



## **Analisis Strategi Bersaing PT. Dewa Arystama Tour & Travel Dolopo Madiun di Tengah Persaingan Usaha Jasa Travel Online**

**Anisa Maya Umri Hayati<sup>1</sup>, Faruq Ahmad Futaqi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [mayanisha25@gmail.com](mailto:mayanisha25@gmail.com)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, [futaqifaruq@gmail.com](mailto:futaqifaruq@gmail.com)

---

### **Article Info**

---

#### **Article history:**

Received March 26, 2024

Revised June 4, 2024

Accepted June 25, 2024

Available online June 28, 2024

---

\*Corresponding author email:

[mayanisha25@gmail.com](mailto:mayanisha25@gmail.com)

---

#### **Keywords:**

Business competition, Competitive strategy, Impact.

---

### **Abstract**

The rapid development of technology has led to the emergence of online-based airplane ticket agents that hurt traditional ticket agents. Therefore, a competitive strategy is needed so that traditional ticket agents can compete with online ticket agents. This study aims to determine the competitive strategy of PT Dewa Arystama Tour & Travel amid competition for online travel services. This type of research is field research using a qualitative research approach. The data used in this study are primary data obtained through interviews and observations at PT Dewa Arystama Tour & Travel. Data collection techniques using interviews and observations. The analysis results in this study are the competitive strategies used by PT Dewa Arystama Tour & travel in the midst of the threat of online travel services: low cost, differentiation, and focus strategies. Implementing these competitive strategies is by Islamic law, including providing honest, trustworthy services and maintaining friendships with consumers. These strategies are implemented with the primary objective of helping and providing comfort for consumers in traveling. The impact of implementing this strategy is to satisfy consumers so that many return to PT Dewa Arystama.

---

DOI: [10.21154/niqosiya.v4i01.3065](https://doi.org/10.21154/niqosiya.v4i01.3065)

Page: 101-108

---

Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2024, the author(s)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih tidak dapat dibendung oleh apapun. Pesatnya perkembangan teknologi tersebut menyebabkan munculnya agen tiket pesawat berbasis online yang disebut travel online sangat berdampak buruk pada agen tiket tradisional (Azizah, 2020). Travel online disini diantaranya traveloka, agoda, tiket.com, dan lain-lain. Perkembangan teknologi online kini semakin tak terbendung termasuk di dalam bisnis agen travel. Perkembangan teknologi tersebut membuat segala hal menjadi serba praktis dan mudah, khususnya bagi yang akan melakukan perjalanan ke luar kota maupun ke luar negeri. Perkembangan bisnis online mengakibatkan terancam tergusur jika tidak beradaptasi, karena dengan bermodalkan *handphone* dan internet maka pemesanan tiket pesawat dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan pastinya menghemat waktu dan biaya, apalagi dalam travel online harga yang ditawarkan cenderung lebih murah dibandingkan dengan travel tradisional. Selain persaingan dengan travel online, terdapat pula persaingan dengan travel tradisional lainnya, yang pastinya juga dapat mempengaruhi penjualan agen. Misalnya saja, agen tiket tradisional yang terancam gulung tikar akibat gempuran travel online. Sebagian besar pelaku bisnis travel tradisional terpaksa menutup sementara dan melakukan diversifikasi bisnisnya. Oleh karena itu pelaku bisnis travel tradisional harus melakukan strategi-strategi agar usaha yang dijalankannya dapat bersaing dengan bisnis travel online, salah satunya yaitu dengan menerapkan strategi bersaing dengan tujuan membangun keunggulan dan posisi bertahan yang menentukan persaingan industri.

Di era persaingan yang semakin kompetitif dibutuhkan sebuah strategi agar dapat menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan jasa travel tradisional daripada travel online. Agen tiket tradisional dituntut untuk dapat menarik minat pelanggan dengan mengubah tantangan menjadi sebuah kesempatan. Tantangan yang dihadapi menjadi dasar agen tiket tradisional untuk menciptakan strategi guna mempertahankan eksistensi. Strategi bersaing adalah menentukan dan menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan dengan memberdayakan semua sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien (Grifella Sofiantoa et al., 2022).

