel) Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih untuk saudara Yana telah menyediakan waktunya untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan berikut ini

Nama : FINTANA

Jabatan : driver

Tanggal wawancara : 16 novemver 2021

Pertanyaan :

1. Apa yang perlu di siapkan saat hendak membawa rombongan wisatwan?

Jawaban : biasanya saya menyiapkan kondisi tubuh agar tetap fit, mengusahakan tepat waktu saat penjemputan agar tepat waktu, mengusahakan mengendarai dengan hati hati,

2. Kendaraan apa yang lebih sering di pakai saat berwisata?

Jawaban: Untuk kendaraan saya biasanya lebih sering menggunakan mobil Avanza

3. Trik dan tips saat melakukan kegiatan wisata pada masa pandemic covid?

Jawaban : Untuk kendaraan saya biasanya lebih sering menggunakan mobil Avanza

4. Trik dan tips saat melakukan kegiatan wisata pada masa pandemic covid?

Jawaban : mengusahan mematuhi protocol yang di sarankan pemerintah seperti menjaga jarak, memakai masker, sering mencuci tangan, dan handsanitizer

5. Bagaimana Tindakan saat sesuatu terjadi di jalan seperti complain, atau masalah teknis kendaraan?

Jawaban: saya sebagai driver apabila mengalami kendalan di perjalanan mengenai kesalahan teknis mobil,maka saya akan melaporkan pihak yang menyediakan kendaraan, agar untuk segera di perbaiki atau di tukar.

Selamat siang perkenalkan nama saya Adellia Yuke Larasati, saya mahasiswa dari sekoloah tinggi Ampta Yogyakarta, jurusan usaha perjalanan wisata, dalam kesempatan ini saya sedang melakukan sebuah penelitian mengenai “Strategi *Promotion mix* Paket Wisata (Muki Travel) Untuk Menarik Minat Wisatawan Pada Masa Pandemic Covid-19, pada kesempatan kali ini saya ingin berterimakasih untuk saudara Haris widianti telah menyediakan waktunya untuk membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan berikut ini.

Nama : haris widianti

Jabatan :tour leader

Tanggal wawancara : 16 novemver 2021

Pertanyaan :

1. Sebagai tour leader apa yang selalu di siapkan saat akanmembawa rombongan?

Jawaban : saya biasanya menyiapkan beberapa materi objek wiata yang akan di tuju di hari itu, menyiapkan fasilitas yang sudah mencakup di dalam paket wisata, seperti air mineral, snack,p3k.

2. Apakah ada perbedaan membawa rombongan privat dengan rombongan?

Jawaban : Biasanya jika rombongan privat karena mereka terkadang minta untuk merubah rute mengenai tempat makan, dan jika keadaan memungkinkan maka bisa berubah, pernah juga terkadang waktu mereka untuk wisata sudah habis tapi mereka meminta untuk di antar di sekitar seperti alun2, malioboro, jika memungkinkan saya menyetujui , paling

mereka menambah uang parkir, karena saya berusaha menjaga kenyamanan dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan

3. Bagaimana tehnik di lapangan Ketika sesuatu keadaan tidak sesuai dengan rencana?

Jawaban : Apapun yang terjadi saya tetap meminta pendapat wisatawan, jika mereka setuju dengan usuln saya maka saya segera mencari solusi dengan cepat , missal di suatu restoran yang terbuka tetapi ternyata hujan dan yang harus di lakukan adalah pindah restoran, maka saya akan menanyakan ke wisatawan dan menjelaskan masalah yang terjadi.

4. Apakah ada SOP untuk menjadi seorang tour leader?

Jawaban : Mengetahui jalur tempat wisatanya, bisa menghidupkan suasana , bisa menjaga dan bertanggung jawab dengan semua wisatawan, memberikan kenyamanan pada saat tour berlangsung, sehingga membuat wisatawan memiliki kesan setelah melakukan tour.

5. Bagaimana menangani jika wisatawan mendadak sakit?

Jawaban :

Segera diperiksa dan mencari solusi untuk meringankan, jika ternyata sakit yang parah maka segera menuju rumah sakit.

6. Adakah prosedur baru dalam melakukan kegiatan pada saat pandemic covid-19?

Jawaban :

Untuk wisatawan harus memakai masker saat perjalanan, dan selalu menjaga jarak, dalam melakukan tour wisatawan harus dalam keadaan sehat.

Lampiran 4 Dokumentasi



Foto Bersama : saudara Mukhlisin sebagai Direktur utama Muki Travel



Foto Bersama saudari Ria team creator



Foto Bersama Team Muki Travel