BAB III

STRATEGI PEMASARAN *TRAVEL AND TOUR* UIN SUNAN AMPEL

A. Profil *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya

1. Sejarah berdirinya *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya

Travel and Tour UIN Sunan Ampel merupakan usaha yang berada di bidang penyediaan jasa transportasi khususnya tiket pesawat terbang. *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel sendiri merupakan salah satu usaha yang berada dalam naungan BLU (Badan Layanan Umum). BLU sendiri merupakan suatu progam yang ada di lingkungan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya untuk mengembangkan suatu potensi usaha yang bisa dikembangkan di dalam atau pun di luar UIN Sunan Ampel Surabaya.

Awal berdirinya *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel sendiri ialah muncul dari ide Pimpinan BLU, Prof.Dr.Mahmud Manan, MA dan Sekretaris BLU Drs.H.Cholil Uman, M.Pd.I, yang melihat adanya potensi penjualan tiket pesawat dikalangan Pegawai dan Dosen UIN Sunan Ampel. Karena selama ini hampir dari Pegawai dan Dosen UIN Sunan Ampel Surabaya melakukan perjalanan Dinas di luar kota. Di samping itu melihat anggaran pengeluaran UIN yang begitu banyak untuk kepentingan akomodasi perjalanan khususnya tiket pesawat. Oleh sebab itu, untuk mempermudah pencarian tiket terhadap Pegawai dan Dosen UIN, maka munculah ide untuk mendirikan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Tetapi *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel tidak hanya melayani orang atau *civitas* akademika yang yang berada di lingkungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kampus UIN Sunan Ampel saja, tapi orang luar ataupun masyarakat umum pun bisa menggunakan usaha jasa *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Karena BLU (Badan Layanan Usaha) ingin membuat nama UIN Sunan Ampel Surabaya semakin luas dikalangan umum.[1]

Tenaga kerja yang ada di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel sendiri diberikan kesempatan belajar atau selama kurang lebih 1 bulan di Perusahaan DB praktis yang ada di Gempol Pasuruan. Proses magang tersebut untuk memberikan pengetahuan dan tata cara pemasaran tiket yang ada di setiap *Travel* atau Biro Perjalanan. Oleh karena itu usaha *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel berdiri untuk memberikan kemudahan Masyarakat yang ada di UIN Sunan Ampel dan sesuai Motto *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel "Kami Melayani Lebih". Agar apa yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya dapat kembali lagi ke UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Visi Misi *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel

VISI *TRAVEL AND TOUR* UIN SUNAN AMPEL

Menjadi perusahaan jasa yang profesional.

MISI *TRAVEL AND TOUR* UIN SUNAN AMPEL

a. Melayani dengan hati
b. Melayani yang terbaik
c. Melayani secara profesiomal

[1] Taufiq Siraj, *Wawancara,* Surabaya 02 April 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. ***Database Travel and Tour*** **UIN Sunan Ampel**

Nama Perusahaan : *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel

Tanggal Berdiri : 01 Juni 2013

Anggota : Pusat Pengembangan Bisnis UINSA Surabaya

Offices : jl. A. Yani No. 117 Surabaya

Telp : (031)8410298 ext. 142

Mobile : 089-990-23139

Fax. : 031 8483274

E-mail : sunanampeltravel@gmail.com

4. **Jasa Layanan yang Tersedia dan Jumlah Konsumen**

Travel and Tour UIN Sunan Ampel melayani reservasi dan penjualan ke segala jurusan domestik dengan menggunakan maskapai:

Tabel 4.1
Jasa Layanan *travel & tour* UIN Sunan Ampel September 2014

No	Maskapai	Jumlah Konsumen (persentase)
1	Garuda Indonesia	40%
2	Lion Air	19%
3	Citilink	11%
4	Sriwijaya Airlines	20%
5	Air Asia Indonesia	10%

Sumber: Wawancara dengan Taufiq (Ketua Travel and Tour UINSA)

Dari di atas dapat di lihat bahwa Garuda Indonesia merupakan maskapai yang banyak dipilih. Dari 99 total pemesanan tiket pesawat pada bulan September 2014 40% diantaranya menggunakan Garuda Indonesia. Kemudian Sriwijaya Airlines berada pada peringkat kedua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam pemesanan tiket. Sedangkan Lion Air, Citilink dan Air Asia Indonesia berada diurutasn selanjutnya.

