



**STRATEGI DIFERENSIASI PELAYANAN DI PT. MINA
WISATA ISLAMI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**Oleh:
Lina Shofiyatus Sa'adah
NIM. B94217102**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2021

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Lina Shofiyatus Sa'adah

NIM : B94217102

Program Studi : Manajemen Dakwah

Konsentrasi : Manajemen Haji dan Umroh

Judul : Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT.
Mina Wisata Islami Surabaya

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa, skripsi yang berjudul **Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya** benar-benar karya sendiri. sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat karya atas pendapat dituliskan atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata tulis karya ilmiah yang lazim

Surabaya, 26 Januari 2021

Yang menyatakan


Lina Shofiyatus Sa'adah
B94217102

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Penelitian Skripsi ini disusun oleh :

Nama : Lina Shofiyatus Sa'adah
Nim : B94217102
Fakultas : Dakwah dan Komunukasi
Program studi : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Diferensiasi Pelayanan di PT.
Mina Wisata Islami Surabaya

Penelitian ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

Surabaya, 26 Januari 2021

Dosen Pembimbing



Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si

Nip.197512302003121001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI DIFERENSIASI PELAYANAN DI PT. MINA WISATA ISLAMI SURABAYA

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Lina Shofiyatus Sa'adah
B94217102

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 09 Februari 2021

Tim Penguji

Penguji I



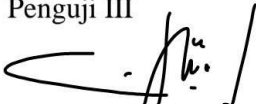
Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 197512302003121001

Penguji II



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002

Penguji III



Dra. Imas Maesaroh, Dip.I.M-Lib., M.Lib., Ph.D
NIP. 196605141992032001

Penguji IV



Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 197912142011011005



09 Februari 2021

ekan,

Halim, M.Ag

507251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lina Shofiyatus Sa'adah
NIM : B94217102
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : linashofia8@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

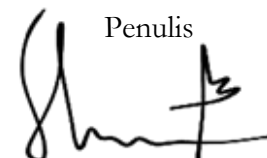
Strategi Diferensiasi Pelayanan Di Pt. Mina Wisata Islami Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Februari 2021

Penulis

Lina Shofiyatus Sa'adah

ABSTRAK

Lina Shofiyatus Sa'dah, B94217102, 2021. Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami dan bentuk strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Hasil penelitian menggambarkan, bahwa PT. Mina Wisata Islami menerapkan strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi tersebut dalam hal produk dan pelayanan. Strategi diferensiasi di PT. Mina Wisata Islami juga sudah memenuhi syarat strategi diferensiasi. Selain itu PT. Mina Wisata Islami memfokuskan pada strategi diferensiasi pelayanan. Strategi diferensiasi yang ada di PT. Mina Wisata Islami Surabaya adalah PT. Mina Wisata Islami menerapkan pengantaran perlengkapan ke rumah jamaah masing-masing. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan berupa pendampingan vaksin kesemua jamaah.

Kata Kunci : Strategi Diferensiasi, Strategi Diferensiasi Pelayanan, PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

“Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya”

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Konsep	8
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	15
A. Kerangka Teoritik.....	15
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29

B. Lokasi Penelitian	31
C. Jenis dan Sumber Data	31
D. Tahap-Tahap Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Validasi Data	40
G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Penyajian Data	46
C. Analisis Data	75
BAB V PENUTUP.....	87
D. Kesimpulan	87
E. Saran dan Rekomendasi	87
F. Keterbatasan Penelitian	88
Daftar Pustaka.....	89
LAMPIRAN.....	95
PANDUAN WAWANCARA.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi diferensiasi bertujuan untuk membedakan produk atau jasa perusahaan dengan perusahaan lain. Menurut Kotler yang dikutip oleh Dewa Made Dwi Kamayuda dalam jurnal manajemen Pendidikan menyatakan bahwa, strategi diferensiasi adalah suatu tindakan untuk menetapkan perbedaan suatu produk yang diciptakan dengan produk yang diciptakan oleh pesaing. Menurut Poter yang dikutip oleh Dewa Made Dwi Kamayuda dalam jurnal manajemen Pendidikan menyatakan bahwa, strategi diferensiasi merupakan suatu strategi untuk menciptakan produk maupun jasa dan mempunyai perbedaan terhadap produk atau jasa yang lain. Suatu organisasi bisa menawarkan benda berbeda dengan penawaran pesaingnya¹. Hal tersebut dilakukan agar organisasi atau perusahaan dapat mempertahankan bisnisnya. Selain itu, strategi diferensiasi dilakukan untuk mengembangkan bisnis agar dapat bersaing dengan competitor lainnya. Setiap perusahaan mempunyai peluang, sasaran, dan sumber daya manusia untuk mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi agar dapat mengembangkan bisnisnya. Strategi yang diterapkan adalah strategi diferensiasi pelayanan.

Strategi diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk pelayanan kepada pelanggan yang berbeda

¹ Dewa Made Dwi Kamayuda, “Perencanaan Strategi Bersaing Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Sekolah Baru Di Salahsatu Sekolah Swasta Salatiga”, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, (Vol.03, No.01, Thn.2016), Hal. 17

dengan pesaing. Menurut Tjipto yang dikutip pada Ian Antonius Ong dalam jurnal Manajemen pemasaran menyatakan bahwa, strategi diferensiasi pelayanan merupakan mewujudkan kreativitas yang tinggi mengenai sebuah pelayanan, meningkatkan keramahan terhadap konsumen dan berwawasan yang luas. Sehingga konsumen merasa puas dengan jasa pelayanan dan sudah diberikan oleh karyawan.² Adanya strategi diferensiasi pelayanan di sebuah travel membuat konsumen merasa lebih nyaman. Konsumen akan merasa puas ketika menggunakan jasa travel tersebut.

Dalam penerapannya, strategi diferensiasi membutuhkan biaya yang lebih besar. Tidak hanya itu, strategi diferensiasi juga memerlukan usaha yang keras. Perusahaan perlu meramal konsumen. Dengan begitu, perusahaan dapat mengetahui mana konsumen yang mampu membayar atau menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan. Setiap konsumen mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Tidak semua konsumen mau membayar lebih atau mau menggunakan produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh organisasi maupun perusahaan. Tidak semua konsumen juga bersedia membayar lebih meskipun konsumen tersebut mengetahui keunikan dan keunggulan produk yang ditawarkan oleh organisasi maupun perusahaan. Abdussamad menyatakan, bahwa diferensiasi dengan

² Ian Antonius Ong Dan Drs. Sugiono Sugiharto, “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (Vol 1, No 2, Tahun 2013), Hal 3

tak signifikan dapat memberi efek negative³. Dalam Qs. An-Nisa' ayat 29, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang yang beriman !
janganlah kamu saling memakan harta
sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar),
kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas
suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah
kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah maha
penyayang kepadamu ”.⁴

Pada suatu jual beli, harga perlu disepakati pada saat dilakukan akad. Penjual dan pembeli perlu sama-sama suka terhadap kualitas dan segala hal yang ada dalam produk itu. organisasi pengguna strategi diferensiasi lebih mengutamakan penggunaan harga tinggi. Hal tersebut dikarenakan produk yang keluar memiliki mutu yang tinggi. Konsep saling menyikapi terhadap kualitas produk perlu diperhatikan. Hal tersebut dikarenakan dapat mempengaruhi pelanggan maupun perusahaan. jika perusahaan mampu melakukan pelaksanaan strategi diferensiasi, maka perusahaan dapat berpengaruh pada citra perusahaan. Jadi, perusahaan tersebut sudah memiliki layanan yang unik maupun produk tersebut dimiliki oleh pesaing.

Subjek penelitian ini adalah Strategi Diferensiasi Pelayanan. Sedangkan objek penelitian ini adalah PT. Mina Wisata Islami Surabaya. PT. Mina Wisata Islami

³ Zulfiah Abdussamad, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Jasa Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo”, Dosen Feb. Universitas Negeri Gorontalo

⁴ Quran.kemenag.go.id

Surabaya yang termasuk sebuah perusahaan penggelut bidang umroh. PT. Mina Wisata Islami Surabaya berdiri pada tahun 2012. PT. Mina Wisata Islami Surabaya sudah terdaftar sebagai perusahaan yang menyelenggarakan perjalanan ibadah (PPIU) pada kementerian agama RI. PT. Mina Wisata Islami Surabaya mempunyai 4 cabang kantor, diantaranya adalah di Jl RA Kartini No. 123 E Surabaya, Ruko Lotus Regency Blok D-8 Jl. Ketintang Baru Selatan I No 52 Surabaya, Royal Plaza Lt. UG F3/II Surabaya, dan di Tunjungan Plaza 2 Lantai 3 Surabaya.

PT. Mina Wisata Islami Surabaya mempunyai beberapa paket Umroh diantaranya adalah paket Yellow, Silver, Gold, dan platinum. Dari beberapa paket tersebut yang menjadi perbedaan adalah harga, hotel, dan fasilitas perlengkapan. Harga yang ditetapkan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya berbeda dengan travel lain. PT. Mina Wisata Islami Surabaya menetapkan harga all in tanpa bayaran bonus. Sebaliknya, di travel lain harga yang tertera di brosur belum tercantum bayaran lain-lain. Semacam; (1) Paspor (2) Pajak Visa (3) Suntik Vaksin (4) Handling (5) Asuransi. PT. Mina Wisata Islami mempunyai harga yang berbeda dalam tiap produknya namun mempunyai pelayanan yang sama dalam tiap produk yang ditawarkan.⁵.

PT. Mina Wisata Islami Surabaya membagikan pelayanan yang tulus, ramah dan profesional kepada para jamaah. PT. Mina Wisata Islami Surabaya membagikan pelayanan berbeda dengan travel-travel lain. PT. Mina Wisata Islami Surabaya membagikan pelayanan berbentuk manasik individu kepada jamaah yang tidak dapat muncul dalam manasik akbar. Jamaah

⁵ Minawisata.com

dapat tiba ke kantor PT. Mina Wisata Islami Surabaya buat melakukan manasik individu. Bila para jamaah tidak dapat mengambil peralatan di kantor, hingga PT. Mina Wisata Islami Surabaya pula membagikan pelayanan berbentuk membawakan peralatan jamaah ke rumahnya tiap- tiap. Selian itu, PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Jamaah PT. Mina Wisata Islami Surabaya merasakan kalau mereka menemukan pelayanan yang memuaskan mulai dari jamaah catatan sampai jamaah di makah ataupun Madinah. Sebaliknya di travel lain para jamaah menemukan pelayanan yang kurang memuaskan. PT. Mina Wisata Islami Surabaya pula membagikan pelayanan berbentuk mengurus pesan saran kemanag. Para jamaah PT. Mina Wisata Islami Surabaya mengutamakan pelayanan sebab industri tersebut bergelut dibidang jasa.

PT. Sahabat Insan Mulia ialah suatu industri yang bergelut dalam bidang tavel haji serta Umroh. PT. Teman Insan Mulia berdiri pada tahun 2013. PT. Teman Insan Mulia didirikan oleh Ustad Abdul Aziz bersama keluarga. Kantor pusat PT. Teman Insan Mulia beradI di komplek ruko Handayani Busines Center Jl. Jemur Andayani 1 No. 33 A Surabaya. PT. Sahabat Insan Mulia ini memiliki 8 cabang yang berada di Magelang, Pacitan, Tegal, Gorontalo, Ponorogo, Palu, dan Tulungagung. PT. Sahabat Insan Mulia ini bercita-cita ingin mengamalkan ajaran Rosulullah Saw dengan cara menyebarkan nilai ajaran islam yang terkandung dalam ibadah hai dan umroh. Pada tahun 2016 PT. Sahabat Insan Mulia ini berubah nama menjadi Sahelia Umroh dan Halal Trip. Dimanakan Sahelia karena arti dari Sahelia sendiri adalah kemudahan. Seperti niat Travel

tersebut untuk memudahkan niat para jamaah berangkat ke tanah suci⁶.

Sahelia Umroh dan Halal Trip tidak menerapkan strategi diferensiasi pelayanan berupa mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumahnya masing-masing. Selain itu, Sahelia Umroh dan Halal Trip juga tidak memberikan pelayanan yang berupa pendampingan vaksin. Para jamaah harus datang ke rumah sakit untuk melaksanakan vaksin dan para jamaah juga harus mengurus administrasi secara pribadi. Sahelia Umroh dan Halal trip lebih memberikan pelayanan berupa spiritual yaitu berupa kerohanian.

Arofahmina Tour & Travel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Arofahmina Tour & Travel adalah sebuah travel haji dan umroh. Arofahmina Tour & Travel beroperasi sejak 2008. Arofahmina Tour & Travel mendapat izin resmi pada tahun 2012. Arofahmina Tour & Travel telah memberangkatkan melebihi 10.000 jama'ah umroh sekaligus haji plus. Arofahmina Tour & Travel mempunyai lima kantor cabang dan menyebar di Jawa Timur sekaligus Jakarta, 70 kantor perwakilan dan memiliki mitra lebih dari 200⁷.

Arofahmina Tour & Travel tidak menerapkan strategi diferensiasi pelayanan berupa mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumahnya masing-masing. Jamaah Arofahmina Tour & Travel mengambil perlengkapan ketika melaksanakan manasik umroh. Selain itu, Arofahmina Tour & Travel juga tidak memberikan pelayanan yang berupa pendampingan vaksin. Di biaya vaksin ditanggung sendiri oleh masing-

⁶ UmrohSahelia.com

⁷ Arofahmina.co.id

masing jamaah. Arofahmina Tour & Travel Para jamaah harus datang ke rumah sakit untuk melaksanakan vaksin dan para jamaah juga harus mengurus administrasi secara pribadi.

Pelayanan dilakukan perusahaan atau organisasi sebagai upaya dalam mencapai sasaran. Pada era saat ini banyak travel berbondong-bondong dalam meningkatkan performa travelnya. Seiring berjalanya waktu, setiap perusahaan tentunya memikirkan bagaimana agar produknya mencapai sasaran. Sehingga, perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang memiliki produk lebih unggul dibanding produk perusahaan lain. Apabila perusahaan menerapkan strategi diferensiasi, maka perusahaan akan dipandang lebih oleh para konsumen. Hal tersebut diterapkan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. PT. Mina Wisata Islami Surabaya menitik beratkan pada strategi diferensiasi pelayanan.

Dengan adanya strategi diferensiasi pelayanan, perusahaan dapat menciptakan produk dan jasa yang unik. Tidak hanya unik melainkan juga mempunyai nilai yang lebih serta produk dan jasa tersebut tidak dimiliki oleh pesaing. jika memiliki nilai lebih maka akan membangkitkan gairah konsumen untuk dapat memiliki maupun merasakannya. Maka dari itu strategi diferensiasi pelayanan dapat menjadi salah satu teknik atau strategi agar produk atau jasa dan sudah dibuat perusahaan itu terlihat unggul ditengah-tengah ketatnya persaingan bisnis perusahaan. Berdasar pada latar belakang diatas, peneliti berkeinginan melaksanakan proses penelitian dengan judul **“Strategi Diferensiasi Pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada penjelasan latar belakang masalah diatas, sehingga rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti antara lain :

- Bagaimana bentuk strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang bersumber dari rumusan masalah diatas yaitu :

- Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana bentuk strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu :

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini membahas tentang strategi diferensiasi pelayanan. Strategi diferensiasi pelayanan berhubungan dengan manajemen pemasaran yang menjadi mata kuliah manajemen dakwah. Sehingga, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang manajemen pemasaran dalam hal penerapan strategi diferensiasi pelayanan.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi Lembaga ataupun organisasi lain mengenai strategi diferensiasi pelayanan

E. Definisi Konsep

Dalam definisi konsep periset membagikan batas dari tiap sebutan yang tercantum dalam judul riset ini. Definisi konsep digunakan buat menjauhi terbentuknya salah tafsiran. Definisi konsep pula digunakan buat mendapatkan hasil riset yang cocok dengan judul

“Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT Mina Wisata Islami Surabaya”. Sebutan yang tercantum dalam judul tersebut ialah:

1. Strategi Diferensiasi

Strategi ialah suatu rencana yang berbentuk aktivitas buat menggapai target ataupun buat menggapai tujuan. Bagi Onong Uchiana Effendy strategi ialah sesuatu perencanaan buat menggapai tujuan. Strategi sama halnya dengan manajemen ialah bersama membuat taktik perencanaan. Sesuatu strategi tidak cuma membagikan satu arahan saja melainkan membagikan arahan secara operasional⁸. Dalam manajemen yang dikutip oleh M. Arif hakim dalam jurnal Bisnis dan Manajemen menyatakan bahwa , strategi yang digunakan untuk melakukan sesuatu guna manajemen ialah (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). biar tujuan dari manajemen itu gampang tercapai.⁹ Yang diartikan strategi dalam riset ini merupakan strategi apa saja yang terbuat oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Diferensiasi merupakan perbandingan ataupun pembeda. Bagi Kotler serta Susanto yang dikutip oleh Nicky Hanry Ronaldo Tampi dalam jurnal Emba menyatakan bahwa, diferensiasi merupakan metode memicu perbandingan. Yang diartikan perbandingan disini merupakan perbandingan menimpa penawaran industri dengan penawaran

⁸ Onong Uchiana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Ce ke 4, Hal 32

⁹ M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan Dalam Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing (studi pada Pt. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol 5, No 2, Tahun 2017), Hal 387

pesaing¹⁰. yang diartikan diferensiasi dipenelitian ini merupakan diferensiasi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Menurut Ferdinand yang dikutip oleh Nicky Hannry Ronaldo Tampi dalam jurnal EMBA menyatakan bahwa, strategi diferensiasi merupakan sesuatu strategi yang diciptakan buat memelihara loyalitas pelanggan¹¹. Minas Titik yang dilansir oleh Chaula Anwar, diferensiasi ialah Langkah- langkah sesuatu industri buat membedakan produk maupun jasa dari pesaing dengan menghasilkan sesuatu produk yang mempunyai keunikan serta nilai besar untuk konsumen¹². Strategi diferensiasi dapat menghasilkan sesuatu nilai perbandingan dengan metode menghasilkan produk ataupun jasa yang membagikan kemanfaatan besar untuk pelanggannya.

Dari sebagian teori diatas bisa disimpulkan kalau, strategi diferensiasi ialah sesuatu aksi buat menghasilkan perihal yang menonjol ataupun unggul pada sesuatu produk ataupun jasa yang tidak dipunyai oleh pesaing. perihal tersebut dicoba dengan tujuan buat menarik atensi konsumen. Tidak hanya buat menarik atensi konsumen pula buat menarik atensi beli ulang pelanggan. Dengan strategi diferensiasi,

¹⁰ Nicky Hanry Ronaldo Tampi “Analisis Diferensiasi Produk, Diferensiasi layanan dan Difrensiasi Citra Terhadap layanan keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran”, *Jurnal EMBA*, (Vol 3, No 4, Tahun 2015), Hal 70

¹¹ Nicky Hannry Ronaldo Tampi, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan, dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran”, *Jurnal EMBA*, (Vol 3, No 4, Tahun 2015), Hal 70

¹² Chaula Anwar, “Analisis Strategi Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Diferensiasi Produk Study Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda”, *Telaah Bisnis*, (Tahun 2007), Hal 174

industri sanggup menghasilkan keunggulan bersaing untuk industri.

