

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN LANGSUNG (*DIRECT
MARKETING*) PAKET WISATA PADA PT. PANCA INDRA
ABADI SENTOSA *TOUR AND TRAVEL***



Oleh:

ALFINA AMANDA RAHMADINI

NPM: 21045010026

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

2025

PRASYARAT GELAR SARJANA

**ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN LANGSUNG (*DIRECT*
MARKETING) PAKET WISATA PADA PT. PANCA INDRA
ABADI SENTOSA *TOUR AND TRAVEL***

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur

ALFINA AMANDA RAHMADINI
NPM. 21045010026

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA

2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfina Amanda Rahmadini
NPM : 21045010026
Program : (Sarjana(S1)) Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya. dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/(Skripsi)/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada (Skripsi)/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Agustus 2025

Yang Membuat pernyataan



The image shows a yellow rectangular official stamp with a black border. Inside the stamp, there is a circular emblem on the left and some text on the right. A handwritten signature in black ink is written across the stamp. Below the signature, the text 'F43ANX046526818' is printed.

Alfina Amanda Rahmadini
NPM 21045010026

LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN LANGSUNG (*DIRECT MARKETING*) PAKET
WISATA PADA PT. PANCA INDRA ABADI SENTOSA TOUR AND TRAVEL**

Disusun Oleh:

ALFINA AMANDA RAHMADINI

NPM 21045010026

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par

NIP. 198904202022032003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN REVISI HASIL UJIAN SKRIPSI
ANALISIS PENERAPAN PEMASARAN LANGSUNG (DIRECT MARKETING) PAKET
WISATA PADA PT. PANCA INDRA ABADI SENTOSA TOUR AND TRAVEL

Disusun Oleh:

ALFINA AMANDA RAHMADINI

NPM 21045010026

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Pariwisata

Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal.....

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par

NIP. 198904202022032003

Tim Penguji:

1. Ketua



Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par

NIP. 198904202022032003

2. Sekretaris



Joko Mitiarto S. Hut., M. Si
NIP. 199105122024061004

3. Anggota



Made Bambang Adnyana, S.ST.Par., M.Par
NIP. 199409262022031013

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penerapan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) Paket Wisata Pada PT. Panca Indra Abadi Sentosa *Tour and Travel*” dengan baik, lancar dan menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, nasehat, serta motivasi kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak yang telah berperan secara langsung maupun tidak langsung dalam setiap tahapan penyelesaiannya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Soeratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si., selaku koordinator Program Studi S1 Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Tim penguji yaitu Ibu Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par, Bapak Joko Mijiarto, S.Hut., M.Si, dan Bapak Made Bambang Adnyana, S.ST.Par., M.Par masukan dan koreksi dari tim penguji sehingga penulis dapat lebih terbuka terhadap setiap kemungkinan yang akan merubah hasil selama proses penelitian.

4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Arif, Bapak Agus, dan Bapak Boni yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian skripsi ini
6. Mbak Idha dan Mbak Nisa selaku tim pemasaran yang telah bersedia menjadi informan tambahan dalam penelitian skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis yang tercinta, Ayahanda Rudi Kunadi dan Almarhumah Ibunda Asih Ekowati. Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan, kasih sayang, doa, serta dukungan yang tiada henti diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga tahap ini. Segala jasa dan ketulusan yang telah diberikan akan senantiasa menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis.
8. Anggota keluarga yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses pengerjaan skripsi ini dengan penuh kasih sayang.
9. Sahabat-sahabat terbaik saya Annes, Dinnar, dan Angga dan rekan-rekan pariwisata Angkatan '21 yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan yang tak ternilai harganya.
10. Sahabat SMA saya Nindya, Yuri, Erina, dan Dinnar yang telah menjadi sumber inspirasi, kebersamaan, dan dukungan selama perjalanan perkuliahan ini.
11. Dinda Kusumawati selaku sahabat saya yang telah mengingatkan saya untuk senantiasa mengerjakan skripsi dengan tepat waktu, menemani selama proses pengerjaan skripsi, dan dengan sabar mendengarkan keluh kesah penulis.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan memberi dorongan semangat kepada penulis.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi melengkapi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 11 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PRASYARAT GELAR SARJANA	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UNTUK MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN REVISI HASIL UJIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Umum.....	9
1.3.2 Tujuan Khusus.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Konseptual.....	17
2.2.1 Pemasaran Langsung (<i>Direct marketing</i>).....	17
2.2.2 Paket Wisata.....	20
2.4 Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian	24