5. **Struktur Organisasi Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel**

Struktur organisasi adalah susunan dan hubungan antara bagian dan posisi dalam berorganisasi. Organisasi menjelaskan pembagian aktivitas kerja serta memperhatikan hubungan fungsi dan aktivitas tersebut sampai batas-batas tertentu. Dengan adanya struktur organisasi, stabilitas dan komunitas organisasi tetap bertahan.[2]

Untuk melaksanakan semua kegiatan dan pelayanan yang diberikan oleh organisasi pusat pengembangan bisnis *Travel and Tour*, agar dapat berjalan dengan baik dan lancar, maka diperlukan adanya struktur, tatanan yang mengatur dan memberikan pedoman kepada seluruh personalia atau karyawan agar dapat mengetahui tugas dan tanggung jawab yang dipimpinnya. Untuk itu, diperlukan adanya struktur organisasi yang memperlihatkan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian untuk menciptakan suatu hubungan kerja yang harmonis, efektif dan efisien antara atasan dan bawahan (karyawan).

Pengorganisasian merupakan salah satu pengolahan manajemen untuk mengatur seluruh sumber yang diperlukan atau dibutuhkan perusahaan. Dilihat dari bentuk dan susunan pengurusnya sebagai berikut:

[2] Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integrative Dan Studi Kasus* (Malang: Uin Maliki Press, 2010), 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pemimpin Pusat Pengembangan Bisnis : Taufik M. Pd.I

b. Sekertaris Pusat Pengembangan Bisnis : Drs. Goentoer Soegiarto

c. Staff Bagian Percetakan dan Penerbitan : Desy Wulansari

d. Staff Bagian Air Mineral : M. Mubasir

e. Staff Bagian Travel : Nailul Inayah

f. Staff Bagian Hotel dan Catering Green SA Inn: Nurul Qomar

Job Description pekerjaan adalah informasi mengenai tugas, kewajiban, dan tanggungjawab pekerjaan.[3] Deskripsi pekerjaan untuk setiap jabatan yang disebutkan di atas adalah sebagai berikut:

a. Jabatan :Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis

Ringkasan Pekerjaan : Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis bekerja mengurus Bisnis *Travel and Tour* dan Bisnis lainnya (hotel, air minum dll) dan mempertanggung jawabkan kerjanya dalam forum Rapat yang digelar setiap tahunnya.

1) Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis menetapkan dan ketentuan tentang perkembangan bisnis dengan memperbaiki aspek pemasaran, kesulitan dalam memasarkan produk/jasa, kualitas manajemen aspek pemasaran, dan aspek lainnya yang berhubungan dengan usaha pemasaran *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

[3] Ibid., 125.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis memberikan dan mengarahkan manajer dan melakukan pengawasan atas kinerja manajer dalam menjalankan pengembangan bisnis tersebut.
3) Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis mempertanggung jawabkan segala usaha dan kondisi pemasaran produk/jasa *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

b. Jabatan : Sekertaris Pusat Pengembangan Bisnis

Ringkasan pekerjaan : Sekertaris bertanggungjawab penuh dalam melaksanakan tugasnya untuk kepentingan pengembangan bisnis dalam mencapai maksud dan tujuan.

Tugas dan tanggung jawab:

1) Setiap sekertaris pusat pengembangan bisnis wajib dengan I'tikad baik dan penuh bertanggungjawab menjalankan tugasnya dengan mengindahkan perturan yang berlaku.
2) Pembagian tugas dan wewenang setiap Sekertaris pusat pengembangan bisnis ditetapkan Pemimpin Pusat Pengembangan bisnis.

c. Staf : bagian percetakan dan penerbitan

Ringkasan pekerjaan : bagian percetakan dan penerbitan dalam memproduksi suatu penerbitan, masing-masing bidang mempunyai tanggung jawab, peran serta tujuan yang sama. Untuk itu, manajemen percetakan dan penerbitan harus mampu menciptakan, memelihara, dan menerapkan sistem kerja yang proposional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menumbuhkembangkan rasa kebersamaan di antara sesama personel.

d. Staf : Bagian air mineral

Ringkasan pekerjaan :Bagian air mineral mengatur pemasaran air mineral.

e. Staf : Bagian *Travel*

Ringkasan pekerjaan : Bagian *Travel* mengatur penjualan tiket pesawat serta melayani dengan sebaik-baiknya.

f. Staf : Bagian Hotel dan *Catering Green* SA

Ringkasan pekerjaan : Bagian Hotel dan *Catering Green* SA melayani pelaksanaan *function* misalnya seminar, acara pesta, dan lain-lain dihotel tersebut. Bertanggung jawab atas kelancaran *banquet section* dalam melayani *function*, bertanggung jawab dalam mengawasi pramusaji, mengawasi biaya yang keluar masuk, serta bertanggung jawab dalah hal kenyamanan pengunjung hotel.