2. Pelayanan

Menurut H. Amin Ibrahim Pelayanan merupakan penggerak utama suatu kegiatan yang memegang peranan yang sangat penting. Pelayanan adalah suatu sikap seseorang atau suatu sikap produsen kepada konsumen¹³. Menurut Lukman yang dikutip oleh Ni Nyoman Yuliana menyatakan bahwa, pelayanan adalah kegiatan-kegiatan tidak jelas, namun dalam pelayanan mementingkan kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan pemakai industry dan tidak terikat pada penjualan suatu produk atau pelayanan lainya¹⁴. Menurut Kotler yang dikutip oleh Wulan kualitas pelayanan adalah suatu totalitas kemampuan yang berbentuk barang atau jasa. Hal tersebut bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi¹⁵. Dari beberapa teori tersebut menunjukkan bahwa, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan tersebut bertujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

3. Strategi Diferensiasi Pelayanan

Menurut Kotler yang dikutip oleh Devi Mariyana menyatakan bahwa, diferensiasi pelayanan adalah

¹³ H. Amin Ibrahim, "Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya", (Bandung : CV Mandar Maju, 2008), hal 117

¹⁴ Ni Nyoman Yuliarmin dan Putu Riyasa, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar", *Buletin Studi Ekonomi*, (Vol 12, No 1, Tahun 2007), hal 15

¹⁵ Omega Wulan, Frederik G, dan Djurwati Soepeno, "Analisis Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)" *JOM FISIP*, (Vol 2, No 2), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Hal 5

suatu variable yang digunakan ketika produk fisik sulit dibedakan oleh pelanggan, dengan begitu maka akan dapat membedakan pelayanan kepada konsumen. Dalam diferensiasi pelayanan, penambahan nilai pelayanan, akan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan juga akan menentukan persepsi konsumen dan kepuasan para konsumen¹⁶.

Strategi diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk pemberian jasa pelayanan kepada para jamaah dimana pelayanan tersebut berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh pesaing. Dengan adanya pelayanan yang berbeda maupun unik, maka para jamaah akan merasa puas dan merasa nyaman kepada PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Strategi diferensiasi pelayanan ialah sesuatu wujud pemberian jasa pelayanan kepada para jamaah dimana pelayanan tersebut berbeda dengan pelayanan yang diberikan oleh pesaing. Dengan terdapatnya pelayanan yang berbeda ataupun unik, hingga para jamaah hendak merasa puas serta merasa aman kepada PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Strategi diferensiasi pelayanan dalam penelitian ini merupakan suatu upaya PT. Mina Wisata Islami Surabaya buat menghasilkan sesuatu pelayanan yang berbeda dengan pelayanan pesaing. Perihal tersebut dicoba dengan tujuan biar jamaah hendak loyal terhadap PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Tidak hanya itu pula bertujuan biar menimbulkan persepsi khas serta berarti. Peneliti hendak mempelajari

¹⁶ Defi Mariyana, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Toko Buku Zafana) Metropolitan City Pekanbaru”, *JOM FISIP*, (Vol 4, No 2, Tahun 2017), Hal 3

gimana pelaksanaan strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya serta apa saja hambatan ataupun hambatan yang dialami oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya dalam mempraktikkan strategi diferensiasi pelayanan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan dalam penyusunan skripsi. Dalam sistematika ulasan, periset menyajikan informasi dalam wujud bab ulasan. Dalam tiap- tiap bab ada sub bab. Pada tiap sub bab menarangkan pokok bahasan. Periset mengurai dalam 5 bab, antara lain :

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini, periset mangulas tentang latar balik riset. latar balik riset bertujuan buat supaya pembaca mengenali iktikad riset ini. Tidak hanya dengan latar balik periset pula mangulas rumusan permasalahan, tujuan, khasiat riset, definisi konsep serta sistematika ulasan.

BAB II : Kajian Teori

Pada bab ini periset mangulas tentang teori yang berkaitan dengan focus riset. Periset pula mangulas menimpa riset terdahulu yang relevan, dengan dasar riset terdahulu yang relevan bisa menyertakan landasan ilmiah. Pada bab ini pula mangulas tentang landasan teori.

BAB III : Metodologi Penelitian

Pada bab ini periset mangulas tentang metode serta tata cara yang dicoba dalam riset ini. Bab ini berisi tentang tipe serta pendekatan riset, tahap- tahap riset, tipe serta sumber informasi. Dalam bab ini periset wajib membagikan cerminan secara utuh biar bisa menanggapi rumusan permasalahan yang terdapat dalam riset ini.

BAB IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini, periset menguraikan menimpa cerminan universal objek riset. cerminan universal berisi tentang sejarah objek yang diteliti, serta profit dari objek yang diteliti. Tidak hanya itu, bab ini pula berisi tentang penyajian informasi. Penyajian informasi disini diperoleh dari hasil wawancara para pegawai pada objek riset. Periset pula mendapatkan informasi dari lapangan. Periset menguraikan tentang ulasan. Ulasan tentang riset dijadikan buat menanggapi rumusan permasalahan yang telah dirancang diawal.

BAB V : Penutup

Bab ini ialah bab terakhir dalam ulasan. Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil riset. perihal tersebut hendak menanggapi rumusan dari permasalahan. Tidak hanya itu, pada bab ini pula ada anjuran.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kerangka Teoritik

1) Strategi

Strategi merupakan taktik atau siasat. Menurut Pupuh dan Sobri yang dikutip pada jurnal forum social menyatakan bahwa strategi merupakan trik, taktik ataupun cara untuk bertindak sesuai dengana pa yang sudah direncanakan guna untuk mencapai tujuan¹⁷. Menurut Kenneth R. Andrews yang dikutip oleh Abdul Manap menyatakan bahwa, strategi adalah rencana yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan sasaran dan perencanaan untuk mencapai suatu tujuan¹⁸. Menurut Leonardus Saiman menyatakan bahwa Strategi merupakan Langkah-langkah yang dibuat oleh perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Langkah tersebut ada yang dijadikan sulit, tetapi Langkah tersebut juga ada yang dijadikan mudah¹⁹.

Strategi dapat diartikan sebagai. Suatu rencana berskala besar dan berorientasi pada jangka waktu yang Panjang. Suatu strategi merupakan rencana maupun taktik yang dibuat oleh perusahaan. Strategi mencerminkan dimana perusahaan tersebut

¹⁷ Ikbal Barlian, "Begitu Pentingnya Strategi Belajar Mengajar Bagi Guru", Jurnal Forum Sosial, (Vol 6, No 01, Tahun 2013), Hal 242

¹⁸ Abdul Manap, Revolusi Manajemen Pemasaran, 2016 (Jakarta: Mitra Wacana Mediaa), Hal 89

¹⁹ Leonardus Saiman, Kewirausahaan, (Jakarta : Selemba Empat, Edisi 2, 2012), Hal 223

berkompetisi, siapa yang akan dilawan dalam kompetisi tersebut, dan bertujuan untuk apa kompetisi tersebut²⁰.

2) Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang paling penting dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. menurut Kotler yang dikutip dalam jurnal Ilmu Riset dan manajemen pelayanan adalah setiap tindakan atau setiap suatu kegiatan yang ditawarkan kepada satu pihak kepada pihak lainya. Hal tersebut pada dasarnya tidak mengakibatkan kepimilikan apapun²¹.

Menurut Wyckof yang dikutip oleh fandy Tjiptono menyatakan bahwa, pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diciptakan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen²². Pada dasarnya, pelayanan merupakan suatu upaya untuk memenuhi apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu, ketepatan dalam hal penyampaian guna untuk mengimbangi apa yang diharapkan oleh konsumen.

b. Manfaat pelayanan

Adapun manfaat pelayanan adalah²³ :

1. Mendapatkan kualitas produk maupun jasa yang baik dan unggul

²⁰ Jhon A. Pearce II, Recharad B. Robincon, JR, Manajemen Strategi, (Jakarta:Selemba Empat , 2014), Hal 4

²¹ Bayu Sutriana Aria Sejati, Yahya, “Pengaruh Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Starbucks”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Vol 3, No, 5, Tahun 2016), Hal 4

²² Fandi Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Malang : Bayu Media, 2005) Hal 260

²³ Nurulita Firtia, “Tingkat Kepuasan Muzakki Terhadap Pelayanan Jasa Lembaga Amil Zakat (Studi Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat Jakarta), Hal 39

2. Menciptakan rasa nyaman bagi para konsumen dan orang-orang lain yang berkepentingan
 3. Menjadikan rasa puas bagi para konsumen dan orang-orang lain yang berkepentingan. Sehingga, meminimalisir sikap emosional mereka.
- c. Ciri-ciri pelayanan**

Menurut Gronroos yang dikutip oleh Nurulita Fitria menyatakan bahwa, ada enam ciri-ciri pelayanan yang baik. Diantaranya adalah²⁴ :

1. Professional and skills
Konsumen percaya bahwa pegawai memiliki kemampuan maupun ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan suatu masalah secara professional.
2. Attitude and behavior
Konsumen merasa bahwa pegawai memiliki kemampuan atupun ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah secara spontan dan juga ramah.
3. Accesbility and flexibility.
Konsumen merasa bahwa pegawai mempunyai system yang dirancang sedemikian rupa. Sehingga konsumen bisa mengakses jasa tersebut dengan mudah. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan supaya dapat memenuhi permintaan dan keinginan konsumen.
4. Reability and trustworthiness
Konsumen memahami apa yang terjadidan apa yang telah disepakati. Pegawai melakukan pelayanan sesuai dengan janji dan mengutamakan kepentingan konsumen.
5. Recovery

²⁴ Nurulita Firtia, "Tingkat Kepuasan Muzakki Terhadap Pelayanan Jasa Lembaga Amil Zakat (Studi Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat Jakarta), Hal 261

Konsumen memahami apabila terjadi sesuatu atau kendala yang tidak diharapkan diluar prediksi. Tetapi, pegawai akan berusaha mengambil Tindakan dan mencari solusi yang tepat.

6. Reputation and credibility

Konsumen menyadari bahwa pegawai pegawai sudah dapat dipercaya maka layak untuk diberikan imbalan yang sepadan sesuai dengan apa yang sudah dibayarkan oleh konsumen.

d. Dimensi pelayanan

1. Reabilitas (Reability)

ialah keahlian sesuatu industri buat membagikan pelayanan. Pelayanan tersebut wajib cocok dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan tersebut berupa kecepatan, ketepatan waktu, sikap simpatik dll.

2. Responsive (Responsiveness)

ialah kemauan ataupun pemahaman berperan secara kilat buat menolong tamu serta membagikan pelayanan yang tepat waktu.

3. Kepastian atau jaminan (Assurance)

Sopan santun, pengetahuan, dan kepercayaan diri para pegawai. Kepastian jaminan ini berkenaan dengan memberikan pelayanan yang sopan dan memiliki sikap respek terhadap konsumen

4. Empati (Empathy)

ialah membagikan atensi kepada seluruh orang secara spesial. Empati ini berkenaan dengan keahlian buat melaksanakan pendekatan kepada konsumen, membagikan proteksi kepada konsumen, usaha buat paham apa kemauan serta kebutuhan konsumen. Serta mengenali apa yang dialami oleh konsumen.

5. Nyata (Tangible)

ialah suatu perihal yang terlihat serta yang nyata. Hal ini berkenaan dengan penampilan pegawai dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya. Fasilitas tersebut berupa peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelayanan²⁵.

3) Strategi Diferensiasi

a. Pengertian strategi diferensiasi

Strategi diferensiasi merupakan sesuatu rencana yang menghasilkan produk ataupun jasa yang unik serta pula berbeda dengan pesaing. Keunikan inilah yang akan menarik perhatian konsumen. Ketika menciptakan suatu produk atau jasa harus melihat konsumen. Ada beberapa kesalahan yang sering kali dibuat oleh produsen. Ketika menciptakan produk atau jasa tidak melihat apa yang dibutuhkan konsumen. Produk ataupun jasa tersebut yang ditawarkan pula tidak bertabiat unik sebab nyaris sama dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Industri wajib menghasilkan produk ataupun jasa yang unik supaya keunikan tersebut jadi sorotan konsumen. Dengan adanya keunikan tersebut, maka perusahaan dapat menerapkan harga lebih atau menerapkan harga yang berbeda dari pesaing²⁶.

Di dalam strategi diferensiasi, pelanggan merupakan penilai keunikan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh industri. Menurut Maya Sari, strategi diferensiasi merupakan sesuatu strategi yang menghasilkan produk

²⁵ Omega Wulan Wilar dan Frederik G Worang dan Djurwati Soepeno, "Analisis Strategi Diferensiasi produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Bank Central Asia. TBK. Kantor Cabang Utama Manado", *Jurnal EMBA*, (Vol 5, No 3, Tahun 2017), Hal 38

²⁶ Ria Setiarini, "Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung", *Jurnal Bina Ekonomi*, (Vol 1, No 1, tahun 2016), Hal 51

ataupun jasa yang unik dari pada pesaing. Ada pula prinsip strategi diferensiasi merupakan mengutamakan pelanggan serta tingkatan persepsi pembeli pada keunggulan mutu, desain produk, bahan, citra serta pelayanan²⁷.

Bagi Trout yang dilansir Goni melaporkan kalau, diferensiasi berperan buat berikan alibi kepada konsumen buat memilah sesuatu produk ataupun jasa yang ditawarkan industri dari pada produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh pesaing.²⁸

b. Jenis Strategi Diferensiasi

Michael Porter dalam Thompson serta Strickland, yang dilansir oleh Endah Praptri Lestari dalam Bunga Ayu Valiandri Melaporkan, kalau bermacam industri banyak yang memakai 5 strategi generic. Dalam 5 strategi tersebut, Michael Porter mangulas 2 jenis strategi diferensiasi, antara lain²⁹ :

1. A Broad Differentiation Strategy

Strategi ini merupakan menawarkan perbandingan ataupun keunikan sesuatu produk ataupun jasa dari pada penawaran pesaing. Strategi ini diterapkan pada segmen pasar yang lebih luas. Industri butuh menekuni apa saja yang diperlukan oleh konsumen buat mempraktikkan strategi ini. Strategi diferensiasi ini hendak sukses bila

²⁷ Maya Sari, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (Studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru)”, *Jom Fisip*, (Vol 3, No 1, Tahun 2016), Hal 4

²⁸ Roy Goni, 2007, “*PLAYING TO WIN: langkah-langkah cerdas di tengah gejala persaingan Copycat Economy*”, Jakarta: Ikrar Mandiriabadi, Hal 319

²⁹ Bunga Ayu Valiandri, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta”, *Skripsi*, Fakultas Dahwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, Hal 14

para konsumen menyangka produk ataupun jasa memiliki value, sanggup penuhi segala kebutuhan tiap-tiap konsumen, serta pergantian teknologi data yang dapat dimanfaatkan buat kemajuan industri

2. *A Focused Differentiation Strategy*

Strategi ini merupakan menawarkan perbandingan ataupun keunikan sesuatu produk ataupun jasa dari pada pesaing. Strategi ini diterapkan pada segmen pasar yang lebih kecil. Dalam pelaksanaan strategi ini, industri melayani kebutuhan segmen pasar tertentu. Perihal ini dikira sanggup menciptakan keuntungan yang besar serta efektif dari pada pesaing.

c. **Syarat Strategi Diferensiasi**

Industri butuh mencermati arah diferensiasi. Perihal tersebut dicoba dengan tujuan biar diferensiasi yang diciptakan sanggup menciptakan diferensiasi yang kuat. Bagi Kartajaya yang dilansir oleh Gerry Doni, Diferensiasi memiliki 3 ketentuan, ialah³⁰:

1. Diferensiasi wajib sanggup menciptakan *excellent Value* pada konsumen. Suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen harus mempunyai makna.
 2. Diferensiasi memiliki keunggulan yang ditonjolkan dari pada pesaing. suatu produk maupun jasa yang diciptakan oleh perusahaan harus mampu menjadi produk yang unggul bagi konsumen.
 3. Diferensiasi memiliki keunikan tertentu, sehingga tidak gampang ditiru oleh pesaing.
- ### 4) **Strategi Diferensi Pelayanan**

Strategi diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk pelayanan kepada pelanggan yang berbeda

³⁰ Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh, “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian di Rumah Kopu Coffe Island”, *Jurnal EMBA*, (Vol 4, No 1, Tahun 2016), Hal 462

dengan pesaing. Menurut Peneliti Mahaja yang dikutip oleh Onong uchiana Effendy menyatakan bahwa kemampuan keahlian sumber energi manusia ataupun teknologi yang sediakan jasa pelayanan yang berbeda dari pesaing³¹. Menurut Tjipto yang dikutip oleh Ian Antonius Ong mengatakan bahwa strategi diferensiasi pelayanan merupakan mewujudkan kreativitas yang tinggi mengenai sebuah pelayanan. Strategi diferensiasi pelayanan juga meningkatkan keramahan terhadap konsumen dan berwawasan yang luas. Sehingga konsumen merasa sangat puas dengan jasa pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan³².

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip pada jurnal e-proceeding of management bahwa dasar diferensiasi pelayanan utama adalah³³:

- a. Kemudahan pemesanan
Hal ini berkenaan dengan seberapa mudah konsumen melakukan pemesanan ke perusahaan. Konsumen bahkan bisa memesan tanpa harus datang ke perusahaan.
- b. Pengiriman
Mengacu pada seberapa baik produk maupun jasa yang diterima oleh konsumen. Hal ini berkenaan dengan perhatian pegawai kepada konsumen saat pengiriman, kecepatan pengiriman dan ketepatan pengiriman.
- c. Konsultasi pelanggan

³¹ Onong Uchiana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Ce ke 4, Hal 32

³² Ian Antonius Ong Dan Drs. Sugiono Sugiharto, “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (Vol 1, No 2, Tahun 2013), Hal 3

³³ Hanifah Hasnah Riny, Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan KonsumenAuto 2000 Karanwang”, e-proceeding of Management, (Vol 6, No 2, tahun 2019), Hal 4157

Konsultasi ini mengacu pada pelayanan yang diberikan kepada konsumen berupa pemberian informasi

d. Miscellaneous Service.

Perusahaan dapat menemukan cara lain untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada konsumen. Seperti menawarkan untuk diantar barangnya kepada konsumen³⁴.

3. Prespektif Islam

Strategi Diferensiasi Pelayanan Dalam Prespektif Islam.

