

**TUGAS AKHIR**

**PREFERENSI KURSUS SELAM YANG  
DITAWARKAN DI *INDONESIA NAUTICAL*  
*CENTER* MANADO**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan Studi D III  
Pada Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado

Oleh :

**FRISKA YULITA**

**NIM : 12062005**



**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN KEBUDAYAAN**

**POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**JURUSAN PARIWISATA**

**2015**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PREFERENSI KURSUS SELAM YANG DITAWARKAN  
DI *INDONESIA NAUTICAL CENTER* MANADO**

Oleh :

Friska Yulita

NIM :

12062005

**DEWAN PENGUJI**

**Ketua**

**Dr. Jusak R. P. Daud, S.Pi, MSc**  
**NIP . 1973 1114 200112 1001**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Dannie R. S. Oroh, S.Pi, M.Si**  
**NIP. 1972 0427 200212 1001**

**Easter Ch. M. Tulung, S.IK, M.Si**  
**NIP. 1978 0326 200312 2001**

**Ketua Jurusan Pariwisata**

**Drs. Robert Towoliu, MSc**  
**NIP. 195504 01 198811 1 001**



## ABSTRAK

YULITA, FRISKA 2015. “PREFERENSI KURSUS SELAM YANG DITAWARKAN DI INDONESIA NAUTICAL CENTER MANADO” Jurusan Pariwisata, Program studi D3 Ekowisata Bawah Laut, pembimbing I. FRANS RATTU, SE, MM dan Pembimbing II. MAYKEL KARAUWAN, S.Pi, M.Si.

Pesona keindahan bawah laut dengan banyaknya daya tarik membuat banyak orang ingin melihat apa yang ada di bawah laut. Pada saat ini dunia bawah laut sudah lebih mudah untuk dikenali. Hal ini didukung dengan perkembangan teknologi dan ketertarikan orang pada dunia penyelaman. Bagi banyak orang rekreasi menyelam membuka pintu ke dunia bawah laut yang dapat dinikmati. Semakin banyak orang yang dapat mengunjungi keindahan dunia bawah laut dengan daerah *spot diving* yang lebih luas. Kegiatan ini menjadi lebih berharga dengan banyaknya orang yang mempelajari tentang penyelam dari tingkat rendah sampai tingkat tinggi. Penulis mengambil judul *Preferensi Kursus Selam Yang Ditawarkan Di Indonesia Nautical Center Manado* karena pelatihan *open water* merupakan langkah pertama bagi seseorang yang akan belajar mengenai *diving*.

Metode penulisannya menggunakan metode observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dokumentasi dan mengumpulkan informasi dari berbagai buku. Waktu pengambilan data selama empat bulandaribulan Maret sampai Juni 2015. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kursus selam di *Indonesia Nautical Center* diikutidariberbagaikalangan baik dari segi usia dan pekerjaan. *Indonesia Nautical Center* dianjurkan untuk meningkatkan pemasarannya.

## KATA PENGANTAR

SegalapujidansyukurpenulispanjatkankepadaTuhan Yang MahaEsa, karenadenganberkatrahmat-Nyadanpertolongan-Nya, sehinggapenulisdapatmenyelesaikanTugasAkhirdenganjudul “PREFERENSI KURSUS SELAM YANG DITAWARKAN DI *INDONESIA NAUTICAL CENTER* MANADO”. Tugas Akhir ini sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi Diploma III jurusan Pariwisata Program Studi Ekowisata Bawah Laut. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungandanribe rbagaipihak, olehkarenaitu, selayaknyapadakesempatanini penulis ingin mengucapkanterimakasihkepada:

1. Bapak Ir. Jemmy J. Rangan, MT sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Bapak Drs. Robert D. Towoliu, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
3. Ibu Ir. Telly H.I. Kondo, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
4. Bapak Dr. Jusak R.P. Daud, S.Pi. MSc., selaku Ketua Program Studi Underwater Ecotourism Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
5. Bapak Frans Rattu, SE, MM selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran perbaikan serta masukan dan pengarahandalampenyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Maykel A.J Karauwan, S.Pi., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran perbaikan serta masukan dan pengarahandalampenyusunan Tugas Akhir ini.
7. Tim penguji Tugas Akhir Ketua Penguji Bapak Dr. Jusak R.P. Daud, S.Pi, MSc, Penguji I Bapak Dannie R.S. Oroh, S.Pi, M.Si, Penguji II Ibu Easter Ch. M. Tulung, S.IK, MSi yang telah menguji akan kebenaran dan keabsahan Tugas Akhir ini

8. Bapak dan Ibu dosen beserta staf di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado yang telah memberikan pelatihan dan pengajaran kepada penulis selama perkuliahan
9. Seluruh staf di *Indonesia Nautical Center* yang telah berpartisipasi memberikan informasi yang penulis butuhkan.
10. Mama, papa, dan adik - adik yang selalu setia memberikan dukungan melalui doa dan kebersamaan yang baik moral maupun moral hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
11. Om Frans Rattu, Tante Ocha, dan Nathaya Rattu yang memberikan dukungan dan membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
12. Sahabat-sahabat terbaik penulis, Prilly Nugroho, Sri Susanti Sawali, Ester Ribka Sakheru, Frengki Jeksen Mumu, Efra Manopo, Bernadeta Audry Sihaloho, Marsella Christiono, Adithya Taurisi andi atas segala dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini.
13. Meity Roko, Nelfri Pontoh dan adik-adik tingkat khususnya Ekowisata Bawah Laut yang telah ikut memberikan dukungan dan doa.
14. Teman-teman seperjuangan angkatan 2012 semoga kita selalu sukses.

Kiranya segala kebaikan dan perhatian yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yesus. Akhir kata penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang memerlukan.

Manado, September 2015

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LatarBelakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penulisan.....	2
D. Manfaat Penulisan.....	3
<b>BAB 2. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>4</b>
A. Pengertian Preferensi.....	4
B. <i>Professional Association of Diving Instructor (PADI)</i> .....	5
C. Sistem Pelatihan PADI.....	6
D. Pemasaran <i>Open water</i> di <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	9
E. Penjualan Kursus PADI <i>Open water</i> Di <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	11
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	13
B. Sumber Data.....	13
C. Teknik Pengumpulan Data.....	13
D. Metode Penelitian.....	14
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>15</b>
A. Gambaran Umum <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	15
B. Kursus Selam yang Ditawarkan INC .....	17
C. Preferensi Konsumen Terhadap Kursus Selam .....	19
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>25</b>
A. Kesimpulan .....	25

B. Saran .....	25
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>26</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>27</b>

#### DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.	Jeniskursusdanjumlahkursusselam.....	17
2.	Jumlahpesertakursus PADI <i>open water</i> selam di bulanAgustus 2014- Juni 2015.....	18
3.	Distribusifrekuensirespondenberdasarkantingkatpendidikan....	20
4.	Distribusifrekuensirespondenberdasarkanpekerjaan.....	20