Sistem pemasaran yang dilakukan *Travel and Tour* UINSA Surabaya ini dipasarkan di lingkungan kampus dan di luar kampus, pada umumnya pemesanan tiket dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan melalui *telephone, faximile,* atau datang langsung ke tempat agen penjualan. Untuk saat ini banyak masyarakat lebih sering menggunakan jaringan internet yang dianggap murah dan tercepat dalam melakukan komunikasi. Semua pengguna sistem internet ini dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengakses dan berhubungan dari belahan dunia manapun dengan cepat dan murah.

B. Strategi Pemasaran Tiket *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel

Strategi yang diterapkan pada *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Seperti yang disampaikan oleh kepala *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel (Pak Taufiq):

"dalam menerapkan strategi pemasaran itu harus memperhatikan prinsip 4 P yaitu place, product, price dan promotion." Hal tersebut dianalisa dan diimplementasikan dengan empat (4) P yaitu *place* (tempat), *product* (produk), *price* (harga) dan *promotion* (promosi), yang dijabarkan sebagai berikut :

1. *Place* (Tempat)

   Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya penjualan tiket. Sehingga *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel memilih tempat di Kampus UIN Sunan Ampel. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal :

   a. Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan salah satu pusat pembelajaran.
   b. Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Penggunaan fasilitas gedung kampus memperkecil pengeluaran sewa gedung.

2. *Product* (Produk)

Karena tujuan utama konsumen adalah pembelian tiket, maka produk yang ditawarkan tentu saja harus dari berbagai maskapai yang ada di Indonesia. Selain produk *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel terdiri dari berbagai jenis maskapai, perusahaan ini juga melakukan beberapa strategi guna bersaing dengan travel lainnya. Beberapa strategi yang diterapkan guna bersaing *travel* lainnya, antara lain :

a. *Corporate Online System (COS)*

Corporate Online System yang dikenal dengan istilah COS merupakan fasilitas keagenan yang diberikan oleh maskapai Garuda Indonesia kepada Perguruan Tinggi Negeri sebagai *corporate partner.* Keagenan dengan *Corporate Online System* ini banyak memberikan keuantungan bagi UIN Sunan Ampel, disamping mendapatkan potongon 25 % dari harga dasar (basic fare), juga memperoleh tambahan bagasi 10 kg untuk tiket kelas B, Y dan M, serta effisiensi anggaran belanja tiket pesawat untuk perjalanan dinas

Kerja sama *Corporate Online System* dengan maskapai Garuda Indonesia sudah berlangsung sejak bulan Juni 2013 dengan omset hampir ratusan juta rupiah setiap bulan. Pemesanan tiket pesawat Garuda ini berlaku untuk siapa saja termasuk pejabat, dosen dan pegawai di lingkungan UIN Sunan Ampel serta keluarganya. Potongan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

25 % *basic fare* dari harga dasar tiket tidak diberikan langsung kepada UINSA Tour & Travel Pusat Pengembangan Bisnis sebagaimana potongan tiket untuk *travel agent*, akan tetapi harga pembelian tiket dengan system COS ini sudah lebih murah 25 % dari tiket yang dibeli di travel agent non COS, sehingga UINSA Travel & Tour akan ditambahkan 2,5% dari harga tiket yang tercetak khusus untuk perjalan dinas sebagai *service free* dan keuntungan Pusat Pengembangan Bisnis dan 5 % untuk umum.

b. *Travel Agent*

Sistem pengeloaan keuangan Badan Layanan Umum (BLU) pada perguruan tinggi negeri tidak serta merta menjadi prioritas dalam pengurusan perijinan usaha, demikian itu juga dirasakan oleh Pusat Pengembangan Bisnis ketika mencoba untuk mengurus ijin untuk menjadi travel agent pada beberapa maskapai penerbangan yang ada di Indonesia.