Sesuatu industri butuh memiliki tujuan yang mau dicapai. Buat menggapai tujuan, industri memiliki metode ataupun kekuatan yang digunakan buat bersaing dengan pesaing. Metode industri buat bersaing diharapkan berbeda dengan yang lain. Perihal tersebut digunakan buat menghasilkan persaingan yang baik. Cocok dengan firman Allah dalam Pesan Al- Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللّٰهُ جَمِيعًا ۚ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala Sesuatu”³⁵.

³⁴ Djoko Lesmana Radji, “Penerapan Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas Pelanggan”, Jurnal INNOVASI, (Vol 6, No 4, Tahun 2009), Hal 78

³⁵ Al-Jumanatul ‘Ali (Al-Qur’an dan Terjemahannya), (J-Art 2004), Hal 148

Ayat tersebut menjelaskan kalau tiap umat memiliki kiblat. Perihal yang demikian itu ialah perihal yang normal. Perihal terutama merupakan beriman kepada Allah dengan metode mematuhi perintahnya serta menghindari larangannya. Allah memerintahkan kepada umat islam buat menghadap kiblat Kala sholat. Umat islam tidak butuh mananggapi fitnah ataupun cemooh dari orang lain. Umat islam sebaiknya bekerja lebih aktif, beramal, bertaubat serta berlomba- lomba dalam kebajikan.³⁶

Ayat tersebut menarangkan kalau, perbandingan kiblat diibaratkan bagaikan strategi suatu lembaga ataupun industri. Lembaga maupun industri butuh memiliki perbandingan ataupun keunikan lebih dari pesaing. Di masa globalisasi semacam saat ini ini, persaingan lembaga ataupun industri terus menjadi ketat buat mempunyai keunggulan kompetitif ataupun keunggulan bersaing. Bagi Nurcahyati serta Imam Gozali berkata kalau keunggulan kompetitif tercapai Kala suatu organisasi bisa menciptakan nilai lewat produk ataupun jasa yang diberikan kepada konsumen. Tidak hanya itu biasa penciptaan nilai pula lebih rendah dari pada yang diberikan kepada konsumen.³⁷

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Riset terdahulu digunakan bagaikan acuan penulis dalam melaksanakan riset. penulis hendak memeperkarya teori yang digunakan dalam mengkaji

³⁶ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Tafsirnya, (Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 2011), Hal 227-228

³⁷ Nurcahyati dan Imam Gozali, "Penerapan Model Strategi Keunggulan Bersaing Berorientasi Lingkungan Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Semarang" *Serat- Jurnal Ilmiah, UNTAG Semarang*, Hal 35

riset yang hendak dicoba. Berikut merupakan riset terdahulu yang berasal dari harian ataupun postingan :

1. Penelitian dilakukan oleh Hannry Ronaldo Tampi tentang “*Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi layanan, Dan Diferensiasi Citra terhadap Keunggulan bersaing Dan Kinerja Pemasaran*”. Penelitian tersebut menunjukkan “Pengaruh diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing itu tidak signifikan. Jadi meningkatnya atau menurunnya keunggulan bersaing tidak disebabkan karena adanya diferensiasi layanan”³⁸. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang diferensiasi pelayanan. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penulis yaitu metode penelitiannya. Peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimensi yang diteliti oleh penulis dengan penelitian tersebut juga berbeda. Penulis menggunakan dimensi layanan sedangkan penulis menggunakan dimensi produk, layanan, dan citra.
2. Penelitian dilakukan oleh Wulandari Afrima Linda dan Meyzi Heriyanto tentang “*Pengaruh Strategi Diferensiasi pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Industri Jasa Perhotelan*”. Penelitian tersebut menunjukkan “Sebagian konsumen memberikan tanggapan baik mengenai diferensiasi pelayanan sehingga diferensiasi pelayanan dapat diterapkan. Jadi, diferensiasi pelayanan sudah bisa diterapkan pada hotel

³⁸ Nicky Hannry Ronaldo Tampi, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan, Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kerja Pemasaran”, *Jurnal EMBA*, (Vol 3, No 4, Tahun 2015), Hal 77

tersebut”³⁹. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang diferensiasi pelayanan. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penulis yaitu metode penelitiannya. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif

3. Penelitian dilakukan oleh Enong Muiz dan Sunarta tentang “*Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan*”. Penelitian ini terdapat di *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Penelitian tersebut menunjukkan “Ada hubungan positif antara diferensiasi dengan kinerja perusahaan. Ada hubungan positif antara strategi diferensiasi dengan kinerja perusahaan. Strategi diferensiasi sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan”⁴⁰. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang penerapan strategi diferensiasi terhadap lembaga atau perusahaan. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penulis yaitu dimensi dari strategi diferensiasi. Peneliti tersebut menggunakan semua dimensi yang ada disstrategi disferensiasi sedangkan penulis hanya menggunakan dimensi pelayanan. Perbedaan selanjutnya yaitu metode penelitiannya. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan peneliti tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif.

³⁹ Wulandari Afrima Linda dan Meyzi Heriyanto, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Industri Jasa Perhotelan”, *Jurnal Jom FISIP*, (Vol 4, No 1, Tahun 2017), Hal 55

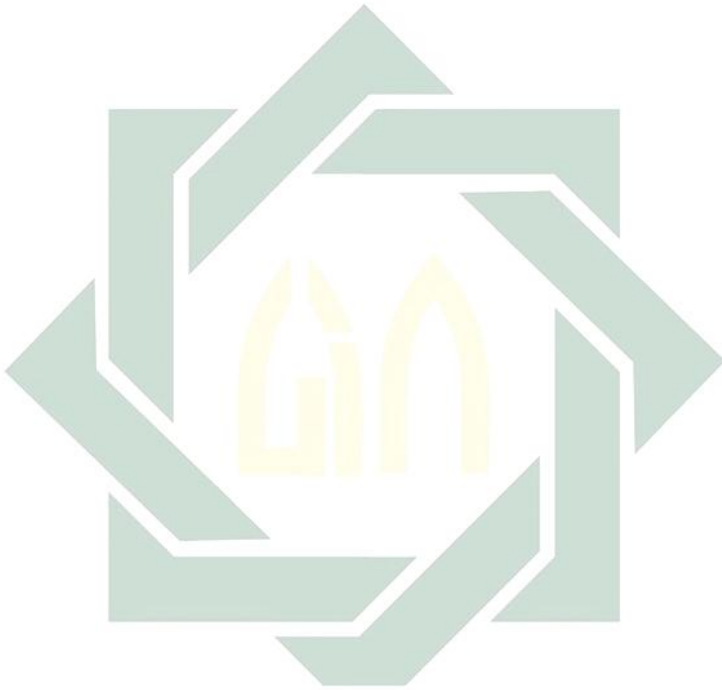
⁴⁰ Enong Muiz dan Sunarta, “Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh Terhadap Perusahaan”, *Jurnal Ekonomi dan Bismis Manajemen*, (Vol 8, No 1, Tahun 2018), Hal 60

4. Penelitian dilakukan oleh Shieni tentang “*Strategi Diferensiasi Pada PT Matahari Departemen Store TBK*”. Penelitian ini terdapat di *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kwirausahaan*. Penelitian tersebut menunjukkan “Strategi diferensiasi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut dapat membedakan dirinya dengan pesaing. Setiap dimensi strategi diferensiasi yang diterapkan di perusahaan tersebut dapat menciptakan keunggulan dan keunikan masing-masing”⁴¹. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penulis yaitu peneliti tersebut menggunakan semua dimensi sedangkan penulis hanya menggunakan dimensi pelayanan. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan selanjutnya yaitu peneliti tersebut dan penulis juga sama-sama menerapkan strategi diferensiasi pada perusahaan atau organisasi.
5. Penelitian dilakukan oleh M. Azwar tentang “*Analisis Strategi Diferensiasi (Kasus Produk Telkom Speedy di Plasa Pekanbaru)*”. Penelitian ini terdapat di *Jurnal Jom FISIP*. Penelitian tersebut menunjukkan “Penerapan strategi diferensiasi yang dilakukan di Plasa Telkom Pekanbaru mampu membuat pelanggan menjadi loyal. Plasa Telkom pekanbaru memberikan kesan keunikan terhadap produk yang mereka pasarkan. Sehingga Penerapan strategi diferensiasi di Plasa Telkom Pekanbaru juga menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut”⁴². Penelitian tersebut

⁴¹ Shieni, “Strategi Diferensiasi Pada PT Matahari Departemen Store TBK”, *Jurnal Manajemen Dan Kwirausahaan*, (Vol 3, No 1), Hal 40

⁴² M. Azwar, “Analisis Strategi Diferensiasi (Kasus Produk Telkom Speedy di Plasa Pekanbaru)”, *Jurnal Jom FISIP*, (Vol 3, No 2), Hal 45

memiliki persamaan dengan penulis yaitu sama-sama menerapkan teori strategi diferensiasi di sebuah perusahaan atau organisasi. Persamaan selanjutnya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penulis yaitu dimensi dari strategi diferensiasi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan

Penelitian ialah sesuatu proses aktivitas buat menyelidiki permasalahan tertentu. Penelitian ialah sesuatu aktivitas yang dicoba secara terorganisir serta sistematis. Aktivitas tersebut digunakan buat menemukan jawaban ataupun uraian yang lebih mendalam atas sesuatu permasalahan yang mau diteliti. Kaidah dari penelitian merupakan tata cara. Bagi Tanjung serta Devi tata cara ialah sesuatu kerangka kerja buat melaksanakan sesuatu aksi ataupun sesuatu kerangka berfikir⁴³. Ada satu tipe pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah penelitian kualitatif.

Peneliti memakai tata cara penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah sesuatu penelitian yang digunakan buat mendiskripsikan serta menganalisa. Penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk menganalisa suatu fenomena yang ada lingkungan objek yang diteliti. Tidak hanya digunakan untuk menganalisa fenomena melainkan juga digunakan untuk menganalisis kegiatan social, perilaku, keyakinan, anggapan serta pemikiran orang yang terdapat disekitarnya secara orang ataupun kelompok. Penelitian kualitatif juga menitik beratkan pada gambaran lengkap mengenai sebuah fenomena yang sedang diteliti. Menurut Sukmadinata penelitian kualitatif itu bersifat induktif. Peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan itu muncul secara terbuka untuk interpretasi. Adapun tujuan dari

⁴³ Hendri Tanjung dan Abrista devi, *Metodologi penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gramata Publishing, 2013), hal 73

penelitian kualitatif ini adalah penulis ingin memahami lebih mendalam mengenai objek yang diteliti⁴⁴.

b. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memakai jenis penelitian pendekatan kualitatif descriptive. Pendekatan kualitatif descriptive ialah menganalisa serta menyajikan kenyataan secara sistematis. Perihal tersebut dicoba dengan tujuan supaya mudah difahami serta dijabarkan⁴⁵. Sumardi dilansir oleh Nuri Ulwati berkata, riset deskriptif ialah cerminan menimpa suasana ataupun kejadian- kejadian. Mencari data factual menimpa watak populasi ataupun wilayah tertentu, justifikasi kondisi, dan membuat penilaian, sehingga mendapatkan cerminan yang jelas⁴⁶.

Dengan begitu, peneliti menggambarkan serta menguraikan pelaksanaan strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Penelitian kualitatif menekankan mutu serta kesesuaian informasi dengan tujuan penelitian, bukan mutu informasi yang diperoleh. Buat mengenali kondisi yang sesungguhnya, peneliti mempunyai kedudukan berarti. Keahlian serta kapasitas peneliti memastikan hasil penelitian buat mendapatkan informasi serta mencernanya. Peneliti memakai pendekatan deskriptif buat bisa mengenali cerminan

⁴⁴ Pinton Setya Mustofa, dll, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*, (Program Studi Pendidikan Olahraga Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang, 2020), Hal 71

⁴⁵ Saefuddin Azwar, 2003, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hal 3

⁴⁶ Nuri Ulwati, *Manajemen Pengawasan Sumber Daya Manusia Rumah Yatim di Bandar Lampung*, Skripsi, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi: Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung, 2017), Hal 8

nyata tentang strategi diferensiasi pelayanan yang terdapat di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, pobjek penelitian terletak di kantor PT. Mina Wisata Islami Jalan RA Kartini Nomor. 123 E Surabaya, Ruko Lotus Regency Blok D- 8 Jalan. Ketintang Baru Selatan 1 Nomor 52 Surabaya, Royal Plaza Lt. UG F3/ 11 Suarabaya, serta di Tunjungan Plaza 2 Lantai 3 Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data

Buat keakuratan informasi penelitian ini digali dari sebagian tipe serta sumber informasi, antara lain:

1) Jenis Data

Jenis informasi ialah sumber informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jenis informasi dipecah jadi 2, ialah informasi primer serta dara sekunder. Penjelasannya antara lain bagaikan berikut:

a. Data Primer

Data primer ialah informasi utama yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Informasi tersebut dicatat serta diamati awal kalinya. Informasi tersebut ialah bahan utama dalam proses riset⁴⁷. Informasi ini didapat lewat proses wawancara secara langsung kepada objek.

Objek merupakan sumber informasi yang dicari oleh peneliti. Ada pula sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Pegawai di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Peneliti memakai Metode wawancara secara langsung dengan menghadiri kantor PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

⁴⁷ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE UII, 2002), Hal 55.

Peneliti memakai informasi primer, sebab peneliti mau menemukan data secara langsung serta menggali tentang strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya secara langsung serta akurat. Periset menggali informasi pada tempat penelitian dengan wawancara, observasi, dokumentasi.

Data primer yang digali oleh peneliti yaitu apa saja strategi diferensiasi yang ada di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Bagaimana jenis strategi diferensiasi yang terdapat di PT. Mina Wisata Islami Surabaya serta apakah strategi diferensiasi yang terdapat di PT. Mina Wisata Islami Surabaya telahenuhi syarat- syarat strategi diferensiasi. Tidak hanya itu, peneliti pula menggali informasi primer menimpa strategi diferensiasi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Perihal tersebut berkenaan dengan apakah terdapat hambatan yang dialami Kala mempraktikkan strategi diferensiasi pelayanan, gimana metode menanggulangi hambatan tersebut serta apakah strategi diferensiasi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya bisa berjalan secara efisien ataupun efektif.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah informasi yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan informasi yang sudah ada sebelumnya sehingga penulis hanya mencari dan mengumpulkannya⁴⁸. Data sekunder bisa didapat dari sumber lain yang berkaitan dengan objek. Data sekunder bisa didapat melalui dokumentasi atau data laporan organisasi. Peneliti mendapat informasi dari berbagai dokumtasi. Dokumentasi tersebut berupa foto-

⁴⁸ Jonathan Sarwon, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal 124.

foto kegiatan yang dilakukan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Peneliti juga mendapat data-data sekunder dari website PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Data sekunder lainnya yang didapatkan oleh peneliti yaitu berupa katalog dan brosur.

Peneliti memakai data sekunder untuk mendukung dalam penggalan informasi pada pelaksanaan strategi diferensiasi. Data sekunder digunakan untuk menguatkan temuan serta memenuhi data yang sudah dikumpulkan lewat suatu wawancara langsung kepada pegawai di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Data sekunder yang dicari oleh peneliti yaitu SOP (Standart Operasional Prosedur) yang digunakan dalam menerapkan strategi diferensiasi pelayanan PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Peneliti juga memakai brosur sekaligus katalog untuk melengkapi informasi tentang strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

2) Sumber Data

Sumber informasi ialah subjek asal yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi. Peneliti pula hendak gampang mengenali sumber informasi lewat subjek asal tersebut. Peneliti memakai rumusan 3P dalam mengumpulkan sumber informasi ialah:⁴⁹

a. Person (Orang)

Person merupakan seseorang yang diwawancarai atau seseorang yang diberi pertanyaan oleh peneliti mengenai apa yang akan diteliti. Seseorang ini pula tercantum orang yang jadi sumber data untuk peneliti. Dalam penelitian ini yang diartikan oleh person adalah seluruh narasumber dari penelitian tentang strategi

⁴⁹ Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), Hal 24

diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

b. Paper (Kertas)

Paper merupakan seluruh dokumen yang merupakan sumber tidak langsung dari objek yang diteliti. Paper ini berguna agar peneliti dapat membaca atau mempelajari apa saja yang berhubungan dengan sesuatu yang diteliti. Dalam penelitian ini paper disini bisa berupa dokumen-dokumen, dan brosur. Dokumen-dokumen disini juga bisa berupa sejarah, profil, SOP (Standart Operasional Prosedur).

c. Place (Tempat)

Tempat disini berarti tempat berlangsungnya aktivitas yang berhubungan dengan focus penelitian. Dalam penelitian ini tempat yang digunakan merupakan kantor PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Sebuah penelitian diperlukan beberapa tahapan. Tahapan tersebut harus terstruktur agar memperoleh data yang sistematis. Adapun tahapan-tahapan dalam penelitian adalah :

a. **Tahap Pra-lapangan**

Suatu penelitian dibutuhkan sebagian tahapan. Tahapan tersebut wajib terstruktur supaya mendapatkan informasi yang sistematis. Ada pula tahapan- tahapan dalam penelitiann merupakan:

1. Menyusun Perencanaan Penelitian

Menyusun perencanaan penelitian. pada sesi ini peneliti sanggup menguasai latar balik perkaranya kenapa melaksanakan penelitian tersebut. Kasus tersebut timbul sebab terdapatnya strategi diferensiasi pelayanan PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya lebih unggul dibanding

pesaing. Dalam menyusun perencanaan penelitian, penulis butuh melaksanakan persiapan diri yang pas. Saat sebelum melaksanakan penelitian, peneliti butuh mempersiapkan mental, etika, serta raga.

Rancangan penelitiannya berisi tentang: latar belakang permasalahan, kajian kepustakaan yang menciptakan pokok-pokok (kesesuaian paradigma, rumusan permasalahan, kerangka teoritik), pemilihan lapangan penelitian, penentuan agenda penelitian, pemilihan perlengkapan penelitian, rancangan pengumpulan informasi, rancangan prosedur analisis informasi, rancangan peralatan, serta lain-lain.⁵⁰

2. Memilih Lapangan Penelitian

Saat sebelum mengajukan judul, peneliti memilih lapangan penelitian terlebih dulu. Peneliti mencari informasi ataupun data lewat sebagian metode, setelah itu ditarik buat dijadikan objek riset⁵¹. Dalam perihal ini penulis mengambil penelitian di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

Saat sebelum penelitian menetapkan lapangan penelitian atau penelitian, peneliti mempertimbangkan kesesuaian dan kenyataan yang berada di lapangan penelitian. Peneliti menggali informasi untuk menentukan objek penelitian yang pasti. Peneliti menemukan masalah yang ada dan menetapkan sebagai objek penelitian.