Agen perjalanan adalah terjemahan dari suatu istilah dalam bahasa Inggris yaitu *travel agency* yang berarti suatu perusahaan keagenan yang menitik beratkan pada bisnis perjalanan. Beberapa istilah yang dikenal dalam dunia pariwisata terhadap istilah agen perjalanan diantaranya *travel service*, *travel bureau*, *tour operator*, *tourist bureau*, dan *tour and travel service*. Semua istilah tersebut berarti perusahaan yang melakukan kegiatan memberikan informasi dan pelayanan bagi orang yang akan melakukan perjalanan pada umumnya (Handayani & Suryayusra, 2023). *Online travel agency* atau travel online adalah agen perjalanan yang berperan sebagai media promosi dan penjualan secara online melalui aplikasi dan *website* (Anjastantri & Dewantara, 2017). Sedangkan *traditional travel agency* atau agen tiket tradisional adalah agen perjalanan yang transaksinya dilakukan secara tradisional yang mempertemukan antara penjual dan pembeli. Ciri utama dari agen

tiket tradisional adalah berbasis lokasi (Suryantara, 2019). PT Dewa Arystama atau biasa disebut dengan Agen Tiket Pak Dar merupakan salah satu agen tiket tradisional di Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun yang masih beroperasi sampai sekarang. Agen ini berdiri sejak tahun 1980-an yang merupakan usaha turun menurun dari keluarganya dan sekarang dikelola oleh Bapak Sudarmadi.

Dari beberapa penelitian dijelaskan bahwa dengan munculnya bisnis travel online membuat travel tradisional tradisional mengalami penurunan penjualan bahkan sampai gulung tikar. Sebagian besar pelak bisnis travel tradisional terpaksa menutup sementara bisnis tersebut seperti yang terjadi di Ponorogo, berbeda dengan PT. Dewa Arystama Tour & Travel menurut Bapak Sudarmadi selaku pemilik PT. Dewa Arystama Tour & Travel mengatakan bahwa dengan adanya travel online tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap penjualannya. Oleh karena hal inilah peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam strategi bersaing yang dilakukan oleh PT. Dewa Arystama Tour & Travel.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, disebut penelitian lapangan karena dalam penelitiannya seorang peneliti harus terjun langsung ke lapangan (Sulasmi, 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, jejak pendapat dari individu atau kelompok maupun hasil observasi dari suatu objek. Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari (Sugiyono, 2018). Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara kepada pihak terkait, diantaranya Sudarmadi selaku pemilik perusahaan, Eny selaku karyawan, Yanto selaku konsumen, dan Mujiono selaku konsumen. Teknik pengolahan data yang dilakukan yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini teknik pemeriksaan yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan data lain untuk pengecekan atau perbandingan data (Hadi, 2016).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Bersaing PT. Dewa Arystama Tour & Travel Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun di Tengah Persaingan Usaha Jasa Travel Online**

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, strategi bersaing yang dilakukan PT. Dewa Arystama Tour & Travel adalah strategi bersaing generic, diantaranya strategi biaya rendah, strategi diferensiasi, dan strategi focus.

#### **1. Strategi Biaya Rendah**

Strategi biaya rendah yaitu serangkaian tindakan integratif untuk memproduksi dan menawarkan barang atau jasa pada biaya paling rendah terhadap para pesaing dengan ciri-ciri yang dapat diterima oleh para pelanggan. Strategi biaya rendah merupakan skala

ekonomi yaitu tujuan untuk mencapai ukuran minimum efisiensi antara hubungan input-output, dan *high quality products* (Merliana & Arismutia, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian dalam menerapkan strategi bersaing biaya rendah pada PT. Dewa Arystama Tour & Travel telah sesuai dengan teori strategi bersaing pada biaya rendah. Berdasarkan hasil wawancara kepada Sudarmadi, Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Dewa Arystama Tour & Travel dalam menjual produknya relatif lebih rendah dari pada travel tradisional lainnya, meskipun harga yang ditawarkan tidak semurah di travel online. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya selisih harga antara 20 ribu sampai 50 ribu dengan travel tradisional lainnya. Untuk harga yang ditawarkan PT. Dewa Arystama Tour & Travel tergantung dengan harga yang tertera di masakapai.