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.	Alursistem pelatihan PADI .....	6
2.	Neon box <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	16
3.	Pintumasuk <i>Indonesia Nautical center</i> .....	16
4.	Deskripsi <i>dive center INC</i> .....	16
5.	Jumlahpesertakursuselambulan Agustus – Desember 2014 sampai Januari- Juni 2015 .....	18
6.	Usiakonsumenpeserta PADI <i>open water</i> selam .....	19
7.	Distribusikonsumenberdasarkan pengetahuan informasi yang didapat mengenai INC .....	21
8.	Distribusikonsumenberdasarkan ketertarikan mengikuti kursus <i>open water di INC</i> .....	21
9.	Distribusikonsumenberdasarkan kualitas pelatihan kursus <i>open water di INC</i> .....	22
10.	Distribusikonsumenberdasarkan usulan yang diajukan untuk memperbaiki kualitas kursus di INC .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Struktur organisasi <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	27
2.	Fasilitas <i>Boat Indonesia Nautical Center</i> .....	28
3.	Kegiatan kursus <i>Open Water</i> Bpk Mahesabersama instruktur <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	28
4.	Kegiatan kursus <i>Open Water</i> Bpk Victor bersama instruktur <i>Indonesia Nautical Center</i> .....	29
5.	Instruktur dan peserta kursus sebelum turun <i>Diving</i> .....	29
6.	Instruktur sedang memberikan pengarahan di dalam air .....	30
7.	Foto bersama peserta kursus dan instruktur.....	30
8.	Foto bersama peserta kursus dan instruktur.....	31

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pesona keindahan bawah laut dengan banyaknya daya tarik, membuat banyak orang ingin melihat apa yang ada di bawah laut. Pada saat ini, dunia bawah laut sudah lebih mudah untuk dikenali. Hal ini didukung dengan perkembangan teknologi dan ketertarikan orang pada dunia penyelaman. Bagi banyak orang, rekreasi menyelam membuka pintu ke dunia bawah laut yang dapat dinikmati. Semakin banyak orang yang dapat mengunjungi keindahan dunia bawah laut dengan daerah atau *spot diving* yang lebih luas. Kegiatan ini menjadi berharga dengan banyaknya orang yang mempelajari tentang penyelaman dari tingkat terendah sampai tingkat tertinggi.

Menurut *The Encyclopedia of Recreational Diving* (2008)<sup>1</sup> menyatakan bahwa faktanya 84 persen dari dasar laut terletak pada kedalaman di bawah 1.825 meter tetapi sebagian orang hanya mengetahui bahwa kedalaman laut hanya berada pada kedalaman 90 meter. Hal ini menyebabkan banyak penyelam yang kurang beraktifitas pada kedalaman lebih dari 90 meter. Ada 6 bagian utama dalam menyelam, masing-masing dengan bagian yang berbeda seperti : rekreasi, teknis, komersial, keselamatan umum, penelitian/ilmiah dan penyelaman yang berhubungan dengan kemiliteran.

Begitu banyak kegiatan *diving* yang membuat orang menjadi tertarik dalam bidang ini. Di Provinsi Sulawesi Utara sendiri, kegiatan ini menjadi salah satu ketertarikan baik dari instansi pemerintahan maupun secara personal. Hal ini juga mendukung pendapatan daerah dalam aspek pariwisata dan menjadi salah satu prospek bisnis yang bagus bagi para penyelam profesional. Terdapat beberapa *Dive Center* yang ada di Sulawesi Utara khususnya di Manado, Bunaken, Siladen, Pulau Bangka, Likupang, Bitung dan Pulau Lembeh. *Dive Center* ini sangat membantu seseorang untuk lebih mengetahui dunia penyelaman itu sendiri.

---

<sup>1</sup>PADI, *The Encyclopedia of Recreational DIVING*, (PADI, 2008).hal. 16

Tentunya, ada beberapa syarat untuk menjadi seorang penyelam profesional. Beberapa lembaga pendidikan yang mengajarkan tentang praktek penyelaman tersebut, salah satunya adalah PADI. PADI merupakan salah satu lembaga pendidikan/kursus yang mengajarkan tentang *diving* dari *level* terendah sampai *level* tertinggi. Seseorang yang ingin menjadi penyelam harus mengikuti pendidikan/kursus pada *level* pertama yaitu *Open Water Diver*. Pada *level* ini akan diajarkan langkah-langkah pertama mengenai dasar menyelam yang benar.

Penelitian ini memilih Preferensi Kursus Selam yang Ditawarkan di *Indonesia Nautical Center* Manado sebagai objek penelitian karena Pelatihan *Open Water* merupakan langkah pertama bagi seseorang yang akan belajar mengenai *diving*. *Indonesia Nautical Center* adalah salah satu *Dive Center* yang terdapat di kota Manado yang berlokasi di Jl Jend. Sudirman No.1 Kecamatan Wenang kota Manado. *Indonesia Nautical Center* adalah satu-satunya *Dive Center* yang secara resmi menjual PADI Material dibagian Indonesia Timur selain itu *Dive Center* ini juga menjual berbagai *scuba equipment* dan kelengkapan *sparepart compressor*.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana preferensi kursus selam yang ditawarkan di *Indonesia Nautical Center*?
2. Apakah lokasi *Indonesia Nautical Center* mempengaruhi minat konsumen datang ke *Indonesia Nautical Center*?

## **C. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk :

1. Menggambarkan secara umum *Indonesia Nautical Center*.
2. Mendiskripsikan kursus selam yang ditawarkan INC khususnya PADI *open water* selama bulan Agustus 2014 sampai Juni 2015.
3. Mendiskripsikan preferensi konsumen terhadap kursus yang ditawarkan khususnya PADI *open water*.

#### **D. Manfaat Penulisan**

Manfaat dari penelitian dari Tugas Akhir ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis menambah wawasan dan sebagai salah satu prasyarat akademik untuk menyelesaikan pendidikan Program Diploma III, Program Studi Ekowisata Bawah Laut, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
2. Untuk Politeknik Negeri Manado Tugas Akhir ini di harapkan agar dapat digunakan sebagai salah satu panduan dalam proses perkuliahan, untuk menambah dan melengkapi bahan referensi pada perpustakaan Politeknik Negeri Manado.
3. Bagi Industri dapat menjadi bahan masukan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas kursus dari segi pengajar dan fasilitas.

## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Preferensi

Preferensi adalah minat seseorang dalam suatu kegiatan yang dapat menciptakan kepuasan atau kesenangannya. Preferensi merupakan pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang akan dikonsumsi. Pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada.

Menurut Lilien et al dalam Wijaya (2008)<sup>2</sup>, ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi :

1. Diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.
2. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting.
3. Konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut.
4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut.
5. Konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Preferensi yang baik didukung oleh pilihan-pilihan produk yang berkualitas seperti halnya dalam dunia *diving*, penyelam pemula hendaknya dapat memilih organisasi *diving* yang profesional dalam pelatihan *diving*nya.