3. Mengurus surat izin

Setelah memilih lapangan penelitian, peneliti meminta izin kepada kampus. Periset butuh mengenali

⁵⁰ Mulyadi, Mohammad. *Metode Penelitian Praktis Kualitatif & Kuantitatif*. (Jakarta : Publica Press, 2016), Hal 79.

⁵¹ Putra, Nusa. *Penelitian Kualitatif IPS*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2013), Hal 94.

siapa yang berkuasa serta berwenang buat membagikan izin riset skripsi⁵². Perihal tersebut telah jadi prosedur yang diresmikan oleh Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Untuk memperoleh sesuatu cerminan tentang strategi diferensiasi pelayanan yang terdapat di PT. Mina Wisata Islami Surabaya, peneliti melaksanakan peninjauan serta evaluasi lapangan. perihal tersebut dicoba oleh peneliti dengan tujuan supaya ketika peneliti sedang melakukan penelitian akan seirama dengan informan. Peneliti akan memepertanyakan pertanyaan wawancara kepada informan sehingga dapat dianggap dapat terjun langsung ke lapangan. dengan adanya peninjauan dan menilai keadaan lapangan, peneliti bisa menilai situasi, keadaan, konsidi objek penelitian.

4. Menentukan sumber informan

Buat memperoleh hasil yang akurat, peneliti butuh memastikan ataupun melaksanakan pemilihan informan. Hal tersebut dilakukan oleh peneliti supaya peneliti bisa mengetahui mana informan yang benar-benar faham mengenai PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

5. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti tidak cuma mempersiapkan perlengkapan. peneliti pula mempersiapkan alat- alat buat peneliitian ialah seperangkat perlengkapan tulis, serta perlengkapan perekam buat mengumpulkan informasi⁵³. Peneliti menggunakan perlengkapan seperti alat tulis, laptop,

⁵² Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2008), Hal 103

⁵³ Salim, Syahrums. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, Cet ke-6, 2015), Hal 91

smartphone, dan buku sebagai alat penggalian data pada PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

b. Tahap Pekerja Lapangan

Buat melaksanakan sesi lapangan, peneliti memakai sebagian langkah tahapan. Ada pula sesi pekerja lapangan antara lain:

1. Memahami latar belakang penelitian dan mempersiapkan diri

Bila peneliti menggunakan serta berfungsi hingga sebaiknya ikatan akrab antara objek serta peneliti bisa dibina dengan bekerja sama serta bertukar benak sebaik bisa jadi⁵⁴. Pada tahap ini, peneliti memperhatikan penampilan dan membiasakan penampilan dengan adat kerutinan, tata metode, serta kultur latar yang berlaku di objek riset. Selain itu peneliti juga mengatur sikap. Peneliti bersikap ramah, baik kepada para pegawai maupun jamaah PT. Mina Wisata Islami.

2. Memasuki lapangan

Peneliti mencari informasi serta data menimpa informasi yang dijadikan fokus penelitian. dalam perihal ini, peneliti menjalankan citra positif dengan Lembaga yang hendak diteliti. Peneliti pula menjalankan rasa aman antar satu dengan yang lain. Peneliti butuh menjalankan ikatan akrab, sopan, serta santun kepada segala pihak yang terpaut.

Buat menunjang perihal tersebut, periset pula membutuhkan dokumentasi serta observasi langsung pada PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Suatu ikatan antara peneliti serta objek penelitian butuh dibina. Sehingga

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal 95.

peneliti serta objek penelitian tidak terdapat lagi pembatas antara kedua belah pihak serta silih terbuka⁵⁵.

3. Berperan serta dan mengumpulkan data

Kedudukan peneliti pada posisi objek memanglah wajib dibatasi. Peneliti tidak wajib ikut serta dalam seluruh aktivitas yang dicoba oleh objek riset. Peneliti butuh mengumpulkan serta mencatat informasi yang dibutuhkan buat dianalisa secara intensif⁵⁶. Oleh sebab itu, Peneliti mengumpulkan data- data yang valid serta nyata. Peneliti sudah mengumpulkan data- data yang berkaitan dengan strategi diferensiasi pelayanan yang terdapat di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

4. Penulisan Laporan

Sehabis mengumpulkan data- data dari objek Penelitian, Peneliti melakukan penyusunan laporan. Penyusunan laporan ialah hasil akhir dari terdapatnya Penelitian. Penyusunan laporan hendak dicoba serta disesuaikan dengan prosedur penyusunan laporan riset yang baik. Perihal tersebut dicoba buat menciptakan mutu yang baik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu metode ataupun metode buat mengumpulkan informasi. Dalam riset itu bertujuan buat mendapatkan informasi. Metode pengumpulan informasi itu ialah perihal yang sangat berarti dalam suatu Penelitian. Berikut merupakan teknik- teknik pengumpulan informasi dalam Penelitian ini.

1. Observasi

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Hal 140.

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Hal 102-103

Adler dan Adel berpendapat bahwa observasi merupakan salah satu proses pengumpulan data secara fundamental dalam penelitian kualitatif. Yang menyangkut ilmu-ilmu sosial dan manusia⁵⁷. Observasi adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan tersebut digunakan untuk mengetahui tentang kondisi objek yang ada di lapangan. Peneliti akan mengamati mengenai bagaimana strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Observasi pada Penelitian ini dicoba di posisi kantor PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

2. Wawancara

Sugiyono berpendapat bahwa wawancara merupakan tanya jawab antara informan serta periset. Pada Penelitian ini Peneliti hendak mewawancarai sebagian informan yang betul-betul mengenali tentang PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Dengan terdapatnya wawancara peneliti bisa mendapatkan bermacam data menimpa focus riset⁵⁸. Peneliti mewawancarai pegawai PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Peneliti mewawancarai general manager, relationship manager team Makkah, digital marketing, relationship officer, dan finance PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah tata cara pengumpulan informasi dengan memandang ataupun menganalisis data yang telah terdapat. Data-data tersebut yaitu data yang dibuat

⁵⁷ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi", *Jurnal At Taqaddum*, (Vol 8, No 1, Tahun 2016), Hal 26

⁵⁸ Sugiono, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: Al Fabet , 2018), Hal 114

oleh subjek sendiri⁵⁹. Dokumentasi merupakan data yang didapat oleh peneliti melalui catatan-catatan, brosur, Sop (Strandart Operasional Prosedur), foto-foto yang di upload di Instagram.

F. Teknik Validasi Data

Validasi informasi ialah derajat ketetapan antara informasi yang terjalin pada objek Penelitiann dengan informasi yang bisa dilaporkan oleh Peneliti⁶⁰. Validasi informasi yakni keabsahan sesuatu informasi. Buat menguji ke validan informasi data yang didapat dari tiap-tiap informan, hingga butuh diuji keabsahan informasi. Peneliti memakai metode berikut:

a. Perpanjangan keikutsertaan

Seseorang Peneliti yang memakai tata cara kualitatif butuh mengikutsertakan diri ke lapangan secara langsung. Perihal tersebut ialah kunci keberhasilan. Peneliti mengabdikan di PT. Mina Wisata Islami selama dua bulan yaitu bulan oktober – November 2020.

b. Triangulasi Data

Triangulasi dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya adalah :

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan mengecek kualitas dari sebuah data. Pengecekan tersebut berupa Mengumpulkan data dari beragam sumber. Data tersebut dari berbagai informan dan dari berbagai dokumentasi. Dengan metode berikut maka akan menemukan data yang valid.

2. Triangulasi Teknik

⁵⁹ Heris Hendriyansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Selemba Humanika, 2011), Hal 143

⁶⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hal 363

Triangulasi teknik merupakan menguji kualitas data dengan focus yang sama namun menggunakan berbagai macam teknik yang berbeda-beda.

3. Triangulasi waktu

Pengecekan informasi dicoba dalam wujud wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hendak namun tiap periset memakai waktu yang berbeda-beda dalam wujud pengecekannya⁶¹.

Ada pula langkah-langkah yang ditempuh dalam sesi triangulasi ini bagaikan berikut: Awal, peneliti melaksanakan pengecekan tentang hasil wawancara. Peneliti pula melaksanakan pengecekan dari hasil informasi yang diperoleh dari observasi serta dokumentasi. Kedua, peneliti menulis suatu yang dikatakan informan tentang strategi penetapan harga umroh di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Peneliti menganalisis informasi yang telah terdapat. Apakah informasi tersebut cocok maupun tidak secara teori maupun realitas lapangan. Ketiga, menyamakan komentar informan satu dengan informan yang lain.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis informasi ialah proses mengendalikan urutan informasi. Mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan uraian dasar⁶². Langkah-langkah yang digunakan dalam teknik dalam analisis data adalah sebagai berikut⁶³ :

1. Transkrip

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2018), hal 191

⁶² Lexi, Moleong, *Metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Karya, 2007), Hal 103

⁶³ Lexi, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Karya, 2007), Hal 103

Transkrip merupakan Salinan rekaman suara kedalam bentuk sebuah tulisan. Dengan adanya penyalinan tersebut maka akan mengetahui mana pesan tersurat dan mana pesan tersirat.

2. Coding

Dalam penellitian kualitatif coding ialah kata pendek ataupun frasa yang muat esensi dari sesuatu segmen informasi. Saldana berkata kalau coding dalam riset kualitatif ialah kata pendek yang bertabiat meringkas secara symbol, menangkap esensi dari sesuatu informasi⁶⁴. Baik data itu berbasis visual maupun berbasis Bahasa. Biasanya coding itu menggunakan bahasa yang lebih sedarhana.

3. Kategorisasi

Kategorisasi ialah sesuatu proses kognitif buat mengklasifikasikan objek- objek ataupun sesuatu kejadian kedalam kategori- kategori tertentu yang bermakna⁶⁵. Jadi kategorisasi ialah membedakan gagasan dan benda untuk dimengerti.

4. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan proses mengubah hasil data menjadi sebuah informasi baru. Informasi tersebut akan mudah dibuah kesimpulan. Dengan adanya analisis data maka suatu data tersebut akan mudah difahami dan dimengerti.

⁶⁴ Retno Cahyani, Tina Yunarti, Widyastuti, “Deskripsi Percakapan Kritis Matematis Siswa dalam Pembelajaran Socrates Saintifik”, *Jurnal Pendidikan Matematika Uinila*, (Vol 7, No 2, Tahun 2019), Hal 263

⁶⁵ Tuner J.C dan Giles, *Intergroup Behavoiur*, (Oxford : Basil Blacwell, 1985), Hal 56

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Mina Wista Islmi Surabaya

PT. Mina Wisata Islami merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa di Indonesia. Perusahaan tersebut telah berpengalaman dalam bidang jasanya. PT. Mina Wisata Islami siap melayani jamaah dengan penuh keikhlasan, amanah, mulai dari jamaah belum daftar sampai jamaah daftar dan sampai jamaah di Makkah Madinah dan jamaah Kembali ke Indonesia. PT. Mina Wisa Islami sangat menghargai jamaah karena PT. Mina Wisata Islami menganggap jamaah itu seperti saudara bukan seperti customer.

PT. Mina wisata islami didirikan pada tanggal 2 januari 2009. Pada awal berdiri, PT. Mina wisata islami bertempat di Karah Agung yang menjadi sub agent perusahaan Shafwah. PT. Mina Wisata Islami kemudian bertempat di Ruko Lotus Regency Jl. Ketintang baru selatan 1 No 52. Pada tahun 2013 PT. Mina Wisata Islami membuka kantor cabang di Royal Plaza Lt UG F3-11 Mustofa Center 2. PT. Mina Wisata Islami mulai beroperasi pada awal musim umroh 2011 dibulan maret yang telah mempunyai izin dan kelayakan bisa menjadi fasilitator jamaah dalam perjalanan ibadah umroh dan haji. Tujuan didirikannya PT. Mina Wisata islami adalah untuk syiar islam agar bisa memudahkan beribadah ke baitullah. Sehingga dapat menciptakan suasana syiar yang penuh dengan kedamaian.

Alamat dan Contact Person PT. Mina Wisata Islami Surabaya

- 1) Jl. Raya RA Kartini 123 E Surabaya:(031)5625566
- 2) Jl. Ketintang Baru Selatan 1/52 : (031)8270781
- 3) Royal Plaza UG. F3/11 : (031)8271444

4) Tunjungan Plaza 2 lantai 3 :08175216175

Legalitas dan Izin Resmi

1) KEMENAG : No. 452/2016

2) TDUP DISPARTA :No. 04.01.00.00085

3) NPWP :No. 31.597.985.4.609.000

4) Akte Notaris : NO. 17 tgl 7 Maret 2012

2. Visi dan Misi PT. Mina Wisata Islami Surabaya

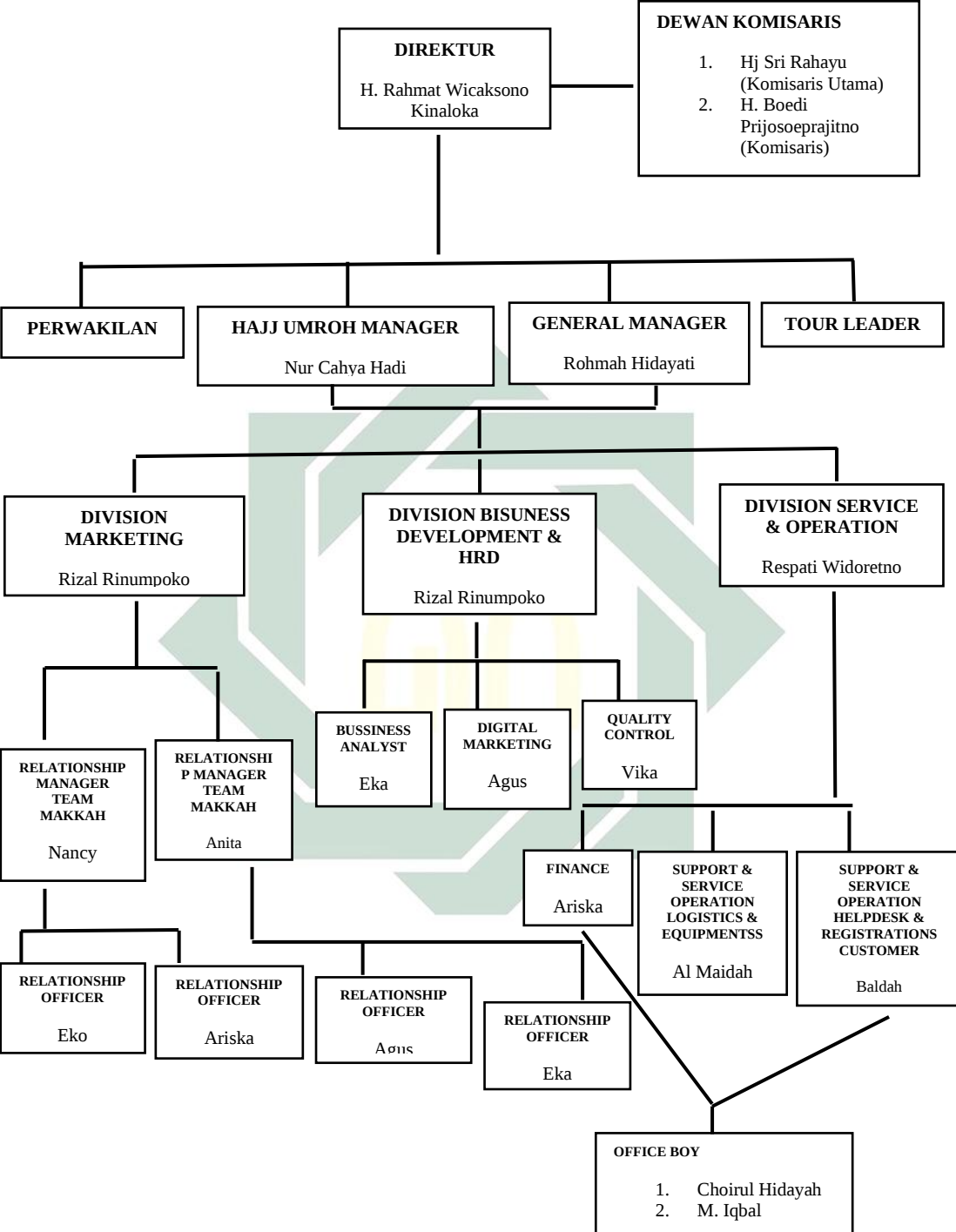
a. Visi PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Visi PT. Mina Wisata Islami yaitu “Menjadi fasilitator yang memberikan berkah untuk semua jamaah”

b. Misi PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Adapun Misi PT. Mina Wisata Islami yaitu bisa menjadi travel yang amanah dan membantu ibadah umroh jam’ah yang sesuai dengan sunnah Rosulullah SAW.