## 2. Strategi Diferensiasi

### a. Diferensiasi Produk

Dalam diferensiasi produk, produk memiliki arti atau nilai bahwa perusahaan menciptakan suatu produk baru yang dirasakan oleh keseluruhan pelanggan sebagai produk yang unik dan berbeda. Dalam diferensiasi produk, produk memiliki arti atau nilai bahwa perusahaan menciptakan suatu produk baru yang dirasakan oleh keseluruhan pelanggan sebagai produk yang unik dan berbeda. Diferensiasi produk adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar baru dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas (Ulya, 2020). Diferensiasi ini sangat penting dan cocok sebagai kunci sukses dalam perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus menerapkan diferensiasi di mana diferensiasi merupakan salah satu jenis keunggulan bersaing yang bisa dimiliki perusahaan (Ricky et al., 2019). Berdasarkan hasil wawancara dengan Sudarmadi selaku pemilik PT. Dewa Arystama Tour & Travel berusaha untuk mendiferensiasikan produk-produknya dengan menyediakan produk-produk yang tidak ada di travel online seperti layanan travel antar jemput bandara, pelabuhan, layanan bus, dan layanan pembuatan passport dan visa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eny selaku karyawan mengatakan bahwa diferensiasi produk yang dilakukan PT. Dewa Arystama Tour & Travel dalam menghadapi persaingan dengan travel tradisional lainnya yaitu produk-produk yang disediakan hampir sama, PT. Dewa Arystama Tour & Travel menyediakan produk travel yang bisa di jemput dari rumah dan berbagai bus dengan banyak rute. Selain itu diferensiasi produk yang PT. Dewa Arystama Tour & Travel adalah produk yang dipasarkan sudah termasuk semua, mulai dari travel, tiket pesawat, bagasi, *check in* tiket, serta proses penjemputan dari bandara atau pelabuhannya.

### b. Diferensiasi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian yang diberikan konsumen atas pelayanan yang diberikan pada produk atau jasa yang diterima oleh konsumen. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen

(Nurhidayati, 2021). Berdasarkan hasil wawancara kepada Eny, PT. Dewa Arystama Tour & Travel menerapkan strategi diferensiasi kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang optimal yang tidak pelanggan peroleh ketika bertransaksi di travel online.

Berdasarkan wawancara dengan Sudarmadi, dalam menghadapi persaingan dengan travel tradisional yang lainnya PT. Dewa Arystama Tour & Travel memberikan pelayanan dengan menggunakan metode kekeluargaan yaitu dengan menjaga silaturahmi antara pemilik dengan konsumen, dengan mengunjungi rumah konsumen agar antara perusahaan dengan konsumen lebih terikat dan konsumen tidak pindah ke travel tradisional lainnya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Mujiono dan Yanto yang mengatakan bahwa dalam melayani konsumen karyawan di PT. Dewa Arystama Tour & Travel selalu tersenyum dan ramah dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan produk.

c. Diferensiasi Saluran Distribusi

Perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing melalui cara mereka merancang saluran distribusi, terutama yang menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut (Firmansyah et al., 2019). Berdasarkan hasil wawancara kepada Eny, PT. Dewa Arystama Tour & Travel tidak menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dan *website* sebagai pemasarannya serta juga tidak membuat brosur ataupun media cetak lainnya. PT. Dewa Arystama Tour & Travel hanya menggunakan media *whatsapp* serta menyebarkan kartu nama sebagai pemasarannya, dan sebagian besar promosi yang di lakukannya hanya melalui mulut ke mulut.

d. Diferensiasi Citra

Citra merupakan arti penting dalam bisnis. Identitas dan citra perlu dibedakan. Identitas terdiri dari berbagai cara yang dimaksudkan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi atau memposisikan diri atau produknya. Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Agar diterima dengan baik oleh konsumen, perusahaan perlu membuat citra yang khas agar pembeda tersebut dapat menancap kuat di benak konsumen (Firmansyah et al., 2019). Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Sudarmadi, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan baik hal tersebut terlihat dari PT. Dewa Arystama Tour & Travel yang telah berkecimpung dalam bidang jasa travel selama lebih dari 25 tahun, selain itu terdapat persepsi yang melekat pada konsumen ketika berbicara mengenai PT. Dewa Arystama Tour & Travel, yaitu banyak konsumen yang menyebut PT. Dewa Arystama Tour & Travel dengan nama agen Tiket Pak Dar, harganya murah, dan pelayanannya baik.