---

<sup>2</sup> eprints.uns.ac.id/3750/1/77111507200905051.pdf, hal 22

### **B. *Professional Association of Diving Instructor*(PADI)**

PADI singkatan dari *Professional Association of Diving Instructor* adalah pelatihan penyelaman rekreasi terbesar di dunia (*a.w.a.r.e. Our World, Our Water, 2000*). Dalam Wikipedia<sup>3</sup>, PADI adalah organisasi pelatihan penyelam dan selam rekreasi terbesar di dunia yang didirikan oleh John Cronin dan Ralph Erickson pada tahun 1966. Cronin sebelumnya adalah *instructor* NAUI yang memutuskan untuk mendirikan organisasi sendiri bersama Erickson, dan membagi-bagi pelajaran selam rekreasi menjadi kursus-kursus terpisah dan bukan satu kursus universal yang umum pada waktu itu.

PADI adalah asosiasi Instruktur *Diving* Profesional yang terbesar di dunia dan berkedudukan di Amerika Serikat ([belajardiving.com/padi.php](http://belajardiving.com/padi.php))<sup>4</sup>. Peselam/*divers* lulusan PADI akan selalu dihormati dan dipercaya akan kemampuannya dalam melakukan aktifitas *Scuba Diving* secara internasional. PADI adalah institusi dengan integritas Internasional yang sampai saat ini memiliki lebih dari 130.000 jaringan anggota profesional (*Divemaster & Instructor*), lebih dari 5.300 *Dive Center* dan *Resort Diving* yang beroperasi di lebih dari 180 negara diseluruh dunia.

Di Indonesia terdapat beberapa PADI *Dive Center* yang berlokasi di Bali, Sulawesi Utara, NTT, Ternate, dan di beberapa bagian provinsi lainnya. Salah satu PADI *Dive Center* yang ada di Manado adalah *Indonesia Nautical Center*. *Indonesia Nautical Center* adalah *Dive Center* yang menyediakan segala kebutuhan *dive trips, dive equipment dan dive courses*. *Indonesia Nautical Center* sudah memiliki pangsa pasar yang tetap dalam menjual semua *products* nya dan untuk menjadi loyalitas konsumen, *Indonesia Nautical Center* selalu menjaga citra dan kualitas barang maupun layanannya.

---

<sup>3</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Professional.Association-of-Diving-Instructors>

<sup>4</sup>[www.belajardiving.com/padi.php](http://www.belajardiving.com/padi.php)

### C. Sistem Pelatihan PADI

Menurut *The Encyclopedia of Recreational Diving (2008)*<sup>5</sup> menyatakan bahwa sistem pelatihan dalam PADI dikembangkan secara sistematis dengan mengembangkan dan memperluas kemampuan dan pengalaman dari penyelam. Sistem ini dibangun pada prinsip-prinsip sistem instruksional *design* modern dengan penekanan pada dunia nyata dan pelatihan praktek.



Gambar 1. Alur Sistem Pelatihan PADI  
Sumber : Buku *Manual Open Water*

Berikut adalah langkah-langkah dalam sistem pendidikan PADI :

1. PADI *Open Water Diver*
2. PADI *Advanced Open Water Diver*
3. PADI *Rescue Diver*
4. PADI *Specialty Diver Courses*
5. PADI *Master Scuba Diver*
6. PADI *Divemaster*
7. PADI *Open Water Scuba Instructor*

<sup>5</sup>PADI, *The Encyclopedia of Recreational DIVING*, (PADI, 2008).hal. 20



Sama seperti seluruh kegiatan olahraga lainnya, menyelam juga memiliki persyaratan yang harus dipenuhi untuk menjaga keamanan diri dari masing-masing penyelam. Agar menjadi penyelam, seseorang harus memiliki kedewasaan, pemikiran yang positif dan disiplin diri untuk mengikuti peraturan dan prinsip dalam penyelaman. Selain syarat tersebut ada beberapa persyaratan khusus yang harus dipenuhi, seperti:

a. Usia

Untuk memulai kursus, usia minimum seseorang adalah 10 tahun. Pada usia 10-14 tahun dapat mengikuti PADI *Junior Open water course*. Usia minimum 15 tahun untuk mengikuti PADI *open water course*.

b. Pengetahuan Dasar Berenang

Untuk menjadi seorang penyelam dibutuhkan kemampuan berenang. Sebelum kegiatan menyelam dilaksanakan, seringkali *dive instructor* akan melihat kemampuan berenang dari seorang pemula untuk memastikan ketahanan tubuhnya pada saat kegiatan menyelam berlangsung.

c. Kebugaran

Kesehatan merupakan faktor utama untuk mengikuti kegiatan penyelaman. Kondisi fisik dan psikis yang baik akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan ini.

Didalam buku *manual open water diver* dikatakan bahwa selain tahapan dalam sistem pelatihan, PADI juga mengajarkan 4 elemen yang harus ada didalam gaya hidup seorang penyelam, yaitu :

1. *Equipment*, hal ini diperlukan karena menyelam merupakan aktifitas yang memerlukan teknis khusus dan untuk mempelajarinya dibutuhkan *equipment*.
2. *Education*, teori dan teknik yang dibutuhkan dalam dunia penyelaman harus dipelajari dengan baik dan benar sehingga kegiatan ini dapat menjadi manfaat dan rekreasi yang menyenangkan. Standarisasi PADI dalam setiap levelnya dibuat untuk keamanan dan kenyamanan setiap penyelam.

3. *Experience*, untuk memperdalam pengalaman mengenai penyelaman berarti harus semakin sering menyelam dengan *dive professional* seperti *dive guide*, *dive master*, dan *dive instructor*.
4. *Environment*, kebersihan dan keindahan dunia bawah laut harus selalu dikembangkan dan dijaga kelestariannya agar kegiatan menyelam menjadi semakin menarik dan bisa memiliki nilai jual yang baik.

Dalam pelatihan *open water* selain untuk mengetahui cara *diving* yang benar, penyelam juga diajarkan untuk menikmati proses *diving* itu sendiri. Ada beberapa cara untuk menjadi seorang penyelam yang baik dan benar :

1. Mendengarkan secara seksama mengenai pengarahan dari instruktur untuk persiapan awal seperti membaca buku *open water*, menonton video *open water* dan persiapan lainnya dalam kegiatan *diving*.
2. Mempersiapkan diri dari segi kesehatan agar supaya siap untuk melakukan *diving*.
3. Istirahat dan makan yang cukup dikarenakan *diving* adalah kegiatan fisik yang menguras tenaga sehingga dibutuhkan *focus* dan konsentrasi yang tinggi.
4. Selalu memperhatikan instruksi pada saat *briefings*, melakukan apa yang harus dilakukan dengan benar dan bertanyalah jika tidak memahami sesuatu sebelum *diving* dilakukan.

Secara khusus, seorang penyelam harus mengetahui langkah-langkah untuk menjadi seorang *professional diver*. Menjadi *professional diver* harus dapat mempersiapkan secara keseluruhan persiapan dari sebelum *diving* sampai selesai *diving*. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui secara seksama mengenai *dive point*.
2. Mempersiapkan *dive gear* pribadi seperti *check regulator*, *mask*, *snorkel*, *wetsuit*, *BCD*, *boots* dan *fins*.
3. Melakukan *buddy check*.
4. Memperhatikan dan mengikuti petunjuk *entry*.
5. Menjaga kelestarian biota laut.
6. Selalu menjaga kebersamaan dengan *buddy*.