Hanya maskapai Citilink anak perusahaan Garuda Indonesia yang merupakan satu-satunya maskapai yang menerima UINSA Tour & Travel sebagai travel agent untuk pemesanan tiket pesawat Citilink baik domestic maupun international dengan prosedur yang sangat mudah dan tidak rumit. Dari maskapai ini, UINSA Travel disamping memperoleh keuntungan dari potongan harga tiket yang tertulis di system yang dikenal dengan *Nett to Agent (NTA)* yang harganya sama dengan agen-agen lain, juga memperoleh tambahan Rp. 10.000 per-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penumpang yang dikenal dengan istilah *literary incentive* yang diberikan setiap 15 hari transaksi.

c. Sub *Agent*

Setelah berpengalaman menjadi sub-*agent* dari 2 *travel agent* diantaranya Praktis Travel & Tour Pasuruan dan Araya Tour & Travel Surabaya yang biasanya hanya memperoleh Rp. 5.000 – 15.000 dari setiap transaksi yang dilakukan di samping itu UINSA Travel hanya bisa *booking Ticket,* dan tidak secara otomatis bisa *issued ticket.* Ketergantungan yang sedemikian rumit itulah yang kemudian menyemangati Pusat Pengembangan Bisnis untuk menjalin kerja sama operasional (KSO) dengan PT. Darmawisata Indonesia Tour & Travel.

3. *Price* (Harga)

Dalam menentukan harga jual baik yang berupa akad maupun saldo minimal setoran awal, *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel menerapkan beberapa strategi, diantaranya :

a. Penerapan harga sama dengan pesaing

Karena menurut *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel melalui manajemen pusatnya bahwa persaingan penjualan tiket cukup tinggi dan merupakan suatu *trend* maka *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel menerapkan harga sama dengan para pesiang untuk produk-produk standar seperti harga tiket Garuda, Sriwijaya, Lion Air.

b. *Adaptive Pricing* atau adaptasi harga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adaptive pricing atau adaptasi harga adalah strategi penetapan harga yang didasarkan pada beberapa faktor seperti, persaingan, kondisi pasar, dan biaya sumber produksi. Salah satu penerapan strategi ini adalah pada *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel, dimana ada potongan 25% untuk tiket Garuda Airlines.

c. Pengenalan Produk

Dalam memperkenalkan produknya kepda masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Surabaya khususnya, *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel menggunakan bererapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun tidak langsung. Saluran promosi langsung yang digunakan antara lain dengan *personal selling*, sedangkan promosi yang secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara seperti pemasangan spanduk, kerjasama dengan berbagai instansi, menjadi sponsor pada event- event tertentu di kampus UIN Sunan Ampel.

Selain melakukan promosi di atas, *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel melalui kantor pusatnya juga berpromosi dengan beberapa hal seperti iklan melalui media elektronik seperti melalui facebook dan www.uinsby.ac.id/id/337/travel-uinsa.html, yang memuat tentang seluk beluk *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel mulai dari produk, keunggulan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang penting. Karena keberhasilan ataupun kegagalan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu strategi pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh konsumen.

4. *Promotion*

Untuk media promosi *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya juga menggunakan media *online*. Selain itu sebagai *Sponsorship* dalam event-event yang diadakan di kampus UIN Sunan Ampel. Pemasangan banner di jalan umum kampus menjadi ajang promosi, agar para civitas akademik mengetahui keberadaan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya.

C. Pendapat Para Konsumen tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya

Tujuan utama dari strategi di atas adalah untuk meningkatkan konsumen. Sehingga peningkatan konsumen menjadi prioritas dari *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Peningkatan konsumen tersebut dapat dilihat dari data berikut.

