

INTISARI

Di zaman modern ini keberlangsungan usaha perjalanan wisata begitu pesat. Dalam persaingannya, ini menjadi sorotan masyarakat untuk menilai keunggulan suatu produk. Hal ini menjadikan Antavaya Tour and Travel selalu hadir untuk menangani setiap kebutuhan perjalanan wisata khususnya di daerah DKI Jakarta dan Sekitarnya. Salah satu keunikan Antavaya yang berhasil memikat tamunya adalah adanya diferensiasi produk *outbound*. Tugas Akhir ini membahas tentang Diferensiasi produk *outbound* yang di jual di Antavaya *Retail agency*. Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan cara pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif dengan melaksanakan program Praktik Kerja Lapangan, metode wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk *outbound* sebagai produk yang unggul diantaranya adalah paket tur, yang terdiri dari berbagai paket di Negara-negara di dunia dengan harga yang menarik, *FIT*, paket umroh dan paket *cruise*, selain itu produk *outbound* memberi dampak permintaan yang tinggi dalam penjualan di *retail agency* karena berbagai diskon dalam harga. Maka disinilah diferensiasi produk *outbound* akan mempertahankan kualitas nilai produk yang harus dijaga oleh seorang *sales agency* dalam penjualan sehari-hari.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, *Reatail Agency*, *Sales Agency*, Penetapan Harga, Antavaya Tour and Travel.

ABSTRACT

In this modern era the sustainability of the travel business so rapidly. In the competition, this is in the public spotlight to assess the superiority of a product. This makes Antavaya Tour and Travel always present to handle every requirement of the tourer especially in DKI Jakarta and Surrounding Area. One of Antavaya's uniqueness that attracts its guests is the outbound product differentiation. This Final Project discusses the differentiation of outbound products sold in Antavaya Retail agency. In the writing of this final assignment, the writer uses qualitative descriptive research method, by collecting data using participatory observation by implementing Field Work Practice program, interview method and literature study. The results of this study indicate that the differentiation of outbound products as a superior product among others is the tour package, which consists of various packages in the countries of the world with attractive prices, FIT, umroh packages and cruise packages, in addition to outbound products that impact demand High in sales in the retail agency due to various discounts in the price. So this is where the outbound product differentiation will maintain the quality of product value that must be maintained by a sales agency in the daily sales.

Keywords: Product Differentiation, Retail agency, Sales Agency, Pricing, Antavaya Tour and Travel.