7. Setelah selesai, harus membersihkan dan mencuci *dive gear* dengan air bersih (air tawar)
8. Jika memiliki *dive gear* pribadi dianjurkan untuk service regulator minimal 2x dalam setahun.
9. Menyimpan *dive gear* di tempat yang sejuk dan tidak terkena panas matahari

#### **D. Pemasaran *Open Water* di Indonesia Nautical Center**

Menurut Agustina<sup>6</sup> dalam bukunya Manajemen Pemasaran (2012) dinyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Menurut Zulkarnain (2014)<sup>7</sup> terdapat beberapa definisi formal mengenai pemasaran, diantaranya :

1. Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasional (*American Marketing Association*, 1985).
2. *American Marketing Association* (AMA), 2004, merilis definisi terbaru mengenai pemasaran. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan *stakeholdersnya*.
3. Pemasaran bertujuan untuk menjalin, mengembangkan, dan mengomersialisasikan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang sehingga tujuan masing-masing pihak dapat terpenuhi. Hal ini dilakukan melalui proses pertukaran dan saling memenuhi janji (Gronroos, 1987).

<sup>6</sup> Ir. Agustina Shinta, M.P., Manajemen Pemasaran, (UB Press, 2011), hal 2

<sup>7</sup> Prof. Dr. H. Zulkarnain, M.M., *Entrepreneurial Marketing Teori & Implementasi*, hal 2

4. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain (Kotler, 2000)
5. Pemasaran adalah tentang identifikasi dan menemukan kebutuhan sosial dan manusia. Pemasaran adalah menemukan kebutuhan secara menguntungkan. (Kotler & Keller, 2012).

Upaya perusahaan untuk mencapai tujuan dan mempertahankan serta berkembangnya perusahaan tentu dipengaruhi oleh keputusan-keputusan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk kepuasan konsumen dan kepentingan perusahaan. Kepuasan konsumen dapat meningkatkan penjualan perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan pemasaran berhasil jika terciptanya kepuasan konsumen.

Meskipun peran pemasaran sangat penting dalam setiap kegiatan bisnis pemahaman pengertiannya tidaklah seragam karena pengaruh beberapa faktor. Pemasaran suatu produk oleh perusahaan sangat erat kaitannya dengan harga produk yang akan dipasarkan. Harga terbentuk dari kompetensi produk untuk memenuhi tujuan dua pihak yaitu produsen dan konsumen. Harga memiliki peranan sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Konsumen melihat harga sebagai faktor yang harus disesuaikan dengan daya beli yang dimiliki.

Menurut Ma'ruf (2006)<sup>8</sup> harga berkaitan dengan citra kualitas. Sebagian besar masyarakat mempunyai anggapan bahwa terdapat korelasi erat antara harga dan kualitas. Harga yang rendah dianggap pertanda kualitasnya rendah. Sebaliknya, harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang baik. Dalam perusahaan jasa sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan karena yang dinilai dalam perusahaan jasa adalah kualitas jasa yang diberikan.

Sama halnya seperti pemberian pelatihan *diving* di *Indonesia Nautical Center*, pihak *Dive Center* sangat menjaga kualitas dari pengajar sampai pada fasilitas yang diberikan kepada pelanggan yang mengambil pelatihan *Open Water* ini. *Indonesia Nautical Center* menyadari bahwa harga yang dibayarkan

---

<sup>8</sup>Prilly Laurenthya Nugroho, Pengaruh Consumers Buying Tendencies, Program Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014

pelanggan harus memberikan kepuasan sehingga pelanggan tidak berkeberatan untuk membayar mahal karena sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik dari hari ke hari dapat menjadi ciri khas sendiri dibandingkan dengan *Diving Center* lainnya.

### **E. Penjualan Kursus PADI *Open Water* Di *Indonesia Nautical Center***

Definisi tentang *Salesmanship* menurut Sigit (1982) dalam Zulkarnain (2014)<sup>9</sup> skill atau seni penjualan barang untuk menimbulkan kebutuhan-kebutuhan dan permintaan. Baduara dan Sirait (1984) menyatakan *Salesmanship* sebagai ilmu “membujuk” (*persuade*) yang menampilkan “seni” (*art*) untuk meyakinkan orang lain. *Salesmanship* adalah ilmu dan seni melakukan serta memahami penjualan, pembeli, etika penjualan, negoisasi dan motivasi untuk mengantarkan kesuksesan dalam penjualan.

Arti strategis yang terkandung dalam penjualan menghendaki kemampuan dan kecakapan seseorang dalam menjual kualitas barang/jasa yang bermutu, pengetahuan tentang barang/jasa yang dijual dan memahami kondisi pembeli dan daya beli yang dimilikinya. Mampu menjual tanpa harus menjadi yang termurah juga merupakan suatu jurus jitu untuk mempertahankan pasar. Banyak barang/jasa yang dijual didasarkan pada segmentasi pasar dan target pasar yang dikehendaki. Persaingan non harga seperti ; kualitas produk, pelayanan, tampilan dan kemudahan merupakan sisi lain yang muncul dalam praktek pemasaran akhir-akhir ini.

Kemajuan teknologi membuat semua orang menginginkan kemudahan dalam segala hal. Oleh karena itu mendapatkan barang/jasa tepat waktu, memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan cepat termasuk memiliki syarat-syarat yang ringan, mudah, waktu yang singkat, tidak berbelit-belit dan menguntungkan pembeli selalu menjadi pilihan. Kegiatan penjualan merupakan penentuan dalam dunia bisnis, dimana dalam *Diving Center* penjualan akan pelatihan *open water* terhadap pendapatan begitu menguntungkan. Penjualan ini dapat dikatakan menguntungkan dikarenakan banyaknya minat dalam

---

<sup>9</sup>Prof.Dr.H.Zulkarnain,M.M., *Entrepreneurial Marketing Teori & Implementasi*, hal 12

pengambilan kursus pelatihan ini dan beberapa orang menyadari bahwa penting untuk memiliki kemampuan menyelam baik untuk keahlian dalam pekerjaan mereka maupun untuk rekreasi. Hal ini, mempengaruhi tingkat pendapatan di *Indonesia Nautical Center* secara keseluruhan disamping adanya penjualan *equipment* dan *dive trips*. Penjualan pelatihan *open water* ini selain memenuhi tujuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam bisnis juga menjalin relasi dengan pelanggan sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen dalam pelayanan kursus ini dan dapat terjalin hubungan yang baik.

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL). Waktu penelitian selama bulan Maret sampai bulan Juni 2015 bertempat di *Indonesia Nautical Center* yang berlokasi di Jl Jenderal Sudirman No.1 Kecamatan Wenang, kota Manado-Sulawesi Utara.

#### **B. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer : Data yang diperoleh langsung dari lokasi pengamatan. Penulis mendapatkan data primer dari pengamatan langsung di tempat PKL dan hasil wawancara dari 8 peserta kursus dan staf di *Indonesia Nautical Center*.
2. Sumber Data Sekunder : Data yang diperoleh dari hasil pengamatan di tempat PKL. Penulis mengumpulkan data dari hasil laporan *Indonesia Nautical Center* berdasarkan jumlah peserta kursus..

#### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

- a. Teknik Observasi metode observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang di teliti pada kantor *Indonesia Nautical Center*. Menurut Sugiyono (2001) observasi adalah mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti.
- b. Dokumentasi, pengumpulan data terhadap objek yang diteliti.

- c. Teknik kepustakaan yaitu mengumpulkan informasi dari berbagai buku yang memiliki hubungan erat dengan topik yang dibahas.

#### **D. Metode Penelitian**

Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya (Best, 1982). Penelitian bersifat deskriptif dengan cara memaparkan atau mendeskripsikan bagian yang ditanyakan dalam rumusan masalah yaitu melakukan penelitian secara langsung di tempat PKL dengan mengumpulkan dan menyusun data yang diperoleh dari data pengamatan.

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari konsumen untuk mendapatkan data yang diperlukan, melalui Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan terhadap obyek.



## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum *Indonesia Nautical Center* ( INC )

*Indonesia Nautical Center* didirikan pada awal Agustus 2014(dibawah Pimpinan Leo Rustandi) merupakan PADI *Dive Center* yang terletak di Sintesa Peninsula Hotel yang berlokasi di Jalan Jend Sudirman No. 1 Manado - Sulawesi Utara. Dulunya nama perusahaan ini bukan *Indonesia Nautical Center* melainkan *Kawanua Dive Center*. Pada saat pemilik *Kawanua Dive Center* (Frans Rattu) bekerja sama dengan (Leo Rustandi dan Adriana Leonita) maka *Dive Center* diganti nama dengan *Indonesia Nautical Center*. Pada bulan Desember *Indonesia Nautical Center* membangun sebuah *boat* dengan nama Artha Bahari Celebes. *Boat* ini dibangun dengan tujuan agar memenuhi kebutuhan *customer* untuk kegiatan *Snorkeling*, *Diving*, dan lain-lain. Seiring berjalannya waktu *Dive Center* ini makin dikenal orang dan semakin banyak *customer*. *Indonesia Nautical Center* bergerak dibidang jasa dan penjualan peralatan *diving*. *Dive Center* ini melayani *dive trips* dengan tujuan *dive spot* Bunaken, Malalayang dan Lembeh. *Dive course* yang diberikan di *Indonesia Nautical Center* bersertifikasi PADI dan diajarkan oleh tenaga ahli yang berpengalaman di dunia *diving*

*Indonesia Nautical Center* berbadan usaha sebagai Perseroan Terbatas yang (didirikan oleh Leo Rustandi, Adriana Leonita dan Frans Rattu). Perseroan Terbatas ini dinamakan PT. Artha Bahari Celebes dengan pembagian persentase modal yang telah diatur dalam Akte pendirian PT. Artha Bahari Celebes.

Ada beberapa kursus yang ditawarkan di *Indonesia Nautical Center* ini. Beberapa kursus yang ditawarkan di *Indonesia Nautical Center* adalah PADI *Open Water Diver*, PADI *Advanced Open Water Diver*, PADI *Rescue Diver*, PADI *Specialty Diver Courses*, PADI *Master Scuba Diver*, PADI *Divemaster*, dan PADI *Open Water Scuba Instructor*.



Gambar 2. Neon Box INC



Gambar 3. Pintu Masuk INC



Gambar 4. Deskripsi Dive Center Indonesia Nautical Center

## B. Kursus selam yang ditawarkan *Indonesia Nautical Center*

Serangkaian kegiatan penulisan dan penelusuran data yang dikerjakan berdasarkan metode yang dikemukakan pada bagian terdahulu memberikan hasil yang akan dilaporkan kemudian dibahas dibawah ini. Berdasarkan urutan tujuan yang dicapai sebagai berikut.

Di *Indonesia Nautical Center* menawarkan berbagai macam kursus selam diantaranya adalah PADI *Open Water Diver*, PADI *Advanced Open Water Diver*, PADI *Rescue Diver*, PADI *Specialty Diver Courses*, PADI *Master Scuba Diver*, PADI *Divemaster*, dan PADI *Open Water Scuba Instructor*.

Berikut adalah jumlah peserta yang mengikuti kursus selam selama 2014 – 2015.

Tabel 1. Jenis Kursus dan Jumlah Peserta Kursus Selam

<b>Tahun</b>	<b>Jenis Kursus</b>	<b>Jumlah Peserta</b>
<b>2014</b>	PADI <i>Open Water Diver</i>	11
	PADI <i>Advanced Open Water Diver</i>	6
	PADI <i>Rescue Diver</i>	6
	PADI <i>Specialty Diver Courses</i>	3
	PADI <i>Master Scuba Diver</i>	0
	PADI <i>Divemaster</i>	0
	PADI <i>Open Water Scuba Instructor</i>	0
<b>2015</b>	PADI <i>Open Water Diver</i>	13
	PADI <i>Advanced Open Water Diver</i>	5
	PADI <i>Rescue Diver</i>	2
	PADI <i>Specialty Diver Courses</i>	2
	PADI <i>Master Scuba Diver</i>	0
	PADI <i>Divemaster</i>	0
	PADI <i>Open Water Scuba Instructor</i>	0
<b>Total</b>		<b>48</b>

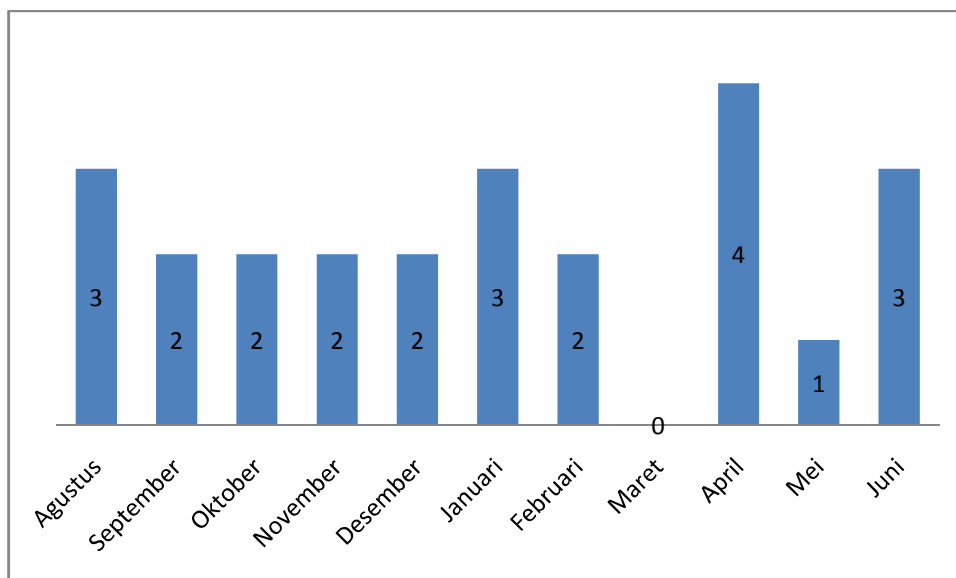
Sumber : *Indonesia Nautical Center*(Data Primer)