2. Struktur Organisasi PT. Mina Wisata Islami Surabaya



B. Penyajian Data

Dalam penyajian data ini, peneliti berusaha untuk memaparkan seluruh data dan fakta yang ada yang peneliti dapatkan selama penelitiannya. Data dan fakta tersebut didapatkan melalui wawancara, dokumentasi, maupun observasi di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Data dan fakta tersebut berkaitan dengan rumusan masalah yang diajukan. Dalam hal ini peneliti meneliti tentang Strategi Diferensiasi Pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Adapun keterangan Coding adalah sebagai berikut :

IN 1 : Finance

IN 2 : Relationship officer

IN 3 : General Manajer

IN 4 : Relationship Manager team makkah

IN 5 : Digital Marketing

Sebagaimana data yang diperoleh dari hasil penelitian, peneliti menyajikan data untuk menjawab masalah yang diangkat. Adapun data tersebut meliputi beberapa hal yang akan diuraikan lebih lanjut, sebagaimana berikut :

1. Strategi diferensiasi di PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Dalam hal strategi diferensiasi, PT. Mina Wisata Islami menerapkan beberapa strategi diferensiasi mulai dari produk dan pelayanan. PT. Mina Wisata Islami menerapkan strategi diferensiasi dengan tujuan untuk supaya produk maupun jasa yang ditawarkan kepada jamaah itu terlihat unggul dari pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. PT. Mina Wisata Islami. Pernyataan tersebut sesuai dengan informasi yang dinyatakan oleh informan sebagai berikut :

“Dari segi produknya untuk mina sendiri kita dari harga paket itu sudah incloud semua. Mulai dari vaksin,

perlengkapan, handling itu sudah incloud. Hanya paspor aja. Karena paspor itu data pribadi dari jamaah. Untuk yang incloudnya semuanya itu sudah tanggungan satu paket disatu harga. Sedangkan dari segi fasilitasnya itu kita semua paket meskipun dari paket ekonomi, paket yang silver, gold, sama platinum dapat loss. Dari sebelum keberangkatan jamaahnya ini makanya di loss dan itu sama kayak lossnya blusky. Biasanya kalo travel lain itu ditravel lain makanannya hanya kotakan. Kalo mina ini semuanya masuk loss. Jadi nggak ada yang membedakan. Untuk pelayanannya kita mau mengantarkan perlengkapan jamaah dimanapun selagi kita ada transportasinya dan sudah janji sama beliaunya kita bisa sih nganternya. Tidak hanya di Surabaya saja di luar kota Jombang, Mojokerto kita bisa nganterin. Kalo ada perlengkapan yang kurang juga bisa dipaketin. Untuk biayapun mina yang nanggung. Untuk surat rekom juga bisa kita paketin”⁶⁶

Dalam pemaparan tersebut, informan 1 menjelaskan, bahwa strategi diferensiasi yang ada pada PT. Mina Wisata Islami Surabaya adalah harga paket yang dan pemasaran dilakukan oleh PT. Mina Wisata Islami sudah incloud mulai dari perlengkapan, vaksin, dan handling. Sedangkan dari segi fasilitasnya semua paket mulai dari paket ekonomi, paket silver, paket gold, dan paket platinum mendapatkan fasilitas yang sama. Mulai dari makan sampek waktu tunggu di bandara juga mendapat fasilitas yang sama. PT. Mina Wisata Islami juga mau mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah. Jika jamaah mau perlengkapan diantar maka sebelumnya sudah ada kesepakatan dengan pihak Mina Wisata. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga

⁶⁶ Hasil Wawancara Informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

melakukan pendampingan vaksin kepada semua jamaah. Jadi jamaah hanya datang ke Rumah sakit atau KKP untuk melaksanakan vaksin. Untuk administrasi pihak Mina Wisata yang mengurus. Pernyataan yang sama juga dinyatakan oleh informan 2

“Diferensiasi yang ada di Mina Wisata ini untuk produknya sendiri sih memang berbeda karena kita selalu memberikan fasilitas yang terbaik untuk jamaah. Seperti kaya hotel, hotel di Makkah ataupun di Madinah itu selalu kita carikan yang terbaik. Misalkan di depan istana raja. Kita carikan yang aksesnya gampang. Jadi jamaah tidak mungkin untuk hilang atau kesasar, begitu. Itupun juga di Madinah. Berada dekat dengan pintu tujuh. Karena pintu tujuh tersebut pintunya dibuka 24 jam tanpa ada batasan waktu berbeda dengan pintu-pintu lain seperti itu. Terus untuk pelayanan sendiri di Mina ini pelayanannya harus totalitas. Jadi seperti kayak pendaftaran paspor. Apa... terus kalo perlu pendampingan itu harus di dampingi juga ada. Terus untuk vaksin itu kita yang daftarkan, kita yang damping itu juga termasuk fasilitas dari Mina. Terus untuk perlengkapan sendiri jamaah tidak harus ambil di kantor. Jamaah tidak ada waktu atau sibuk kerja atau apa kita bisa antarkan ke rumahnya”⁶⁷

Informan 2 menjelaskan bahwa strategi diferensiasi PT. Mina Wisata Islami adalah Mina mencari hotel di Makkah maupun Madinah hotel yang dekat dengan masjidil haram maupun masjid Nabawi. Pelayanan di PT. Mina Wisata Islami harus totalitas. Ketika ada jamaah yang sibuk kerja dll PT. Mina Wisata Islami siap mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah.

⁶⁷ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

PT. Mina Wisata Islami juga melakukan pendampingan vaksin kesemua jamaah. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga mendampingi jamaah untuk mengurus paspor. Hal ini diperkuat dengan informan 5 yaitu

“Sepengetahuan saya ini paketnya memang sudah cukup mencakup semua kebutuhan jamaah umroh dari harga yang ditawarkan itu sangat kompetitif dibanding travel yang lain. Dalam artian yaa yang saya ketahui beberapa travel lain itu sekelas harga punya Mina Wisata yang paket mandiri itu penerbanganya pakai Saudi airline sementara mereka menggunakan lionair. Itu yang menjadi titik berat dalam menawarkan produk umroh ini kepada jamaah. Harga 25 aja kita sudah memakai Saudi itu maskapai terpercaya dari negara arab Saudi sementara dengan harga yang sama kadang lebih tinggi travel lain menawarkan penerbangan menggunakan airline premium. Seharusnya kalo tidak ada pilihan kemungkinan jamaah mau yaa. Selanjutnya kita juga memandu jamaah. Kita memandu, kita membantu jamaah apa yang mereka butuhkan. Yaa kita siap membantu mulai dari pengurusan paspor bahkan vaksin sekalipun kita dampingi. Orangnya datang kesana kita sudah memepersiapkan vaksinya. Jamaah tinggal duduk tinggal suntik. Jamaah udah nggak mikir bayar apa-apa. Jamaah akan ditemenin pegawai Mina. Kalo ada yang kurang jelas disana ya dibantu. Itu yang bikin orang-orang nyaman di Mina. Dengan harga yang mina tawarkan hotelnya ya selama ini sangat nyaman kalo menurut saya karena yaa deket dengan masjid. Mudah menjangkau masjid Nabawi maupun masjidil haram itu sangat mudah. Kita sama jamaah itu sudah kayak keluarga. Jika butuh bantuan kalo missal marketing tidak

bisa tetep kita berikan solusi. semua itu pasti ada solusi dan jalan keluar”⁶⁸

Informan 5 menjelaskan bahwa, Paket yang ditawarkan sudah mencakup semua kebutuhan dan harganya sangat kompetitif. Maskapai yang digunakan juga maskapai Saudi airline. PT. Mina Wisata juga memberikan pelayanan dengan ikhlas dan ramah kepada jamaah seperti yang disampaikan informan 4

“Kita memberikan pelayanan yang maksimal. Kalo dengan jamaah kita layani dengan betul-betul ikhlas, dengan senang. Karena ini tamunya Allah jadi kita semaksimal mungkin untuk melayani beliau-beliaunya, Melayani jamaah atau calon jamaah. InsyaAllah kalo dikami sama-sama kita layani malah. Bahkan kadang-kadang belum daftarpun tetep kita bantu jamaahnya. Kayak misalnya minta didaftarkan paspor dulu, atau kadang minta dibuatkan rincian-rinciannya. Jadi jamaah itu kita guiden. Jadi kita bantu mengecek datanya beliau. nanti walaupun ujung-ujungnya beliaunya nggak ikut sama kita yaa nggak apa-apa yang penting kita sudah bantu gitu. Kalo dari segi lainya ini kita bukanya di mall. Kalo di mall insyaAllah bisa melayani jamaah meskipun hari minggu. Karena kalo jam-jam kantor itu kan standart senin-sabtu jamnya pagi-sore nah nilai plusnya dikami jam pelayanan itu bisa dilakukan setiap hari Ketika kita semuanya jaga di mall itu giliran”⁶⁹

PT. Mina Wisata Islami tidak melayani jamaah saja melainkan, PT. Mina Wisata islami juga melayani calon jamaah. PT. mina wisata islami juga melayani jamaah pada hari sabtu dan minggu, karena PT. Mina Wisata

⁶⁸ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 januari 2021

⁶⁹ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

Islami membuka stand pada sebuah mall yaitu Royal Plaza sekaligus Tunjungan Plaza 2.

“Kita komitmen diawal. Apa yang kita sampaikan diawal akan menjadi kenyataan. Berbeda dengan jika kondisinya seperti ini. Covid ini membuat kita tidak bisa banyak memilih. Misalnya dulu belinya paket mandiri yang bintang tiga jarang 500 M misalnya, nah sekarang di era covid hotel yang biasanya kita pakai itu tidak mendapat izin untuk operasional. Otomatis kan tidak bisa. Kemudian maskapai, Maskapai kita maunya saudia seperti biasanya dari Surabaya. Sampai saat ini saudia belum terbang dari Surabaya. Otomatis kan nggak bisa kita pilih. Ada komitmen-komitmen yang betul-betul kita bisa jalankan. Ada komitmen-komitmen yang dalam kondisi tertentu tidak bisa kita jalankan. Dan itu yaa kita jelaskan kepada jamaah. Kalau sesuai dengan realita yaa insyaAllah jamaah menerima. Seperti itu, Kita selalu membuat bagaimana jamaah ini nyaman dan aman selama perjalanan. Yaitu dengan cara kita memberikan fasilitas yang sesuai dengan kelasnya. Sesuai dengan yang dibelinya itu berapa, kita berikan sesuai dengan porsinya. Dan itu yang selalu kami tekankan kepada jamaah. InsyaAllah apa yang kita berikan insyaAllah terbaik buat mereka”⁷⁰

Informan 3 menjelaskan, bahwa PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan dengan amanah. PT. Mina Wisata Islami juga memberikan fasilitas sesuai dengan kelasnya dan sesuai dengan apa yang dibeli oleh jamaah.

⁷⁰ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

Ada 2 jenis strategi diferensiasi yang ada di PT. Mina Wisata Islami. PT ini menawarkan perbedaan produk maupun jasa dari pada penawaran pesaing pada segmen pasar yang sempit. PT. Mina Wisata Islami juga menawarkan pada segmen pasar yang luas. PT. Mina Wisata Islami menerapkan ini bertujuan untuk supaya dapat memenuhi kebutuhan masing-masing konsumen. PT. Mina Wisata Islami juga memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menerapkan jenis strategi diferensiasi tersebut. hal itu sesuai selaras dengan pernyataan informan sebagai berikut;

“Keknya dua-duanya. Jadi yaa kita jangkau pangsa pasar yang luas itu dengan sosmed tadi bisa lewat WA atau Instagram itu online dua-duanya dan 24 jam itu kalo nggak drop, kalo nggak habis batrainya dan kalo nggak ketiduran hehehee itu pasti kita layani. Yang sempit misalnya yang di Surabaya ini”⁷¹

“Kalo strategi pemasaran yaa kita ada digital marketing, kita punya tempat-tempat pameran seperti di TP sama di Royal. Jadi dua-duanya sama-sama bekerja. Untuk yang digital marketing itu kan online mencakupnya lebih luas. Tapi kalo pameran kan kita nggak tau yaa kadang rame kadang sepi”⁷²

Dari data diatas, informan tersebut menjelaskan bahwa PT. Mina Wisata Islami menerapkan strategi diferensiasi pada segmen pasar yang sempit maupun pada segmen pasar yang luas. PT. Mina Wisata Islami memanfaatkan social media untuk menjangkau segmen pasar yang luas. Untuk menjangkau segmen pasar yang sempit, PT. Mina Wisata Islami mengadakan pameran

⁷¹ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

⁷² Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

di mall. Berbeda dengan apa yang disampaikan oleh informan 3

“Kalo yang kayak tadi pelayanan dokumen, pelayanan vaksinasi itu kita berikan kepada semua jamaah. Tanpa membeda-bedakan sama sekali. Baru yang pickup perlengkapan tadi ada sifatnya agak yang khusus. Khususnya apa yaa terkait dengan tadi kesepakatan di depan seperti apa. Walaupun Cuma satu orang tapi kesepakatannya diawal ingin diberikan pelayanan khusus yaa kita jalankan pelayanan khusus itu. Jadi kalo pickup perlengkapan itu sifatnya khusus. Jadi misalnya jamaah kita ada di Kalimantan ada pengurusan paspor nah itu tetep kita guiden dari sini. Bahkan kitapun yang mendafarkan dari sini. Kita kirimkan dokumennya dari WA dan sebagainya. Mereka download kita pastikan mereka dimana. Kita ini terus. Sampai dia pulang sampai dia nyampek ke rumah tetep kita ingetkan tetep kita guiden untuk mengumpulkan buku vaksin. Mau dia paket apapun atau berapapun orangnya tetep pelayanan kita sama”⁷³

Informan 3 menjelaskan bahwa untuk pelayanan dokumen dan vaksin itu diberikan kepada semua jamaah. Dalam hal ini, PT. Mina Wisata menerapkan pada segmen pasar yang luas. PT. Mina Wisata Islami juga menerapkan pada segmen pasar yang sempit yaitu ketika mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah.

“Kalo aku sendiri sih melihatnya dari sisi harga. Dari harga yang paket mandiri itu menyasar hampir semua kalangan. Nah itu kita terapkan pada segmen pasar yang luas. Nah untuk segmen pasar yang sempit kita paket

⁷³ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

platinum harga yang sampek sekian puluh juta. Nah itu kita bener-bener harus nggak Cuma saudara tetapi lek bahasa surabayaeh seh wes koyok konco plek hahahaa yaa karena mereka bayar lebih dari paket mandiri. Salah satunya kalo di Mina kalo paket mandiri dapetnya kain batik tetapi kalo paket platinum dapernya kainnya udah dijahit jadi baju. Jadi jamaah harus ngukur dan dijaitkan sama Mina”⁷⁴

Informan 5 juga menyampain bahwa PT. Mina Wisata islami menerapkan 2 jenis strategi diferensiasi yaitu menerapkan pada segmen pasar yang luas dan segmen pasar yang sempit. Harga yang ditawarkan oleh PT. Mina Wisata Islami untuk paket mandiri dapat dibeli pada semua kalangan. Hal tersebut bisa dijangkau oleh segmen pasar yang luas. Untuk paket platinum lebih pada kalangan menengah ke atas. Jadi hal tersebut bisa dijangkau pada segmen pasar yang sempit.

PT. Mina Wisata Islami mempunyai syarat untuk memasarkan produknya diantaranya adalah suatu produk yang dipasarkan harus unggul bagi pelanggan. Penawaran *Brand* perlu memiliki makna arti tersendiri bagi pelanggan karena PT. Mina Wisata Islami termasuk sebuah organisasi berbidang jasa. selain itu, PT. Mina Wisata Islamipun harus mampu memiliki keunikan tersendiri.

“Kalo menurut saya sudah mbak yaa. Karena Mina sudah mempunyai produk yang unggul yaitu paket umroh di mina sudah incloud antara lain mulai dari perlengkapan, vaksin, asuransi, pajak arab Saudi, handling, dan gratis kenaikan biaya visa. Selain itu juga di Mina ini lebih mengedepankan pelayanan karena yang kita jual adalah

⁷⁴ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 Januari 2021

pelayanan. Kita memberikan pelayanan sesuai apa yang diminta jamaah. Missal jamaah mau dianterin perlengkapannya yaa kita anterin. Dan missal ada jamaah yang kebingungan mengurus paspor kita akan mendampingi menguruskan paspor tersebut gituu. Emmm saat di arab Saudi missal ada jamaah yang ingin ditemenin untuk mencium hajar aswad itu insyaAllah kita temenin mbak”⁷⁵

PROSEDUR OPERASIONAL PERLENGKAPAN⁷⁶ (SOP) PT. MINA WISATA ISLAMI SURABAYA

NO Dokumen : 06/MWI-SOP/2018

No Revisi : 0

Tanggal Terbit : 19/01/2018

1. Pengertian : Prosedur operasional perlengkapan, merupakan acuan untuk menjalankan operasional perlengkapan jamaah haji dan umroh, dimulai dari pengadaan, pendistribusian serta stok barang
2. Tujuan : Sebagai acuan untuk menjalankan operasional perlengkapan
3. Kebijakan : Kebijakan pimpinan PT. Mina Wisata Islami
4. Referensi :
 - System Manajemen Mutu ISO 9001-2015
 - Peraturan Terkait Perjalanan Wisata
 - SNI 8311-2016 Usaha Jasa Perjalanan Wisata
5. Langkah-langkah
 - 1) Pengadaan perlengkapan
 - a. Pendataan perlengkapan

⁷⁵ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

⁷⁶ Standart Operasional Prosedur pengantaran perlengkapan PT. Mina Wisata Islami Surabaya

- Cek stok barang di Gudang
- Cek berapa kebutuhan perlengkapan jamaah
- b. Pengajuan perlengkapan
 - Ajukan perlengkapan ke management sesuai kebutuhan
 - Minim 50 pax harus segera mengajukan pengadaan
 - Buat order lalu acc kan ke manajemen
- c. Permintaan vendor
 - Ajukan ke vendor, catat kesepakatan kapan selesainya, kemudian follow up
 - Ketika sudah mendekati hari yang dijanjikan, secara berkala lakukan follow up untuk mengetahui kapan barang diterima
- d. Penerimaan barang
 - Cek kesesuaian antara pengajuan dan barang yang diterima
 - Cek antara surat jalan dan jumlah barang yang diterima
 - Cek kondisi barang
Jika ada ketidak sesuaian dibuatkan catatan lalu konfirmasi ke vendor saat itu juga
- 2) Pendistribusian perlengkapan
 - Distribusikan perlengkapan sesuai data permintaan dari marketing
 - Permintaan dilakukan maksimal H-1 sebelum pendistribusian
 - Berikan tanda terima barang, pastikan marketing dan jamaah mendatanginya
 - Filling tanda terima
- 3) Laporan perlengkapan
 - Buat laporan perlengkapan setiap bulannyamaksimal laporan diterima per tanggal 25

- Lampirkan filling tanda terima barang
 - Tanda terima yang dilaporkan harus sudah ditanda tangani oleh marketing, jamaah yang menerima, dan petugas perlengkapan
6. Macam-macam perlengkapan
- Koper 24inc (chrome)
 - Koper 24inc
 - Koper 20inc
 - Mukenah VIP
 - Mukenah Gold
 - Mukenah regular
 - Tas tenteng
 - Ihrom regular
 - Ihrom mandiri
 - Baju koko size S, M, L, XL, XXL, XXXL
 - Jilbab
 - Kain batik ukuran 2 meter
 - Kain batik ukuran 3 meter
 - Kain ziaroh
 - Buku do'a
 - Tali id card
7. Riwayat perubahan dokumen

No	Yang dirubah	Isi perubahan
1	Kop surat	Izin kemenag
2		
3		

“Kalo menurut saya sih sudah dek yaa. Soale nggak semua travel mau memenuhi semua keinginan jamaah. Karena kita kan utamanya menjual jasa jadi kita berikan pelayanan yang tulus, ramah. Kita melayani jamaah itu seperti melayani keluarga sendiri jadi kita anggap

jamaah itu sebagai keluarga. Selain itu juga produk yang kita tawarkan mempunyai nilai unggul terhadap konsumen. Nilai unggulnya adalah paket yang kita tawarkan sudah incloud semua mulai dari handling, vaksin, pajak kenaikan visa, asuransi. Dan pajak arab Saudi”⁷⁷

Dari data diatas, PT. Mina Wisata Islami mempunyai produk yang unggul yaitu produk yang di pasaran sudah include semua mulai dari vaksin, asuransi, pajak arab Saudi, handling dan gratis kenaikan biaya visa. PT. Mina Wisata Islami juga memberi pelayanan dengan disesuaikan oleh permintaan jamaah. PT. Mina Wisata islami juga memberikan pelayanan yang tulus dan ramah. Hal ini dikuatkan oleh informan 5 yaitu

“Kalo menurut saya sih sudah yaa. Karena ya mina ini produknya unggul. Harga 25 maskapainya sudah menggunakan Saudi airline sedangkan ada travel yang harga segitu bahkan lebih tetapi menggunakan lionair. Terus kalo jasa itu kan emang puas nggak puas tergantung dari pribadi jamaah masih-masing jadi tidak bisa diukur. Tetapi rata-rata jamaah Mina ini sangat puas dengan pelayanan yang kita berikan”⁷⁸

PT. Mina Wisata Islami memasarkan produk yang unggul dari pada produk yang ditawarkan oleh pesaing. selain itu, jamaah PT. Mina Wisata Islami rata-rata berpendapat senang terhadap pelayanan yang diperolehnya.