3. Strategi Fokus

Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing pada segmen pasar yang lebih sempit, dan dalam segmen tersebut perusahaan berupaya untuk mencapai keunggulan biaya atau diferensiasi. Perusahaan yang menggunakan strategi fokus

menikmati derajat loyalitas yang tinggi dan loyalitas tersebut dapat sebagai penghambat bagi pesaing untuk berkompetisi secara langsung (Ginny, 2019). Jika strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran mereka keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sudarmadi PT. Dewa Arystama Tour & Travel menggunakan strategi fokus dalam menghadapi persaingan. Sudarmadi selaku pemilik PT. Dewa Arystama Tour & Travel menjelaskan mengenai pemasaran yang dilakukan yaitu berfokus atau berkonsentrasi pada masyarakat pedesaan dan orang-orang yang lebih tua. Karena masyarakat pedesaan lebih menyukai pelayanan fisik dengan bertemu langsung dibandingkan memesan lewat travel online. Selain itu kebanyakan masyarakat pedesaan ataupun orang-orang yang sudah tua tidak terlalu menyukai pembelian di travel online karena dirasa tidak aman.

### **Analisis Alasan PT. Dewa Arystama Tour & Travel Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun dalam Menggunakan Strategi Bersaing.**

Dalam menjalankan suatu bisnis perlu adanya strategi-strategi yang diterapkan agar dapat memenangkan persaingan. Salah satunya yaitu dengan menerapkan strategi bersaing. Strategi bersaing bertujuan untuk melawan kekuatan yang menentukan persaingan industri, mempertahankan posisi yang menguntungkan, dan pada akhirnya dapat mengatasi dan mengubah aturan untuk menguntungkan perusahaan (Handriani, 2011). Agar mampu bersaing dengan bisnis travel online PT. Dewa Arystama Tour & Travel menerapkan strategi bersaing generik, diantaranya strategi biaya rendah, strategi diferensiasi, dan strategi fokus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eny, PT. Dewa Arystama Tour & Travel menerapkan strategi biaya rendah adalah untuk memikat konsumen. Konsumen akan lebih tertarik jika harga yang ditawarkan murah. Meskipun harga yang ditawarkan tidak semurah di travel online tetapi setidaknya harga yang ditawarkan PT. Dewa Arystama Tour & Travel lebih murah dibandingkan travel tradisional yang lainnya. PT. Dewa Arystama Tour & Travel menerapkan strategi diferensiasi yang meliputi diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra. Strategi diferensiasi produk berupa menyediakan produk-produk yang tidak ada di travel online, dengan tujuan utamanya membantu dan mempermudah konsumen dalam melakukan perjalanan ke bandara dan pelabuhan, serta membantu konsumen yang ingin melakukan perjalanan menggunakan kapal laut.

Berdasarkan wawancara dengan Sudarmadi, adapun strategi diferensiasi kualitas pelayanan yang dilakukan PT. Dewa Arystama Tour & Travel yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan menggunakan sistem kekeluargaan atau humanis, hal tersebut digunakan agar konsumen merasa aman dan puas ketika bertransaksi di agen tradisional. Pada strategi diferensiasi saluran distribusi, PT. Dewa Arystama Tour & Travel hanya menggunakan media *whatsapp* dan pemasaran melalui mulut ke mulut. Penggunaan media *whatsapp* bertujuan untuk membantu konsumen yang berada jauh dari lokasi agen dalam pemesanan tiket ataupun hanya sekedar menayakan produk-produk serta memudahkan pelanggan untuk memesan tiket karena dianggap menghemat waktu dan

tenaga. Pada strategi diferensiasi citra, PT. Dewa Arystama Tour & Travel lebih meningkatkan dari segi kualitas pelayanannya. Karena semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan berdampak positif terhadap perusahaan. Selain itu, diferensiasi citra yang dilakukan yaitu menggandalkan citra dari pemilik agen yaitu Bapak Sudarmadi yang dianggap memiliki banyak relasi dan terkenal sangat baik dalam melayani konsumen.

### **Dampak Strategi Bersaing yang diterapkan oleh PT. Dewa Arystama Tour & Travel Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun Terhadap Eksistensi Perusahaan.**

Dampak adalah akibat dari suatu tindakan yang dilakukan oleh orang, kelompok, atau perusahaan yang melakukan kegiatan tersebut, dampak adalah pengaruh yang kuat yang dapat berakibat positif maupun negative. Berdasarkan paparan data dari hasil wawancara kepada beberapa informan dampak dari menerapkan strategi bersaing di tengah persaingan usaha jasa travel online di PT. Dewa Arystama Tour & Travel tentu akan berdampak positif pada eksistensi perusahaan. Dampak dari penerapan strategi bersaing di tengah persaingan usaha jasa travel online yang diperoleh adalah konsumen yang datang kembali bertransaksi untuk membeli produk dan menjadi pelanggan. Hal tersebut dianggap menguntungkan karena dengan kembalinya konsumen ke perusahaan menandakan bahwa konsumen tidak membeli produk di travel online maupun agen tiket yang lain. Selain itu penggunaan strategi tersebut berdampak pada perusahaan yang semakin di kenal banyak orang, yang ditandai dengan banyaknya konsumen baru yang datang ke agen. Selain itu dengan menerapkan strategi diferensiasi tersebut berdampak pada jumlah konsumen yang bertransaksi di PT. Dewa Arystama Tour & Travel hal tersebut ditandai adanya konsumen yang datang ke agen di setiap harinya.