Sebelum mengungkapkan hasil penelitian tentang jumlah peserta yang mengikuti kursus, penting untuk dipaparkan jumlah peserta dari bulan Agustus - Desember 2014 sampai Januari – Juni 2015. Berdasarkan kemampuan observasi maka diperoleh hasil jumlah peserta kursus tabel 1 menampilkan data sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Peserta Kursus PADI *Open Water* Selam di Bulan Agustus - Desember 2014 dan Januari – Juni 2015

Tahun	Bulan	Jumlah Peserta
<b>2014</b>	Agustus	3
	September	2
	Oktober	2
	November	2
	Desember	2
<b>2015</b>	Januari	3
	Februari	2
	Maret	0
	April	4
	Mei	1
	Juni	3
<b>Total</b>		<b>24</b>

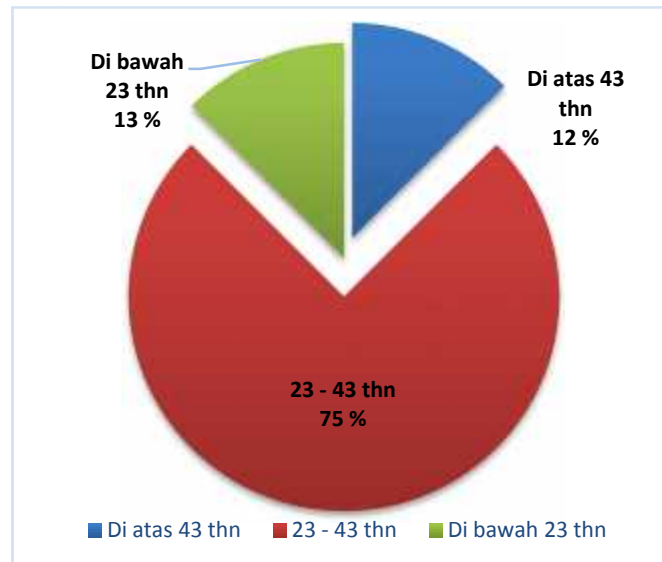
Sumber : *Indonesia Nautical Center* (Data Primer)



Gambar 5. Jumlah Peserta Kursus Selam Bulan Agustus – Desember 2014 sampai Januari – Juni 2015

SumberData: Hasil Olahan Data Primer

### C. Preferensi Konsumen Terhadap Kursus Selam



Gambar 6. Usia Konsumen Peserta PADI *Open Water* selam

Sumber Data : Hasil Olahan Data Primer

Konsumen penelitian ini adalah konsumen yang mengambil kursus *open water* di *Indonesia Nautical Center* dari bulan Maret sampai Juni 2015. Seperti terlihat di gambar 6, berdasarkan data yang diperoleh usia konsumen bervariasi antara 23 tahun sampai dengan 43 tahun. Persentase usia konsumen yang di atas 43 tahun adalah 12%. Persentase usia konsumen yang di bawah 23 tahun adalah 13% dan persentase usia konsumendari umur 23 – 43 tahun adalah 75%. Hal ini menunjukkan bahwa rentang usia untuk pengambilan kursus *open water* tidak terbatas.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

<b>Tingkat Pendidikan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA	2	25
S1	6	75

Sumber : Data Primer (kuesioner)2015

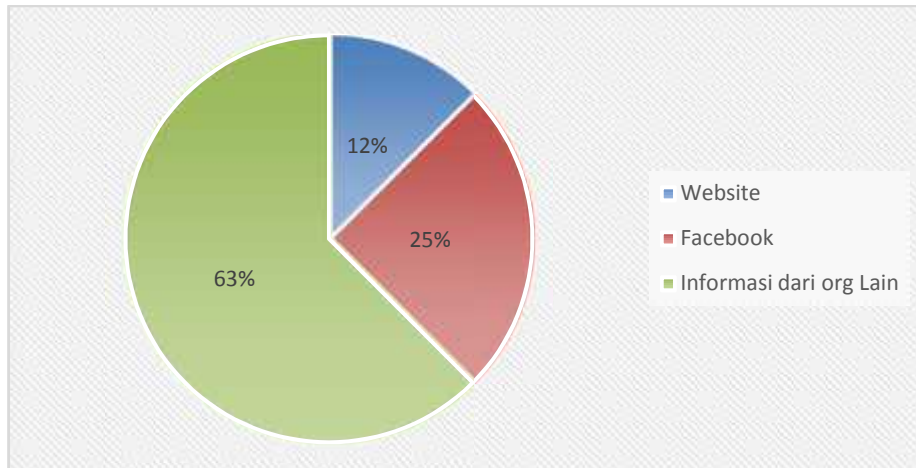
Berdasarkan pada tingkat pendidikan diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1 lebih besar daripada responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Jenis Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
PNS	4	50
Pegawai Swasta	1	12,5
Wiraswasta	3	37,5

Sumber : Data Primer (kuesioner) 2015

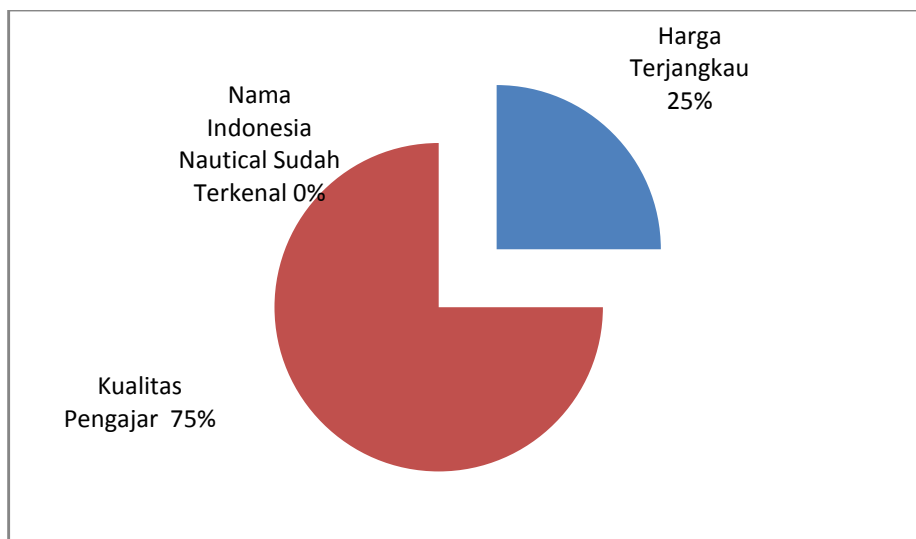
Berdasarkan distribusi frekuensi responden berdasarkan pekerjaan, jumlah terbanyak responden ini dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebesar 50 persen, jumlah terbanyak kedua dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 37,5% dan jumlah persentase paling sedikit dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 12,5%. Hal ini disebabkan bahwa pada saat PKL berlangsung adanya anggota PNS dari dinas Pariwisata Kabupaten Kalimantan Barat yang harus mengambil kursus *open water* sebagai persyaratan menjadi pegawai dinas pariwisata.