⁷⁷ Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

⁷⁸ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 Januari 2021

“Kalo menurut saya sih sangat memenuhi yaa. Karena di travel lainpun belum tentu ada pelayanan yang seperti itu. Seperti kayak. Pendampingan pembuatan paspor, pendampingan vaksin. Sampai dengan mencari antrian pasporpun kita bantu. Mina juga memberikan fasilitas berupa pendampingan mengurus surat recom kemenang dan surat recom imigrasi”⁷⁹

PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan berupa pendampingan pembuatan paspor, pendampingan vaksin, dan pendampingan mengurus surat recom kemenag dan surat rekom imigrasi.

2. Startegi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Strategi diferensiasi pelayanan memiliki peran aktif dalam pemasaran produk maupun jasa PT. Mina Wisata Islami. Adanya strategi diferensiasi bertujuan untuk supaya produk maupun jasa yang diciptakan berbeda dengan produk ataupun jasa yang diciptakan oleh pesaing. Berikut adalah beberapa bentuk startegi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami.

“Yang membedakan apa. Pasti pelayanannya mbak. Servisnya. Tapi kalau disini kita lebih menjual pelayanan kita perhatian kita terhadap jamaah. Jadi jamaah itu tidak yang Aaa diumbar. Kita perhatikan kebutuhannya apa, keinginannya apa. Selain itu di Mina ada pendampingan vaksin, karena di mina wisata vaksin sudah include. kita diawal mereka daftar atau sebelum pendaftaran kita pendampingannya adalah membantu verifikasi data. Data itu penting bagi jamaah umroh. Karena untuk pembuatan paspor persyaratannya itu ada tiga dokumen

⁷⁹ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

yang sama semua penulisan huruf namanya nggak boleh ada satu hurufpun yang berbeda dalam tiga dokumen. Disitu kita guiden ke jamaah. Kita pendampingan betul-betul. Kalaupun tidak bisa diperbaiki kita pasti akan mendampingi dan mencari solusi-solusi yang membuat jamaah mendapatkan dokumen tersebut. Kalo untuk perlengkapan wilayah kalo grup kecil yang bisa kita kirim Surabaya, Sidoarjo, Gresik, dan Mojokerto. Tapi kalo Grup besar itu dimana aja pasti kita fasilitasi. Kita bawa kendaraan khusus untuk mengantarkan perlengkapannya. Jadi tergantung kebutuhan jamaah. Jika jamaah minta dianterin perlengkapannya maka kita akan anter. Kalo kemudian mereka ingin mengambil sendiri di kantor yaa kita perbolehkan dan sebelum itu pati kita udah nyiapin sihh. Untuk biaya tambahan tergantung kesepakatan didepan. Maunya seperti apa. Kalo group besar itu kompensasi tambahan service”⁸⁰

Dalam hal ini, bentuk strategi yang ada di PT. Mina Wisata Islami adalah PT. Mina wisata Islami mau mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah. PT. Mina Wisata Islami juga memebrikan pelayanan berupa pendampingan vaksin kepada semua jamaah. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pendampingan dalam pengurusan paspor. Hal yang sama juga disampaikan oleh informan 1

SOP PENDAMPINGAN VAKSIN⁸¹

No Dokumen : 018/MWI-SOP/2018

No Revisi : 0

⁸⁰ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

⁸¹ Standart Operasonal Prosedur pendampingan vaksin PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Tanggal terbit: 19/01/2018

1. Pengertian : Pendampingan vaksin merupakan bagian pelayanan yang harus dijalankan untuk membantu jamaah Ketika akan menjalankan vaksin dengan aman dan nyaman
2. Tujuan : Sebagai acuan untuk pendampingan jamaah saat vaksin
3. Kebijakan : Kebijakan pimpinan PT. Mina Wisata Islami
4. Referensi :
 - System manajemen mutu ISO 9001-2015
 - Peraturan terkait perjalanan wisata
 - SNI 8311-2016 Usaha Jasa Perjalanan Wisata
5. Langkah-langkah
 - A. Marketing
 - Tentukan jadwal dan konfirmasi kepada jamaah kapan dan di mana dilakukan vaksin
 - Kemudian daftarkan jamaah sesuai waktu dan lokasi yang disepakati
 - Informasikan kepada bagian keuangan dan team pendampingan vaksin
 - Berikan form pendaftaran kepada team pendampingan vaksin
 - B. Keuangan
 - Cek data jamaah yang diajukan oleh marketing apakah sudah melakukan pembayaran dan benar jamaah Mina Wisata
 - Siapkan dana sesuai pengajuan
 - Siapkan dana dan serahkan ke team pendampingan vaksin
 - Setelah vaksin pastikan struk vaksin dan buku vaksin dilaporkan oleh team pendampingan
 - C. Team pendampingan vaksin

- H-1 pastikan form pendaftaran sudah diterima, data jamaah dan contact personnya sudah didapatkan
 - Konfirmasi ke jamaah bahwa besok anda yang akan mendampingi saat vaksin, jam berapa, lokasi dimana, pastikan jamaah mengenakan pakaian yang lengannya mudah dibuka, serta sebelum berangkat harus sarapan terlebih dahulu
 - Hari H pastikan sebelum jam operasional KKP atau di lokasi KKP, konfirmasi ulang kepada jamaah yang vaksin hari tu, infokan ciri-ciri anda atau kirim foto dan dilokasi mana bisa ditemui
 - Registrasi ulang jamaah yang akan di vaksin
 - Pastikan dana vaksin sudah dibawa secara cash
 - Pastikan semua jamaah yang terjadwal hari itu hadir dan sudah divaksin
 - Lakukan pembayaran di kasir dan pastikan mendapatkan bukti transaksi
 - Kumpulkan buku vaksin dan segera Kembali ke kantor
 - Segera laporkan ke bagian keuangan dengan menyerahkan bukti pembayaran vaksin beserta buku vaksin
6. Unit terkait : Seluruh fungsi yang ada di PT. Mina Wisata Islami
7. Riwayat perubahan dokumen

No	Yang diubah	Isi perubahan	Tanggal mulai diberlakukan
1	Kop surat	Izin kemenag	19 Januari 2019
2			
3			

“Yang penting sih kita ngadepin jamaah itu tulus ya dek. Maksudnya kalo jamaah kita pelayanannya tulus, senang hati, ramah itu insyaAllah jamaah itu care sama kita gitu loo. Kita ramah aja, saling nyapa, mengingatkan, kalo mungkin jamaahnya lupa untuk pengumpulan paspor atau ada dokumen yang kurang atau perlengkapan yang kurang ataupun perlengkapan sudah lengkap tapi kita ingetkan lagi. Kita juga bisa ngusulin permintaan-permintaan jamaah yang minta diskon maupun minta kebin. Dalam segi pelayanan itu sampek kita mau nganter vaksin, meskipun yang vaksin cuma satu orang kita tetep dampingin. Jadi jamaah Cuma dating untuk vaksin sedangkan yang mengurus administrasinya adalah pihak mina wisata”⁸²

Informan 1 menjelaskan bahwa, PT. Mina Wisata Islami juga menerapkan strategi diferensiasi berupa memberikan pelayanan yang ramah, tulus, dan senang hati. PT. Mina Wisata Islami juga mengantarkan vaksin jamaah meskipun jamaah yang melakukan vaksin hanya 1 orang. Hal ini juga dikuatkan oleh informan 2 bahwa

“Dari Mina Wisata yang sepengetahuan saya sendiri dengan travel lain yaa. Itu pertama kali jamaah daftar itu nggak harus daftar ke kantor. Via onlinepun bisa, via transfer atau apa. Jadi setelah jamaah itu DP perengkapannyapun nanti langsung bisa diantar ke rumahnya. Jadi tidak harus datang ke kantor. Jadi jamaah bisa daftar online. Kita punya Instagram, punya situsnya, terus punya kayak facebooknya. Di Mina Wisata juga memberikan pelayanan pendampingan vaksin. Jadi jamaah tinggal datang ke rumah sakit atau KKP untuk

⁸² Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

melakukan vaksin. Untuk administrasi maupun biaya sudah kita yang mengurus. Untuk pendampingan mengurus surat rekomendasi kemenang dan imigrasi juga kita dampingi. Mina Wisata mengedepankan pelayanan yang tulus”⁸³

Dalam hal ini, PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas berupa pengurusan administrasi vaksin, mengurus data-data yang digunakan untuk vaksin, jadi jamaah hanya tinggal datang ke rumah sakit maupun KKP untuk melaksanakan vaksin.

“Kalo efektif sih insyaAllah efektif karena jamaah mengaku senang beberapa jamaah mengaku sangat terbantu Ketika kita mendampingi dan melayani beliau untuk vaksin, pengumpulan koper dan lain-lain. Kadang ada jamaah yang pertama kali umroh terus bingung ngurus paspor gimana, vaksin gimana, mangkanya beliau itu merasa sangat terbantu, nah itu efektif itu bisa jadi ditularkan ke orang lain yang mau berangkat umroh. Disarankan ke kita, akhirnya kita nggak perlu soro-soro promosi tapi Ketika orang itu puas maka akan menyarankan ke orang lain gitu”⁸⁴

Dari data diatas, Startegi diferensiasi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Mina Wisata Islami sudah berjalan secara efektif dan efisien. Banyak jamaah yang mengaku senang dan terbantu kepada PT. Mina Wisata Islami atas pelayanan yang sudah diberikan.

“Kalo ngomong kendala itu perlu komunikasi yang baik dan efektif dengan team. Jangan sampek misalnya marketing udah konfirmasi sama jamaah ternyata bagian

⁸³ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

⁸⁴ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

pengantaranya belum dikomunikasikan dengan baik sehingga terjadi miss. Aa bisa jadi kendalanya seperti itu. Sementara ini sih belom ada masalah. Alhamdulillah komunikasi ini berjalan dengan baik gitu. Dan ada lagi sih Ketika jamaah minta perlengkapan seketika. Kantor kita kan ada empat mbak yaa. Sedangkan perlengkapan hanya ada di kantor kartini. Misal ada jamaah yang minta perlengkapan itu ada di Royal nah kan dari kita butuh waktu nih buat persiapan pengambilan barang, pengantaran dan sebagainya. Mungkin disitu aja sih”⁸⁵

Informan 3 menjelaskan bahwa, Kendala yang dihadapi oleh PT. Mina wisata islami adalah dalam komunikasi antara jamaah dengan team marketing dan team marketing dengan bagian yang terkait lainnya. Selain itu, kendala yang ada pada PT. Mina Wisata Islami ialah mengenai tempat dan waktu. Kantor PT. Mina Wisata Islami ada di 4 tempat yaitu ketintang, kartini, royal, dan tujungan plasa. Untuk akses ke antar kantor itu juga membutuhkan waktu.

“Cara mengatasi kendala tersebut dengan cara kalo missal kita tidak bisa mendampingi yaa kita arahkan dari sini. Kita daftarkan dari sini. Kita arahkan untuk vaksin di tempat-tempat yang sudah ditunjuk resmi oleh pemerintah. Nahh itu gunanya untuk meminimalisir buku vaksin palsu atau tidak resmi”⁸⁶

Informan 5 menjelaskan bahwa, untuk mengatasi kendala tersebut itu setiap Tindakan apapun selalu dikomunikasikan. Semua perlu dikonfirmasi

⁸⁵ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

⁸⁶ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 Januari 2021

kesesama pegawai. Selain itu, PT. Mina Wisata juga mengarahkan jamaah supaya jamaah tidak bingung.

Cara mengatasi kendala tersebut yaitu kita ngasih pengertian kepada jamaah. Kita ngasih penjelasan kepada jamaah kalo memang tata cara ataupun langkah-langkahnya seperti ini”⁸⁷

PT. Mina Wisata islami juga memberikan pengertian kepada jamaah. Hal tersebut dilakukan supaya jamaah faham mengenai langkah-langkahnya seperti apa.

Ada beberapa dimensi pelayanan yang dikutip oleh Tjiptono yaitu : a) Reabilitas (Reability), b) Responsif (Responsiveness), c) kepastian atau jaminan (Assurance), d) empati (Empathy), e) Nyata (Tangibles)⁸⁸.

a. Reabilitas (Reability)

Reabilitas perlu diperhatikan ketika menerapkan strategi diferensiasi pelayanan. PT. Mina Wisata islami telah memeberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. PT. Mina Wisata islami menerapkan reabilitas berupa ketepatan waktu, kecepatan dan sikap simpatik. Seperti yang dijelaskan oleh beberapa informan

“Kita pasti seh karena kita kan Sudah janji yaa sama jamaah kalo mau misalkan nganter perlengkapan lah. Mbak saya mau aa dikirim hari senin jam 10.00 kita usahakan sebelum jam 10.00 perlengkapan itu sudah

⁸⁷ Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

⁸⁸ Omega Wulan Wilar dan Frederik G Worang dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Bank Central Asia. TBK. Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal EMBA*, (Vol 5, No 3, Tahun 2017), Hal 3847

nyampek gitu. Yang penting kita komunikasikan aja sama jamaah. Yang Mau nganter bisa nggak”⁸⁹

“Sebisa mungkin apa yang kita katakan ke jamaah apa yang kita janjikan “pelayanan kita” kita. Tetapi misalnya dijadwalkan hari senin untuk vaksin. Vaksinya buka jam 08.00 pagi dan kita harus datang jam setengah delapan ditempat vaksin tersebut jadi artinya kita mengawali. Menurut saya dari segi waktu kita harus kalo janji-janjian ya harus ditepati. Kalo janji perengkapan diantar hari apa harus ada komunikasi, harus ada konfirmasi walaupun ada telat-telat ya harus ada konfirmasi sama beliau. kita minta maaf sama beliau. tetep kita komunikasikan supaya sama-sama nyaman”⁹⁰

“Kita adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa jadi untuk ketepatan waktu kita sangat mengutamakan. Karna kita tidak mau mengecewakan jamaah. Jamaah minta dianterin perengkapan jam sepuluh yaa kita sebisa mungkin jam sepuluh sudah sampai kerumah jamaah”⁹¹

Data diatas menunjukkan bahwa, PT. Mina Wisata Islami mengutamakan kecepatan, dan ketepatan waktu. PT. Mina Wisata Islami melakukan itu dengan tujuan supaya tidak mengecewakan jamaah. Selain itu, supaya jamaah senang terhadap pelayanan dari PT. Mina Wisata Islami. PT. Mina Wisata Islami juga bersikap simpatik kepada jamaah terutama jamaah yang berkebutuhan khusus misalnya jamaah yang sudah lanjut usia.

⁸⁹ Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

⁹⁰ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

⁹¹ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 Januari 2021

“Kalo masalah itu otomatis sih dek. Artinya kalau ada yang sudah usia lanjut otomatis kita bantu. Missal kalau ada jamaah yang usianya lanjut itu yaa kita bantu. Kalo jalan yaa kita tuntun, kalau nggak bisa nulis ya kita bantu. Kaya misalnya kalo ada manasik itu kan nulis dibuku tamu kalau nggak didampingi anaknya ya kita bantu atau kalo pas vaksin itu kan harus ada tanta tangan kan beliaunya nggak bisa yaa kita sampaikan kepetugasnya. Tetep disuruh pegang bolpen entah dicoret aja atau apalah pokoknya tetep kita bantu kita dampingi. Yang paling sering dulu itu ada pengalaman kunci hotel sering ketinggalan di dalam. Akhirnya kita minta lagi ke resepsionisnya”⁹²

“untuk rasa simpatik ini kita berikan pendampingan khusus kepada orang tua atau lanjut usia. Karena missal Ketika beliau di arab kadang anaknya itu merasa capek atau apalah padahal waktu di Indonesia itu sehat yaa kita dampingi beliau. kita tuntun, kita arahkan beliau, kita dengerin keluhanya dan pastinya kita juga akan memberikan solusi”⁹³

PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pendampingan kepada jamaah yang sudah lanjut usia. Para pegawai mendampingi mulai dari jamaah sebelum daftar sampai jamaah di Makkah maupun Madinah.

b. Responsive (Responsiveness)

PT. Mina Wisata Islami bersikap responsive kepada semua jamaah. Sikap responsive yang diberikan oleh PT. Mina Wisata Islami kepada jamaah adalah membantu jamaah mulai dari sebelum daftar sampai ketika di Makkah maupun Madinah. Selain itu PT. Mina Wisata

⁹² Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

⁹³ Hasil wawancara informan 5 pada tanggal 15 Januari 2021

Islami juga memberikan pelayanan yang tepat waktu. Hal ini dijelaskan oleh beberapa informan

“Kalo seperti itu sih semua sih mulai dari daftar, berangkat sampai kembali lagi itu sudah termasuk fasilitas kita sih, jadi harus responsive. Harus cepat tanggap kalo jamaah ada keluhan. Seperi kayak di Madinah atau di Makkah disana itu kalo jamaah pengen belanja atau pengen dianter itu kita tetep harus mengantarkan jamaah itu. Walaupun itu orangnya hanya sedikit itu yaa tetep kita anterin. Tetapi sebelumnya kita harus janji dulu asalkan jamnya bebas tidak ada city tour itu kita bisa”⁹⁴

“Sejauh ini mina wisata menerapkan sikap responsive terhadap jamaah. Missal ada jamaah yang melihat dan mampir di stand kita yang ada di mall kita langsung menyapa dan mempersilahkan mereka. Kita menanggapi pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan kepada kita. Selain itu juga kita mintai nomer tlfn kepada mereka dan kita selalu menyapa mereka lewat chatt dll”⁹⁵

PT. Mina Wisata Islami bersikap responsive terhadap jamaah dan calon jamaah. PT. Mina Wisata Islami juga memberi perhatian kepada jamaah. PT. Mina Wisata Islami aktif terhadap jamaah. PT. Mina Wisata Islami selalu menanyakan apa yang dibutuhkan para jamaah, perlengkapan apa saja yang belum diterima oleh jamaah dll. PT. Mina Wisata Islami juga tanggap terhadap keluhan jamaah dan secepat mungkin PT. Mina Wisata memeberikan solusi untuk jamaah.

c. Kepasteian/jaminan (Assurance)

⁹⁴ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

⁹⁵ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

Kepastian/ jaminan di PT. Mina Wisata Islami berkenaan dengan pengetahuan dan sopan santun. Dalam hal ini para pegawai PT. Mina Wisata Islami percaya diri kepada jamaah. Selain itu, PT. Mina Wisata juga menerapkan sikap respek dan sopan santun terhadap jamaah.