Dampak kedua dari penerapan strategi bersaing PT. Dewa Arystama Tour & Travel di tengah persaingan usaha jasa travel online yaitu mempererat tali silaturahmi antara perusahaan dengan konsumen melalui pelayanan yang diberikan. Sehingga konsumen merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan PT. Dewa Arystama Tour & Travel. Selain itu penerapan strategi ini diharap mampu bersaing dengan travel online.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Dewa Arystama Tour & Travel menggunakan strategi bersaing generik meliputi strategi biaya rendah, strategi diferensiasi, dan strategi fokus. Strategi biaya rendah yaitu dengan memberikan harga murah dibandingkan dengan harga di agen travel yang lainnya hal tersebut dibuktikan dengan selisih harga sebanyak 20 ribu sampai 50 ribu dengan agen travel yang lainnya. Strategi diferensiasi yang diterapkan PT. Dewa Arystama Tour & Travel diantaranya yaitu diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, diferensiasi saluran distribusi, diferensiasi citra. Strategi fokus yaitu PT. Dewa Arystama Tour & Travel berfokus pada masyarakat pedesaan dalam pemasarannya.

Berdasarkan analisis dan pemaparan data bahwa PT. Dewa Arystama Tour & Travel menerapkan strategi tersebut tujuan utamanya yaitu agar mampu bersaing dengan bisnis

travel online, selain itu penggunaan strategi bersaing diferensiasi bertujuan untuk membantu dan memudahkan dalam melakukan pemesanan tiket sehingga konsumen bisa merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan dibandingkan dengan memesan di travel online. Dampak penerapan strategi bersaing yang diterapkan PT. Dewa Arystama Tour & Travel yaitu konsumen menjadi puas, perusahaan semakin banyak dikenal orang, dan konsumen banyak yang memilih kembali bertransaksi di PT. Dewa Arystama Tour & Travel.

## REFERENSI

- Anjastantri, W., & Dewantara, R. Y. (2017). Mempertahankan Eksistensi Traditional Travel agency dalam Menghadapi Ancaman Online Travel Agency. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6).
- Azizah, N. (2020). *Eksistensi Agen Tiket Pesawat Lokal di Kota Palangkaraya Di Tengah Arus Perkembangan Jasa Travel Online*. IAIN Palangkaraya.
- Firmansyah, M. A., Mahardhika, B. W., & Ani, S. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Balance*, 17(2).
- Ginny, P. L. (2019). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Logistik di Jakarta. *Prmanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2).
- Grifella Sofianto, C., Lorensia Sutantob, F., Irianjanic, M., Ivana Salim, N., Martha Reginae, V., & Bayu Putraf, R. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *The Academy Of Management and Business (TAMB)*, 1(1).
- Hadi, S. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1).
- Handayani, D., & Suryayusra. (2023). Sistem Informasi Agen Perjalanan Pariwisata di Sumatera Selatan Berbasis Web. *Jurnal Jupiter*, 12(1).
- Handriani, E. (2011). Analisis Faktor Daya Saing di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1).
- Merliana, V., & Arismutia, S. A. (2018). Pengaruh Strategi Biaya Rendah, Diferensiasi dan Motivasi Terhadap Keberhasilan UKM. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(3).
- Nurhidayati, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Chanel pada Nasabag BSI KCP Ponorogomnnn. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2).
- Ricky, W., Goh, T. S., & Julitawaty, W. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sulasmu. (2021). *Buku Ajar: Kebijakan Dan Permasalahan Pendidikan*. Umsu Press.
- Suryantara, A. B. (2019). Strategi Bersaing Agen Perjalanan Konvensional di Era Digital: Studi Pada PT> Jasa Nusa Wisata. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Ulya, H. N. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *El Barka: Jurnal Of Islamic Economics and Business*, 03(01).