Gambar 7. Distribusi Konsumen berdasarkan pengetahuan informasi yang didapat mengenai *Indonesia Nautical Center*.

Sumber : Hasil Olahan Data Primer

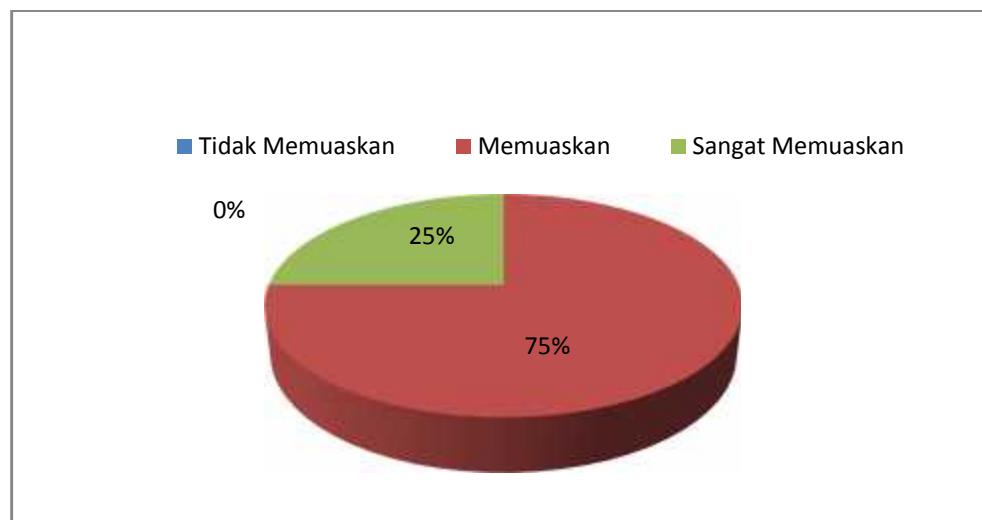
Berdasarkan Gambar 7 menunjukkan paling banyak konsumen sebesar 63% mengetahui informasi mengenai *Indonesia Nautical Center* dari *word of mouth* atau informasi dari mulut ke mulut. 25% konsumen mengetahui informasi mengenai *Indonesia Nautical Center* melalui *facebook* dan sisanya sebanyak 12% dari website *Indonesia Nautical Center*.



Gambar 8. Distribusi konsumen berdasarkan Ketertarikan mengikuti kursus *Open Water* di *Indonesia Nautical Center*.

Sumber : Hasil Olahan Data Primer

Berdasarkan Gambar 8 menunjukkan bahwa paling banyak konsumen sebesar 75% tertarik mengikuti kursus PADI *open water* dikarenakan konsumen yakin akan kualitas pengajar di *Indonesia Nautical Center* yang sudah bersertifikasi dan memiliki standar internasional. Sedangkan untuk 25% sisanya beranggapan bahwa harga kursus *open water* terjangkau.

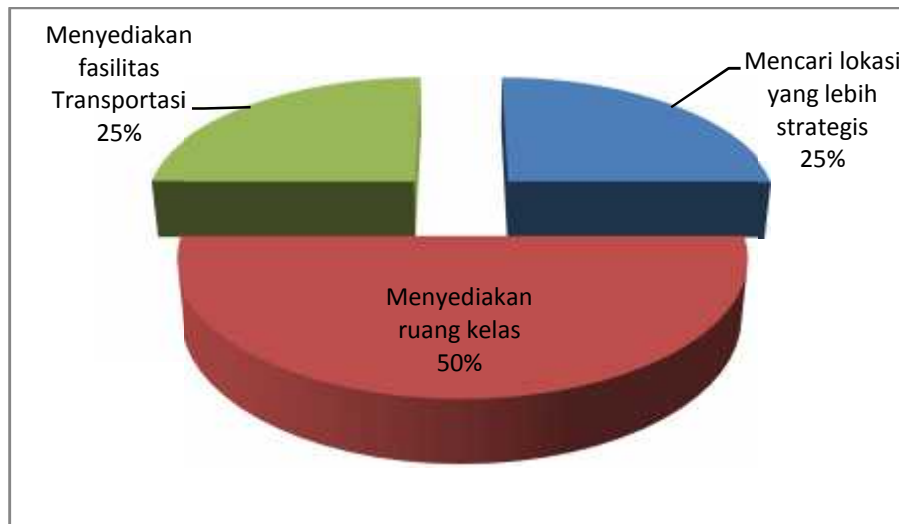


Gambar 9. Distribusi Konsumen berdasarkan Kualitas Pelatihan Kursus *open water* di *Indonesia Nautical Center*.

Sumber : Hasil Olahan Data Primer

Berdasarkan Gambar 9 menunjukkan bahwa paling banyak konsumen sebesar 75% merasa puas dengan kualitas kursus *open water* di *Indonesia Nautical Center* Sedangkan untuk 25% sisanya beranggapan bahwa kualitas kursus *open water* di *Indonesia Nautical Center* sangat memuaskan. Walaupun masing-masing peserta memiliki penilaian yang berbeda-beda untuk kualitas pelatihan, *Indonesia Nautical Center* selalu tetap menjaga kepuasan konsumen.





Gambar 10. Distribusi konsumen berdasarkan usulan yang diajukan untuk memperbaiki kualitas kursus di INC.

Sumber : Hasil Olahan Data Primer

Berdasarkan Gambar 10 menunjukkan bahwa paling banyak konsumen sebesar 50% mengusulkan menyediakan ruang kelas untuk kursus. Sedangkan untuk 25% mengusulkan menyediakan fasilitas transportasi untuk membawa *equipment diving*. Dan sisanya 25% mengusulkan mencari lokasi yang lebih strategis dengan ini dalam artian bahwa dapat di sekitar pantai.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terbukti usia yang mengikuti kursus ini adalah usia yang masih muda dan memiliki kesehatan yang masih baik dibandingkan usia yang sudah diatas 40 tahun. Pada tingkat pendidikan juga paling banyak yang mengikuti kursus ini adalah S1 dibandingkan SMA.

Seperti yang ditampilkan pada grafik, informasi mengenai INC paling banyak mereka tahu informasi INC dari orang lain atau mulut ke mulut. Hal ini dikarenakan *customer* yang dulunya di *Kawanua Dive Center* memberi informasi kepada orang-orang yang ingin mengikuti kursus untuk kursus di *Indonesia Nautical Center*. Ketertarikan mengikuti kursus *Open Water* di INC paling banyak konsumen tertarik karena yakin kualitas pengajar di INC sudah memiliki standar internasional.