“Kita upayakan sopan terhadap semua jamaah. Karena yang kita jual itu bukan produk melainkan jasa. Kita melayani jamaah ke baitullah ke rumah Allah tentunya kita bersikap sopan terhadap beliau. Jamaah yang banyak maunya, banyak protesnya tetep kita sopan terhadap beliau. Karena kita merangkul untuk menjadi saudara bukan menjadi customer”⁹⁶

“InsyaAllah kita sudah melakukan pelayanan yang sopan. Karena kita menjual jasa ya dek. Bahkan kepada orang yang hanya tanya-tanya, kepada orang yang nggak jadi daftar atau sudah daftar tapi uang diminta lagi kita yaa tetep sopan”⁹⁷

PT. Mina Wisata Islami bersikap sopan kepada semua jamaah. Bahkan, PT. Mina Wisata Islami juga bersikap sopan kepada jamaah yang tidak jadi mendaftar umroh. PT. Mina Wisata Islami merangkul jamaah sebagai saudara bukan sebagai customer. PT. Mina Wisata Islami juga bersikap respek kepada jamaah seperti yang dijelaskan informan sebagai berikut

“Kalo dikantor setiap kali ada tamu datang harus dibukain pintu, disapa. Itu merupakan salah satu pelayanan kita yang baik. Kalo ada jamaah yang mau refund kita juga tetep respek. Uang jamaah tersebut tetap

⁹⁶ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

⁹⁷ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

bisa Kembali 100% kecuali mereka sudah menggunakan maupun memakai perlengkapan yang sudah diberikan oleh mina wisata. Jadi uangnya dipotong untuk perlengkapan”⁹⁸

“Kita selalu respek terhadap jamaah. Kita mengikuti kemauan jamaah. Misal Ketika kita sudah menjadwalkan vaksin sementara jamaah tidak bisa dihari itu jamaah bisa memilih untuk vaksin dihari lain. Dan Ketika ada jamaah yang mau refund kita juga tetap respek dan membuatkan perincian kepada jamaah”⁹⁹

PT. Mina Wisata Islami juga respek terhadap jamaah. Ketika ada jamaah yang datang ke kantor para pegawai langsung bukain pintu untuk calon jamaah. Ketika ada jamaah minta refund PT. Mina Wisata Islami membuatkan rincian kepada jamaah. Jadi apapun yang diminta jamaah PT. Mina Wisata Islami tetap respek terhadap jamaah.

d. Empati (Empathy)

Empati di PT. Mina Wisata Islami adalah para pegawai melakukan pendekatan terhadap jamaah. Para pegawai menanyakan hal apa yang dibutuhkan oleh jamaah. Menanggapi keluhan kesah jamaah.

“Jadi gini Alhamdulillah kita sudah membekali semua marketing semua tim kita untuk mampu menjalankan ini dengan professional dan tulus. Dengan adanya tulus itu kita bisa maksimal betul-betul. Tidak hanya dia bayar kita melayani tapi kita betul-betul membantu apa kebutuhannya, seperti apa kebutuhannya. Dan itu yang kita jalankan. Jadi itu insyaAllah kita juga udah satu frame

⁹⁸ Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

⁹⁹ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

dengan semua temen-temen marketing. Artinya temen-temen akan tau jamahnya ini butuh apa. Karena kebutuhan setiap jamaah itu berbeda-beda. Meskipun sama-sama anak kecil ada yang satunya suka diperhatikan ada yang tidak suka diperhatikan. Jadi kita menjalankan sesuai dengan kebutuhannya. Kalo sesuai dengan kebutuhan orang tersebut maka orang tersebut akan nyaman. Itu sih yang kita garis bawahi”¹⁰⁰

“Kadang kita dengarkan dulu maunya jamaah itu gimana. Kalo sok akrab itu kan ya nggak enak. Ya kita dengarkan dulu saja. Kita menjaga itu. Dingarkan jamaahnya ngomong apa. Kalaupun mengeluh itu kita dengarkan kalo mentok nggak bisa kasih solusi atau nggak bisa menyelesaikan itu ya kita kepimpinan gitu aja sih. Untuk jamaah yang minta diskon juga tetep kita respon. Diskon apa yang beliau inginkan. Kita dengarkan dulu jamaah maunya apa terus kita jelaskan gitu”¹⁰¹

Pegawai PT. Mina Wisata Islami Surabaya sudah dibekali untuk bersikap empati kepada jamaah. Para pegawai sering menanyakan apa saja hal yang dibutuhkan oleh jamaah. Para pegawai juga menanggapi dan memberikan solusi atas apa yang dikeluhkannya. PT. Mina Wisata Islami betul-betul membantu apa saja yang dibutuhkan oleh jamaah mulai dari sebelum daftar, saat daftar, dan saat di Makkah maupun Madinah.

e. Nyata (Tangible)

Hal ini berkenaan dengan penampilan pegawai PT. Mina Wisata Islami. Selain itu nyata di PT. Mina Wisata Islami merupakan fasilitas fisik yang menunjang

¹⁰⁰ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

¹⁰¹ Hasil wawancara informan 4 pada tanggal 14 Januari 2021

pelayanan jamaah dan fasilitas fisik yang menunjang kenyamanan jamaah.

“Para pegawai di mina sudah berpenampilan sopan, baik, sopan dan rapi. Para pegawai menggunakan sragam, id-card, dan bersepatu rapi. Apalagi mau ketemu sama orang ya. Ketemu sama orang nggak mungkin kumus-kumus atau gimana. Kalaupun kalau kita mau visit kerumah jamaah itupun kita harus makek mobil operasional kantor gaboleh makek kendaraan pribadi. Mina wisata juga memiliki mobil box untuk nganterin perlengkapan jamaah”¹⁰²

“kalo penampilan pegawai sih pegawai mina wisata sudah berpenampilan baik. Saat beroperasi di kantor para karyawan menggunakan sragam mina, berpakaian rapi, dan bersepatu, selain itu pegawai yang mau visit ke rumah jamaah itu juga disediakan mobil branding mina wisata. Jadi untuk visit ke jamaah tidak boleh mnggunakan kendaraan pribadi. Jadi harus menggunakan kendaraan branding Mina Wisata”¹⁰³

Pegawai PT. Mina Wisata Islami sudah berpenampilan baik dan rapi, untuk visit ke jamaah Pegawai juga menggunakan mobil branding Mina Wisata. PT. Mina Wisata Islami juga mempunyai mobil box untuk mengantarkan perlengkapan jamaah. Selain itu, ada beberapa fasilitas fisik lain yang diberikan kepada jamaah untuk menunjang kenyamanan para jamaah.

“Fasilitas fisik yang menunjang kenyamanan jamaah yaitu setiap jamaah yang datang ke kantor mina wisata

¹⁰² Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

¹⁰³ Hasil wawancara informan 2 pada tanggal 12 Januari 2021

maupun ke stand yang ada di mall disediakan permen, air minum, dan handsanitizer. Selain itu para jamaah juga diberikan perlengkapan berupa koper, mukena untuk perempuan, kain batik, kain ihrom, baju ziarah dan baju koko untuk perempuan. Selain itu juga jamaah diberikan buku panduan atau buku do'a"¹⁰⁴

"Pertama adalah perlengkapan karena perlengkapan sangat penting bagi jamaah. Karena perjalanan umroh tak lepas dari perlengkapan. Perlengkapan mulai kopernya dan sebagainya alhamdulillah perlengkapannya mina bisa diadu dengan travel lain. kita simple tidak terlalu banyak perlengkapan. Banyak perlengkapan itu belum tentu baik juga. Mina hanya memberikan perlengkapan hanya tiga untuk tasnya. Yaitu tas bagasi, tas kebin nah tas kebin ini khusus untuk paket-paket tertentu, dan tas serbaguna. Untuk tas serbaguna ini orang-orang nyebutnya tas paspor dan sebagainya. Disitu kelebihanya adalah dia simple tapi banyak ruang, bisa diisi longgar artinya sandal bisa masuk, Al-qur'an bisa masuk, minuman bisa masuk. Jadi semuanya praktis jadinya cukup bawa satu tas itu semuanya sudah bisa masuk dan nggak perlu printilanya banyak. Bentuknya juga elegan kekinian sehingga orang memakai itu tidak malu. Dan bahanya juga kuat. Jika diisi banyak inyaAllah tidak rusak. Kemudian kayak mukena yang kita berikan bahanya juga bagus. Kemudian lengkap kita ada mukena, ada jibab kain ihrom untuk bapak-bapak, kemudian ada sragam. Nahh sragamnya kita itu ada nilai plus karena seragam kita tanpa ada embel-embel label. Jadi tanpa label mina wisata sehingga banyak yang menggunakan seragam kita itu untuk acara-acara

¹⁰⁴ Hasil wawancara informan 1 pada tanggal 10 Januari 2021

istimewanya beliau. Misalnya ke acara pernikahan, acara pesta itu masih dipakek karena memang motif dan warnanya kan bagus. Ketika dipakek diacara wedding atau hajatan itu masih oke gitu. Banyak yang suka seperti itu. Selain itu juga mina menyediakan kursi roda untuk jamaah yang membutuhkan. Tetapi kursi roda itu terbatas. jadi siapa cepat maka dia akan dapat”¹⁰⁵

PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas untuk menunjang kenyamanan jamaah diantaranya adalah kursi roda untuk jamah yang membutuhkan, koper bagasi, koper kebin untuk paket platinum, dan tas tenteng yang elegan tetepai banyak ruang. Selian itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan fasilitas fisik kepada jamaah berupa kain ihrom, kain batik, buku do’a, dan baju koko untuk jamaah laki-laki. Untuk jamaah perempuan PT. Mina Wisata islami memberikan fasilitas fisik berupa mukena, baju ziarah, jilbab, buku do’a, dan kain batik. Untuk kain batik dan abju ziarah PT. Mina wisata tidak mencantumkan logo Mina Wisata. Hal tersebut dilakukan supaya baju tersebut dapat dipergunakan oleh jamaah diacara-acara lain.

C. Analisis Data

Pada penelitian berjenis kualitatif, analisis data termasuk sebuah tahap penting. Analisis data yaitu tahap yang memiliki manfaat sebagai penelaah data yang sudah didapatkan dari beberapa narasumber. Analisis data berguna sebagai penjelasan dan memastikan kebenaran temuan penelitian.

1. Strategi diferensiasi PT. Mina Wisata Islami

¹⁰⁵ Hasil wawancara informan 3 pada tanggal 13 Januari 2021

Dalam hal strategi diferensiasi di PT. Mina Wisata Islami menerapkan beberapa strategi diferensiasi mulai dari produk dan pelayanan. PT. Mina Wisata Islami menerapkan strategi diferensiasi dengan tujuan untuk supaya produk maupun jasa yang ditawarkan kepada jamaah itu terlihat unggul dari pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Strategi diferensiasi adalah suatu rencana yang menciptakan produk atau jasa yang unik dan juga berbeda dengan pesaing. keunikan inilah yang akan menarik perhatian konsumen. Ketika menciptakan suatu produk atau jasa harus melihat konsumen. Ada beberapa kesalahan yang sering kali dibuat oleh produsen. Ketika menciptakan produk atau jasa tidak melihat apa yang dibutuhkan konsumen. Produk atau jasa tersebut yang ditawarkan juga tidak bersifat unik karena hampir sama dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing. Perusahaan harus menciptakan produk atau jasa yang unik agar keunikan tersebut menjadi sorotan konsumen. Dengan adanya keunikan tersebut, maka perusahaan dapat menerapkan harga lebih atau menerapkan harga yang berbeda dari pesaing¹⁰⁶.

Strategi diferensiasi di PT. Mina Wisata Islami adalah harga paket umroh PT. Mina Wisata Islami sudah include mulai dari perlengkapan, vaksin, handling, pajak arab Saudi, dan biaya kenaikan visa. PT. Mina Wisata islami memiliki beberapa paket umroh yaitu paket mandiri, silver, gold dan platinum. Harga yang ditawarkan oleh PT. Mina Wisata Islami sangat kompetitif. Setiap masing-masing paket akan

¹⁰⁶ Ria Setiarini, “Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung”, *Jurnal Bina Ekonomi*, (Vol 1, No 1, tahun 2016), Hal 51

mendapatkan fasilitas yang sama. PT. Mina Wisata Islami juga menggunakan maskapai Saudi arline sementara travel lain yang harganya sama dengan PT. Mina Wisata Islami menggunakan lionair.

Menurut Maya Sari, strategi diferensiasi adalah suatu strategi yang menciptakan produk maupun jasa yang unik untuk menghadapi pesaing. Adapun prinsip strategi diferensiasi adalah mengutamakan pelanggan dan meningkatkan persepsi pembeli pada keunggulan kualitas, desain produk, bahan, citra dan pelayanan¹⁰⁷. PT. Mina Wisata Islami memberikan pelayanan yang ikhlas dan ramah kepada jamaah.

PT. Mina Wisata islami memberikan pelayanan berupa pengantaran perlengkapan jamaah ke rumah jamaah. PT. Mina Wisat islami juga melakukan pendampingan vaksin kesemua jamaah. PT. Mina Wisata Islami memberikan pelayanan mulai dari pendaftaran sampai jamaah di Makkah maupun Madinah. PT. Mina Wisata Islami merangkul jamaah bukan sebagai customer melainkan sebagai keluarga. PT. Mina Wisata Islami membuka stand di royal plaza dan tunjungan plaza. Jadi PT. Mina Wisata Islami tidak hanya melayani jamaah dihari efektif saja. Tetapi, PT. Mina Wisata Islami melayani jamaah dihari libur juga. PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas yang sesuai dengan kelasnya. PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas kepada jamaah sesuai dengan apa yang sudah dibeli oleh jamaah.

¹⁰⁷ Maya Sari, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (Studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru)”, *Jom Fisip*, (Vol 3, No 1, Tahun 2016), Hal 4

Michael Porter membahas dua jenis strategi diferensiasi, yaitu¹⁰⁸ 1). *A Broad Differentiation Strategy*. Strategi ini adalah menawarkan perbedaan atau keunikan suatu produk maupun jasa dari pada penawaran pesaing. strategi ini diterapkan pada segmen pasar yang lebih luas. 2). *A Focused Differentiation Strategy*. Strategi ini adalah menawarkan perbedaan atau keunikan suatu produk maupun jasa dari pada pesaing. strategi ini diterapkan pada segmen pasar yang lebih sempit.

PT. Mina Wisata Islami menerapkan 2 jenis strategi diferensiasi tersebut. PT. Mina Wisata Islami menawarkan perbedaan produk maupun jasa dari pada penawaran pesaing pada segmen pasar yang sempit. PT. Mina Wisata Islami juga menawarkan pada segmen pasar yang luas. PT. Mina Wisata Islami menerapkan ini bertujuan untuk supaya dapat memenuhi kebutuhan masing-masing konsumen. PT. Mina Wisata Islami juga memanfaatkan kemajuan terkonologi dalam menerapkan jenis strategi diferensiasi tersebut.

PT. Mina Wisata Islami memanfaatkan social media untuk menjangkau segmen pasar yang luas. Sosial media yang digunakan oleh PT. Mina Wisata Islami adalah Instagram, whatsapp, twitter, dan youtube. PT. Mina Wisata Islami memberikan pelayanan berupa pendampingan pengurusan dokumen dan vaksin untuk segmen pasar yang luas. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga membandrol harga yang kompetitif dan harga tersebut dapat dijangkau oleh segemen pasar yang luas.

¹⁰⁸ Bunga Ayu Valiandri, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta”, Skripsi, Fakultas Dahwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, Hal 14

Untuk menjangkau segmen pasar yang sempit PT. Mina Wisata Islami mengikuti pameran di mall-mall yang berada di kota Surabaya. Untuk pengantaran perlengkapan, PT. Mina Wisata Islami menerapkan pada segmen pasar yang sempit. Selain itu, paket platinum yang dibandrol dengan harga tinggi hanya dapat dijangkau oleh segmen pasar yang sempit.

Menurut Kartajaya yang dikutip oleh Gerry Doni, Diferensiasi mempunyai tiga syarat, yaitu¹⁰⁹: 1). Diferensiasi harus mampu menciptakan *excellent Value* pada konsumen. 2). Diferensiasi merupakan keunggulan yang ditonjolkan dari pada pesaing. 3). Diferensiasi harus mampu mempunyai keunikan tersendiri, sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaing.

PT. Mina Wisata Islami mempunyai produk yang unggul yaitu produk yang dipasarkan sudah include semua mulai dari vaksin, asuransi, pajak arab Saudi, handling, dan gratis biaya kenaikan visa. PT. Mina Wisata Islami memberikan pelayanan yang tulus dan ramah. PT. Mina Wisata Islami juga memeberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang diminta oleh jamaah. Banyak jamaah PT. Mina Wisata Islami, tetapi PT. Mina Wisata Islami mampu mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah masing-masing. Pengantaran perlengkapan tidak ada di travel-travel lain. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan berupa pendampingan vaksin kepada semua jamaah. PT. Mina Wisata Islami memberikan pendampingan kepada jamaah untuk mengurus surat recom kemenag maupun surat rekom imigrasi. Jamaah

¹⁰⁹ Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh, “*Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffe Island*”, Jurnal EMBA, (Vol 4, No 1, Tahun 2016), Hal 462

merasa terbantu atas pelayanan yang sudah diberikan oleh PT. Mina Wisata Islami.

2. Strategi Diferensiasi Pelayanan Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya

Strategi diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk pelayanan kepada pelanggan yang berbeda dengan pesaing. Peneliti Mahaja yang dikutip oleh Onong menyatakan bahwa kemampuan sumber daya manusia maupun teknologi yang menyediakan jasa pelayanan yang berbeda dari pesaing¹¹⁰. Strategi diferensiasi pelayanan memiliki peran aktif dalam pemasaran produk maupun jasa PT. Mina Wisata Islami. Adanya strategi diferensiasi bertujuan untuk supaya produk maupun jasa yang diciptakan berbeda dengan produk maupun jasa yang diciptakan oleh pesaing. Berikut adalah beberapa bentuk strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami.

Strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami adalah PT. Mina Wisata Islami mau mengantarkan perlengkapan jamaah ke rumah jamaah. PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan berupa pendampingan vaksin kepada semua jamaah. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pendampingan dalam pengurusan paspor. PT. Mina Wisata Islami juga memberikan fasilitas berupa pengurusan administrasi vaksin, mengurus data-data yang digunakan untuk vaksin. Jadi jamaah tinggal datang ke rumah sakit maupun KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan) untuk melaksanakan vaksin.