Tabel 4.2.
Data Pembeli tiket Juni 2013 – September 2014

No	Tahun												
		Jan	Peb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nop	Des
1	2013						36	47	63	54	76	68	57
2	2014	46	63	47	107	63	124	63	95	96			

Sumber: Dokumentasi Laporan Pendapatan *Travel and Tour* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia pasti ada tujuan dan keinginan yang ingin dicapai. Tujuan dan keinginan tersebut terkadang ada yang bisa tercapai dan terkadang pula ada yang tidak bisa tercapai. Konsumen *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya juga memiliki tujuan dan keinginan ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Keinginan tersebut menjadi motivasi tersendiri bagi dirinya untuk pemesanan tiket selanjutnya. Motivasi-motivasi konsumen tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. Nama : Kutsiyatin, S.Ag., M.Si

   Jabatan : Kepala Bagian Adm. Umum & Keuangan FEBI

   jenis produk : Garuda Airlines

   Kutsiyatin merupakan konsumen yang merasakan pelayanan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya ini ia merasa ada kepuasan tersendiri. Kepuasan tersebut timbul karena bisa menggunakan produk dari instansi sendiri. Selain itu diskon dalam pemesanan tiket merupakan salah satu hal yang membuatnya puas, terutama diskon 25% yang diberikan ketika memesan tiket Garuda Airlines. Ia sering memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya untuk perjalanan dari instansi yang ia pegang. Cara pembayarannya pun menurutnya mempermudah dirinya, dengan sistem pembayaran diakhir ia merasa ketika dirinya masih belum memiliki dana untuk perjalanannya terutama perjalanan dinasnya ia tidak harus membuat SPJ yang panjang. Ia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memperoleh informasi tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya dari teman dosen di kampus.

2. Nama : Dra. Siti Lailatul Farichah

   Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha Tarbiyah

   jenis produk : Garuda Airlines & Citilink

   Lailatul Farichah merupakan konsumen yang merasakan nyamannya pelayanan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya ini ia merasa kefleksibelan travel ini menjadi kebanggan tersendiri baginya. Selain itu kepuasan tersebut timbul karena bisa menggunakan produk dari instansi sendiri. Diskon dalam pemesanan tiket merupakan salah satu hal yang membuatnya puas, terituma diskon 25% yang diberikan ketika memesan tiket Garuda Airlines. Ia sering memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya untuk perjalanan dari instansi yang ia pegang. Ia memperoleh informasi tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya dari kepala *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel

3. Nama : Drs. Abdullah Rofiq Masúd, M.M

   Jabatan : Kepala Bagian Rumah Tangga Rektorat

   jenis produk : Garuda Airlines

   Abdullah Rofiq Masúd merupakan salah satu konsumen yang merasakan nyamannya pelayanan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya ini ia merasa kecepatan travel ini dalam melayanai konsumen menjadi kebanggan tersendiri baginya. Selain itu kepuasan tersebut timbul karena bisa menggunakan produk dari instansi sendiri. Diskon dalam pemesanan tiket merupakan salah satu hal yang membuatnya puas, terituma diskon 25% yang diberikan ketika memesan tiket Garuda Airlines. Tempat yang menurutnya dekat menjadi salah satu keunggulan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Selain itu pemesanan via telepon dapat memproses cepat pemesanan tiket ketika ia membutuhkan tiket cepat. Ia memperoleh informasi tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya dari pihak rektorat, karena menghadiri pembukaan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya.

4. Nama : Nurul Fitriyani

   Jabatan : Mahasiswa Ekonomi Syariah

   jenis produk : Lion Air

   Nurul Fitriyani merupakan salah satu mahasiswa UIN Sunan Ampel yang pernah merasakan pelayanan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya ini ia merasa kecepatan travel ini dalam melayanai konsumen menjadi kebanggaan tersendiri baginya. Selain itu tempat yang dekat menjadi salah satu faktornya. Dan kepuasan lain baginya ketika ia ia menggunakan usaha dari instansi yang ia tempati saat ini. Ia memperoleh informasi tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya dari temannya di kampus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Nama : Livia Chusnul Insyiyah

   Jabatan : Mahasiswa Muamalah

   jenis produk : Lion Air

   Livia merupakan salah satu mahasiswa UIN Sunan Ampel yang pernah merasakan pelayanan *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya. Ketika ia memesan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya ini ia merasa kecepatan travel ini dalam melayanai konsumen menjadi kebanggaan tersendiri baginya. Selain itu tempat yang dekat menjadi salah satu faktornya. Dan kepuasan lain baginya ketika ia menggunakan usaha dari instansi yang ia tempati saat ini. Ia memperoleh informasi tentang *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel Surabaya dari dosennya di kampus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id