Fasilitas yang diberikan di INC adalah *boat* untuk memperlancar proses kegiatan kursus konsumen selama berada di laut. Adapun usulan yang diajukan untuk memperbaiki kursus di INC adalah mencari lokasi yang lebih strategis dan menyediakan fasilitas transportasi yang akan membawa konsumen ke *boat*.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dapat disimpulkan sebagai berikut :

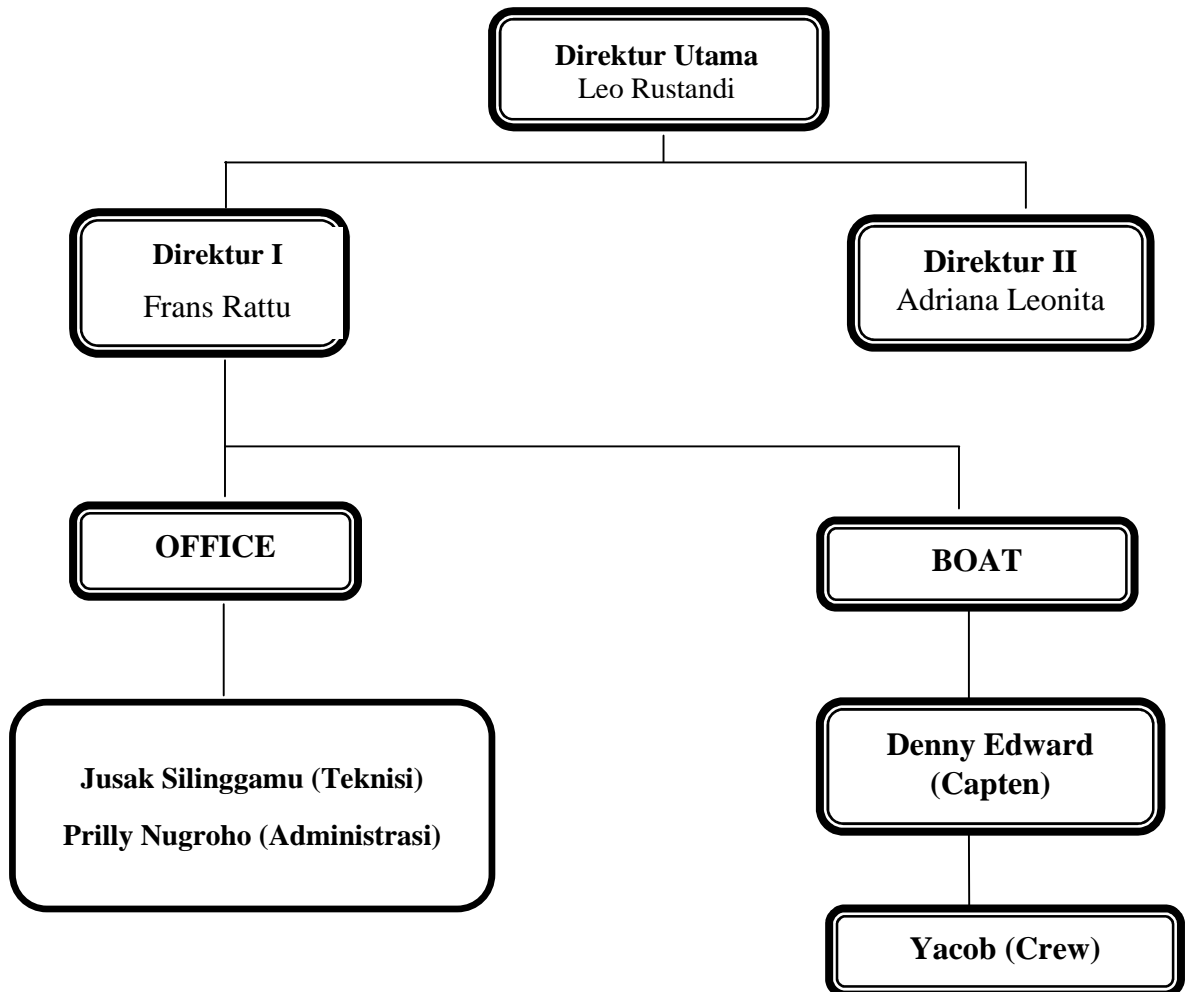
1. *Indonesia Nautical Center* adalah *Diving Center* yang terletak di Sintesa Peninsula Hotel yang berlokasi di Jalan Jend Sudirman No. 1 Manado - Sulawesi Utara.
2. Kursus *diving Open Water* di INC selama bulan Agustus 2014 – Juni 2015 berjumlah 24 orang.
3. Kursus selam di *Indonesia Nautical Center* diikuti oleh berbagai macam kalangan peserta baik dari segi pekerjaan dan usia.

#### B. Saran

1. Mencari lokasi yang lebih strategis misalnya dekat dengan daerah pantai yang banyak *dive spotnya*.
2. Meningkatkan pemasaran dengan cara promosi seperti memasang iklan di media cetak maupun elektronik.
3. Memberikan pengenalan mengenai berbagai jenis kursus seperti *intro dive* agar orang lebih tertarik untuk mengambil kursus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, M.P.Ir, 2011. Manajemen Pemasaran. Penerbit UB Press, Malang.  
 eprints.uns.ac.id/3750/1/77111507200905051.pdf.
- Nugroho, Prilly Laurenthya, 2014. Pengaruh *Consumers Buying Tendencies* pada Pembelian *Utilitarian* dan *Hedonic Shopping Value* Terhadap Consumer *Shopping Satisfaction* Pada Gerai *Leecooper Jeans* Tunjungan Plaza Surabaya. Program S1 Manajemen Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- PADI, 2013. *Open Water Diver Manual, version 3.0*, PADIUSA.
- Richardson Drew, et al, 2000. *A.W.A.R.E Our World, Our water. Aquatic World Awareness, Resposibility and Education*, USA : International PADI.
- Richardson Drew, et al, 1995. *The Business of Diving, A Guide to Success in the Recreational Dive Industry*, PADI USA.
- Richardson Drew, et al, 2008. *The Encyclopedia of Recreational Diving*, version 3.03, USA.
- Sujana, A. ST, 2005. *Paradigma Baru Dalam Manajemen Ritel Modern*. Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.
- [www.belajardiving.com/padi.php](http://www.belajardiving.com/padi.php)
- [www.idtesis.com/preferensi-konsumen-pengertian-dan/](http://www.idtesis.com/preferensi-konsumen-pengertian-dan/)
- [www.id.wikipedia.org/wiki/professional-association-of-diving-instructors](http://www.id.wikipedia.org/wiki/professional-association-of-diving-instructors)
- Zulkarnain H, M.M, Prof. Dr, 2014. *Enterpreneurial Marketing*, Teori dan Implementasi. Penerbit Graha Ilmu, Jakarta.

Lampiran 1. Struktur Organisasi *Indonesia Nautical Center*

**LAMPIRAN 2. Fasilitas Boat Indonesia Nautical Center****LAMPIRAN 3. Kegiatan Kursus Open Water Bpk Mahesa bersama Instruktur Indonesia Nautical Center**

**LAMPIRAN 4. Kegiatan Kursus *Open Water* Bpk Victor bersama Instruktur  
*Indonesia Nautical Center***



**LAMPIRAN 5. Instruktur dan Peserta Kursus Sebelum Turun *Diving***



**LAMPIRAN 6. Instruktur Sedang Memberikan Pengarahan di Dalam Air**



**LAMPIRAN 7. Foto bersama Peserta Kursus dan Instuktur**





**LAMPIRAN 8. Foto bersama Peserta Kursus dan Instruktur**