¹¹⁰ Onong Uchiana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Ce ke 4, hal 32

Menurut Tjipto yang dikutip oleh Ian Antonius mengatakan bahwa strategi diferensiasi pelayanan merupakan mewujudkan kreativitas yang tinggi mengenai sebuah pelayanan. Strategi diferensiasi pelayanan juga meningkatkan keramahan terhadap konsumen dan berwawasan yang luas. Sehingga konsumen merasa sangat puas dengan jasa pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan¹¹¹. PT. Mina Wisata Islami juga menerapkan strategi diferensiasi pelayanan berupa pemberian pelayanan yang ramah, tulus, dan senang hati. PT. Mina Wisata Islami juga mau mengantarkan jamaah vaksin walaupun jamaah yang mau vaksin hanya 1 atau 2 orang.

Strategi diferensiasi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Mina Wisata Islami sudah berjalan secara efektif maupun efisien. Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh PT. Mina Wisata Islami. Kendala yang dihadapi oleh PT. Mina Wisata Islami adalah komunikasi antara jamaah dengan team marketing, dan team marketing dengan pihak yang terkait lainnya. Selain itu, kendala yang dihadapi oleh PT. Mina Wisata Islami adalah mengenai tempat dan waktu. Ketika ada jamaah yang mau mengambil perlengkapan di kantor. Jamaah mau mengambil seketika itu, sedangkan jamaah belum ada konfirmasi sama team marketing. Sehingga jamaah harus menunggu lama untuk disiapkan perlengkapannya dan untuk dianterkan ke tempat jamaah tersebut. Untuk mengatasi kendala tersebut setiap tindakan apapun selalu dikomunikasikan. Semua perlu

¹¹¹ Ian Antonius Ong Dan Drs. Sugiono Sugiharto, “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (Vol 1, No 2, Tahun 2013), hal 3

dikonfirmasikan kesesama pegawai. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberi pengertian kepada jamaah supaya jamaah tidak bingung dan jamaah faham mengenai langkah-langkahnya seperti apa.

Ada beberapa dimensi pelayanan yang dikutip oleh Tjiptono yaitu : 1) Reabilitas (Reability), 2) Responsif (Responsiveness), 3) kepastian atau jaminan (Assurance), 4) empati (Empathy), 5) Nyata (Tangibles)¹¹².

PT. Mina Wisata Islami menerapkan beberapa dimensi pelayanan diantaranya adalah Reabilitas (Reability). Reabilitas perlu diperhatikan Ketika menerapkan strategi diferensiasi pelayanan. PT. Mina Wisata islami telah memeberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan. PT. Mina Wisata islami menerapkan reabilitas berupa ketepatan waktu, kecepatan dan sikap simpatik.

PT. Mina Wisata Islami mengutamakan kecepatan dan ketepatan waktu. PT. Mina Wisata Islami melakukan itu dengan tujuan supaya tidak mengecewakan jamaah. Selain itu, supaya jamaah puas dengan apa yang telah diberikan oleh PT. Mina Wisata Islami. PT. Mina Wisata Islami Surabaya juga bersikap simpatik kepada jamaah yang berkebutuhan khusus, misalnya jamaah yang sudah lanjut usia. PT. Mina Wisata Islami juga memeberikan pendampingan kepada jamaah dari jamaah sebelum daftar sampai jamaah di Makkah maupun Madinah.

Sikap responsive yaitu Yaitu keinginan atau kesadaran bertindak secara cepat untuk menolong pelanggan serta memberi pelayanan dengan tepat waktu.

¹¹² Omega Wulan Wilar dan Frederik G Worang dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Bank Central Asia. TBK. Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal EMBA*, (Vol 5, No 3, Tahun 2017), Hal 3847

PT. Mina Wisata Islami bersikap responsive kepada semua jamaah. Sikap responsive yang diberikan oleh PT. Mina Wisata Islami kepada jamaah adalah membantu jamaah mulai dari sebelum daftar sampai ketika jamaah di Makkah maupun Madinah. Selain itu PT. Mina Wisata Islami juga memberikan pelayanan yang tepat waktu.

PT. Mina Wisata Islami bersikap responsive terhadap jamaah dan calon jamaah. PT. Mina Wisata Islami juga memberikan perhatian kepada jamaah. PT. Mina Wisata Islami aktif terhadap jamaah. PT. Mina Wisata Islami selalu menanyakan apa yang dibutuhkan oleh para jamaah mulai dari perlengkapan apa saja yang dibutuhkan, apa saja yang belum diterima oleh jamaah dll. PT. Mina Wisata Islami juga tanggap terhadap keluhan jamaah dan secepat mungkin PT. Mina Wisata Islami memberikan solusi untuk jamaah Ketika jamaah menemukan masalah.

Kepastian atau jaminan merupakan sopan santun, pengetahuan, dan kepercayaan diri para pegawai. Kepastian/ jaminan ini berkenaan dengan memberikan pelayanan yang sopan dan memiliki sikap repek terhadap konsumen. Kepastian atau jaminan di PT. Mina Wisata Islami berkenaan dengan pengetahuan dan sopan santun. Dalam hal ini para pegawai PT. Mina Wisata Islami percaya diri kepada jamaah. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga menerapkan sikap respek dan sopan santun terhadap jamaah.

PT. Mina Wisata Islami bersikap sopan kepada semua jamaah. Bahkan, PT. Mina Wisata Islami juga bersikap sopan kepada jamaah yang tidak jadi mendaftar umroh. PT. Mina Wisata Islami merangkul jamaah sebagai saudara bukan sebagai customer. PT. Mina Wisata Islami bersikap respek kepada jamaah. Ketika ada jamaah yang datar ke kantor, para pegawai langsung

membukakan pintu untuk calon jamaah. Ketika ada jamaah minta refund, PT. Mina Wisata Islami juga membuatkan rincian sedetail mungkin kepada jamaah. Jadi apapun yang diminta oleh jamaah PT. Mina Wisata Islami tetap respek terhadap jamaah.

Empati merupakan pemberian perhatian kepada semua individu secara khusus. Empati ini berkenaan dengan kemampuan dalam melaksanakan pendekatan kepada konsumen, memberi dan melindungi konsumen, berusaha untuk memahami setiap hal yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Serta mengetahui apa yang dirasakan oleh konsumen. Empati di PT. Mina Wisata Islami adalah para pegawai melakukan pendekatan terhadap jamaah. Para pegawai menanyakan hal apa yang dibutuhkan oleh jamaah. Menanggapi keluhan kesah jamaah.

Pegawai PT. Mina Wisata Islami sudah dibekali untuk bersikap empati kepada jamaah. Para pegawai sering menanyakan hal apa saja yang dibutuhkan oleh jamaah. Para pegawai juga menanggapi dan memberikan solusi atas apa yang dikeluhkan oleh jamaah. PT. Mina Wisata Islami betul-betul membantu apa saja yang dibutuhkan oleh jamaah mulai dari sebelum daftar, saat daftar, dan saat di Makkah maupun Madinah. PT. Mina Wisata Islami juga memberikan perhatian kepada jamaah yang sibuk dalam kesehariannya. Jamaah bisa daftar umroh melalui online dan perlengkapannya nanti akan diantarkan oleh pihak PT. Mina Wisata Islami.

Nyata (Tangible) merupakan sesuatu hal yang nampak dan yang nyata. Hal ini berkenaan dengan penampilan pegawai dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya. Fasilitas tersebut berupa peralatan dan perlengkapan

yang menunjang pelayanan¹¹³. Hal ini berkenaan dengan penampilan pegawai PT. Mina Wisata Islami. Selain itu nyata di PT. Mina Wisata Islami merupakan fasilitas fisik yang menunjang pelayanan jamaah dan fasilitas fisik yang menunjang kenyamanan jamaah.

Pegawai PT. Mina Wisata Islami sudah berpenampilan baik sekaligus rapi. Untuk visit ke jamaah, pegawai juga menggunakan mobil operasional PT. Mina Wisata Islami. PT. Mina Wisata Islami juga mempunyai mobil box untuk mengantarkan perlengkapan jamaah. Selain itu, ada beberapa fasilitas fisik lain yang diberikan kepada jamaah untuk menunjang kenyamanan jamaah .

PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas fisik untuk menunjang kenyamanan jamaah diantaranya adalah kursi roda untuk jamaah yang membutuhkan. Selain itu PT. Mina Wisata Islami juga memberikan perlengkapan berupa koper kebin untuk jamaah yang memeli paket umroh platinum. PT. Mina Wisata Islami memberikan tas tengas yang elegan tetapi banyak ruang. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami juga memberikan fasilitas fisik kepada jamaah berupa kain ihrom, kain batik, baju do'a, dan baju koko untuk jamaah laki-laki. Untuk jamaah perempuan, PT. Mina Wisata Islami memberikan fasilitas fisik berupa mukena, baju ziarah, jilbab, buku do'a, dan kain batik. Untuk kain batik dan baju ziarah, PT. Mina Wisata Islami tidak mencantumkan logo Mina Wisata. Hal tersebut dilakukan supaya baju tersebut dapat digunakan oleh jamaah untuk acara-acara lain.

¹¹³ Omega Wulan Wilar dan Frederik G Worang dan Djurwati Soepeno, "Analisis Strategi Diferensiasi produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Bank Central Asia. TBK. Kantor Cabang Utama Manado", *Jurnal EMBA*, (Vol 5, No 3, Tahun 2017), Hal 38

Banyak jamaah yang menggunakan baju tersebut untuk acara arisan, kondangan, hajatan dll.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip pada jurnal e-proseeding of management bahwa dasar diferensiasi pelayanan utama adalah : 1) kemudahan pemesanan. 2) pengiriman 3) konsultasi pelanggan 4) Miscellaneous servise.

PT. Mina Wisata Islami Surabaya memberikan pelayanan kemudahan dalam pemesanan umroh. PT. Mina Wisata Islami Surabaya melayani pemesanan umroh via online. Calon jamaah bisa memesan umroh melalui web ataupun whatsapp. Selain itu, PT. Mina Wisata Islami Surabaya juga memeberikan pelayanan dalam hal pengiriman. PT. Mina Wisata Islami Surabaya memberikan pelayanan berupa pengiriman perlengkapan jamaah ke rumah jamaah masing-masing. Apabila ada jamaah yang meminta untuk diantarkan perlengkapannya maka, PT. Mina Wisata Islami Surabaya siap untuk mengantarkan perlengkapan tersebut.

PT. Mina Wisata Islami Surabaya memberikan pelayanan kepada jamaah berupa pemberian informasi. Jamaah yang sudah mendaftar di PT. Mina Wisata Islami Surabaya akan dimasukkan di grup whattapp dengan tujuan supaya pemberian informasi dapat diterima oleh semua jamaah. PT. Mina Wisata Islami Surabaya juga memberikan pelayanan lain untuk memenuhi apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh jamaah.

BAB V

PENUTUP

D. Kesimpulan

Dari hasil studi lapangan dan analisis pembahasan tentang strategi diferensiasi pelayanan di PT. Mina Wisata Islami, penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Mina Wisata Islami menerapkan strategi diferensiasi pelayanan. Bentuk dari strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami adalah :

1. Pengiriman

Strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami Surabaya adalah pengiriman perlengkapan. PT. Mina Wisata Islami Surabaya memberikan pelayanan berupa pengantaran perlengkapan ke rumah jamaah masing-masing. Jika ada perlengkapan yang kurang maka PT. Mina Wisata Islami Surabaya akan mengirim perlengkapan yang kurang tersebut melewati ekspedisi.

2. Pendampingan

Strategi diferensiasi pelayanan yang ada di PT. Mina Wisata Islami Surabaya adalah pendampingan. Pendampingan tersebut berupa pendampingan vaksin kepada semua jamaah. Selain itu, pendampingan yang diberikan oleh PT. Mina Wisata Islami Surabaya yaitu pendampingan saat jamaah belum daftar, jamaah sudah daftar, jamaah di Makkah maupun Madinah dan sampai jamaah Kembali ke tanah air.

E. Saran dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti menyampaikan saran dan rekomendasi kepada :

1. PT. Mina Wisata Islami

Pertama, PT. Mina Wisata Islami perlu menambah strategi diferensiasi dalam proses pemasaran produk

umroh. *Kedua*, PT. Mina Wisata Islami perlu menekankan lagi pada strategi difrensiasi pelayanan karena PT. Mina Wisata Islami merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

2. Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti tentang pengaruh strategi diferensiasi terhadap minat beli jamaah di PT. Mina Wisata Islami Surabaya.

F. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari ada keterbatasan selama melakukan penelitian. dalam hal ini, pencarian data terhadap objek penelitian kurang mendalam. Peneliti tidak dapat mencari data lebih lanjut, karena waktu yang disediakan oleh objek penelitian terbatas saat proses wawancara

Daftar Pustaka

- Abdussamad Zulfiah, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Jasa Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo”, Dosen Feb Universitas Negeri Gorontalo
- Afrima Wulandari, dkk, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Industri Jasa Perhotelan”, *Jurnal Jom FISIP*, (Vol 4, No 1, Tahun 2017)
- Al-Jumanatul ‘Ali (Al-Qur’an dan Terjemahannya), (J-Art 2004)
- Anwar Chaula, *Analisis Strategi Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Diferensiasi Produk Study Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda*, Telaah Bisnis , (Tahun 2007)
- Anwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007)
- Anwar Saefuddin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011)
- Arikunto, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Arofahmina.co.id
- Azwar M, “Analisis Strategi Diferensiasi (Kasus Produk Telkom Speedy di Plasa Pekanbaru”, *Jurnal Jom FISIP*, (Vol 3, No 2)
- Barlian Ikbali, “Begitu Pentingnya Strategi Belajar Mengajar Bagi Guru”, *Jurnal Forum Sosial*, (Vol 6, No 01, Tahun 2013)
- Cahyani Retno, Dll, “Deskripsi Percakapan Kritis Matematis Siswa dalam Pembelajaran Socrates Saintifik”, *Jurnal*

Pendidikan Matematika Uinila, (Vol 7, No 2, Tahun 2019)

- Effendy Uchiana Onong , Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Ce ke 4
- Enong Muiz Enong, dkk, “Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh Terhadap Perusahaan”, *Jurnal Ekonomi dan Bismis Manajemen*, (Vol 8, No 1, Tahun 2018)
- Firtia Nurulita, “Tingkat Kepuasan Muzakki Terhadap Pelayanan Jasa Lembaga Amil Zakat (Studi Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat Jakarta)
- Goni Roy, 2007, “*PLAYING TO WIN: langkah-langkah cerdas di tengah gejolak persaingan Copycat Economy*”, Jakarta: Ikrar Mandiriabadi
- Hakim M Arif, dkk, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan Dalam Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing (studi pada Pt. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol 5, No 2, Tahun 2017)
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Malang: UMM Press, 2008)
- Hasanah Hasyim, “Teknik-Teknik Observasi”, *Jurnal At Taqaddum*, (Vol 8, No 1, Tahun 2016)
<http://id.noblequran.org/quran/surah-an-nisa/ayat-29>
- Ibrahim H Amin, “Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya”, (Bandung : CV Mandar Maju, 2008)
- J.C Tuner, dkk, *Intergrup Behavoiur*, (Oxford : Basil Blacwell, 1985)
- Kamayuda Dewa Made Dwi, “Perencanaan Strategi Bersaing Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik

Sekolah Baru Di Salahsatu Sekolah Swasta Salatiga”,
Jurnal Manajemen Pendidikan, (Vol 3, No 1, Tahun 2016)

- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 2011)
- Manap Abdul, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, 2016 (Jakarta: Mitra Wacana Mediaa)
- Mariyana Defi, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Toko Buku Zafana) Metropolitan City Pekanbaru”, *JOM FISIP*, (Vol 4, No 2, Tahun 2017)
- Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE UII, 2002)
- Minawisata.com
- Mohammad Mulyadi, *Metode Peneltian Praktis Kualitatif &Kuantitatif*. (Jakarta : Publica Press, 2016)
- Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Moleong Lexy J, *Metodologi Penelian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007)
- Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Karya, 2007)
- Mustofa Pinton Setya, dll, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*, (Program Studi Pendidikan Olahraga Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang, 2020)
- Nurchayati, dkk, “Penerapan Model Srategi Keunggulan Bersaing Berorientasi Lingkungan Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kota Semarang” *Serat-Jurnal Ilmiah, UNTAG Semarang*

- Ong Ian Antonius, dkk, “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (Vol 1, No 2, Tahun 2013)
- Pearce II Jhon A., Rechard B. Robincon, JR, Manajemen Strategi, (Jakarta:Selemba Empat , 2014)
- Pelanggan Di Cincau Station Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, (Vol 1, No 2, Tahun 2013)
- Putra, dkk. *Penelitian Kualitatif IPS*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2013)
- Radji Djoko Lesmana, “Penerapan Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal INNOVASI*, (Vol 6, No 4, Tahun 2009)
- Ratela Gerry Doni, dkk, “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian di Rumah Kopu Coffe Island”, *Jurnal EMBA*, (Vol 4, No 1, Tahun 2016)
- Riny Hanifah Hasnah, Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan KonsumenAuto 2000 Karanwang”, *e-proceeding of Management*, (Vol 6, No 2, tahun 2019)
- Saiman Leonardus, Kewirausahaan, (Jakarta : Selemba Empat, Edisi 2, 2012)
- Sari Maya, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (Studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru)”, *Jom Fisip*, (Vol 3, No 1, Tahun 2016)
- Sarwon Jonatan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)

- Salim, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, Cet ke-6, 2015)
- Sejati Bayu Sutriana Aria, Yahya, “Pengaruh Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Starbucks”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Vol 3, No, 5, Tahun 2016)
- Setiarini Ria, “Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung”, *Jurnal Bina Ekonomi*, (Vol 1, No 1, tahun 2016)
- Shieni, “Strategi Diferensiasi Pada PT Matahari Departemen Store TBK”, *Jurnal Manajemen Dan Kwirausahaan*, (Vol 3, No 1)
- Sugiono, *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: Al Fabeta , 2018)
- Tampi Nicky Hanry Ronaldo “Analisis Diferensiasi Produk, Diferensiasi layanan dan Difrensiasi Citra Terhadap layanan keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran”, *Jurnal EMBA*, (Vol 3, No 4, Tahun 2015)
- Tanjung Hendri, dkk, *Metodologi penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gramata Publishing, 2013)
- Tjiptono Fandi, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayu Media, 2005)
- Firtia Nurulita, “Tingkat Kepuasan Muzakki Terhadap Pelayanan Jasa Lembaga Amil Zakat (Studi Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Umat Jakarta)
- UmrohSahelia.com
- Valiandri Bunga Ayu, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta”, Skripsi,

Fakultas Dahwah dan Komunikasi, Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016

Wilar Omega Wulan, dkk, “Analisis Strategi Diferensiasi produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Bank Central Asia. TBK. Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal EMBA*, (Vol 5, No 3, Tahun 2017)

Wulan Omega, dkk, “Analisis Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)” *JOM FISIP*, (Vol 2, No 2), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

Yuliarmi Ni Nyoman, dkk, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar”, *Buletin Studi Ekonomi*, (Vol 12, No 1, Tahun 2007)