3.2 Pendekatan Penelitian.....	24
3.3 Batasan Konsep Penelitian	25
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.5 Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisa Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.2 Penerapan <i>Face to face selling</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	49
4.1.3 Penerapan <i>Telemarketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour</i> <i>and Travel</i>	60
4.1.4 Penerapan <i>Online marketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	66
4.2 PEMBAHASAN.....	73
4.2.1 Analisis Penerapan <i>Face to face selling</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	73
4.2.2 Analisis Penerapan <i>Telemarketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	78
4.2.3 Analisis Penerapan <i>Online Marketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	82
4.2.4 Paket Wisata.....	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pelanggan PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 SOP mekanisme <i>Face to Face Selling</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	58
Tabel 4.2 SOP mekanisme <i>Telemarketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	65
Tabel 4.1 SOP mekanisme <i>Online Marketing</i> di PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	23
Gambar 4.1 Logo PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	41
Gambar 4.2 Profil perusahaan di proposal penawaran PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	51
Gambar 4.3 Pembukaan proposal penawaran milik PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	51
Gambar 4.4 Produk yang ditawarkan dalam proposal penawaran PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	52
Gambar 4.5 Pelanggan yang pernah dibawa dan dicantumkan pada proposal Penawaran	52
Gambar 4.6 Pelanggan yang pernah dibawa dan dicantumkan pada proposal Penawaran	53
Gambar 4.7 Informasi akun <i>Instagram</i> PT. Panca Indra Abadi Sentosa <i>Tour and Travel</i>	68
Gambar 4.8 Dokumentasi perjalanan wisata yang diunggah di <i>Instagram</i> sebagai bentuk histori perusahaan.....	70
Gambar 4.9 Contoh paket wisata bertema <i>Outdoor Learning</i>	90
Gambar 4.10 Studi Ekskursi Mahasiswa ITS Surabaya.....	91
Gambar 4.11 Paket Wisata <i>Family Gathering</i>	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PEDOMAN WAWANCARA	108
Lampiran 2 DOKUMENTASI KEGIATAN	120
Lampiran 3 LOA ARTIKEL JURNAL	121

ABSTRAK

Pemasaran merupakan rangkaian aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan guna menjangkau, menarik, serta mempertahankan pelanggan. Dalam konteks industri pariwisata, aktivitas pemasaran yang tepat memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Salah satu metode pemasaran yang saat ini masih digunakan oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan produk atau layanan yang dimiliki yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*). Pemasaran langsung (*direct marketing*) memungkinkan perusahaan berinteraksi secara personal dengan calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan oleh PT. Panca Indra Abadi Sentosa *Tour and Travel* serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi non partisipan dan wawancara semi terstruktur dengan CEO sekaligus *owner* PT. Panca Indra Abadi Sentosa *Tour and Travel*, manajer operasional, dan tim beberapa tim pemasaran dari perusahaan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Panca Indra Abadi Sentosa *Tour and Travel* menerapkan tiga indikator pemasaran langsung (*direct marketing*) antara lain yaitu *face to face selling*, *telemarketing*, dan *online marketing*. Metode *face to face selling* dinilai berdampak positif dalam menjalin komunikasi langsung dengan calon pelanggan, meskipun menghadapi kendala pada aspek akses dan budaya. *Telemarketing* memperluas jangkauan perusahaan namun terkendala keterbatasan waktu komunikasi dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, *online marketing* menjadi media alternatif yang potensial di era digital, namun memerlukan kreativitas tinggi dalam menyajikan konten agar tetap menarik.

Kata Kunci: Pemasaran Langsung, *Face to Face Selling*, *Telemarketing*, *Online Marketing*, Agen Perjalanan Wisata.

ABSTRACT

Marketing is a series of activities carried out by a company to reach, attract, and retain customers. In the context of the tourism industry, an appropriate marketing strategy plays a crucial role in building trust and establishing long-term relationships with customers. One of the marketing methods that is still implemented by some companies to introduce their products or services is direct marketing. Direct marketing enables companies to interact personally with potential customers. This study aims to analyze the implementation of direct marketing conducted by PT. Panca Indra Abadi Sentosa Tour and Travel and to identify the challenges faced in its execution. This research employed a descriptive qualitative method, with data collected through non-participant observation and semi-structured interviews involving the CEO and owner of PT. Panca Indra Abadi Sentosa Tour and Travel, the operational manager, and several members of the company's marketing team. The findings reveal that PT. Panca Indra Abadi Sentosa Tour and Travel applies three main indicators of direct marketing: face-to-face selling, telemarketing, and online marketing. The face-to-face selling method has a positive impact on establishing direct communication with potential customers, although it encounters challenges related to accessibility and cultural factors. Telemarketing extends the company's reach but faces limitations in communication time and customer trust. Meanwhile, online marketing serves as a potential alternative in the digital era but requires a high level of creativity to present engaging content.

Keywords: *Direct Marketing, Face-to-Face Selling, Telemarketing, Online Marketing, Travel Agency.*