

ABSTRAK

Citra perusahaan merupakan suatu persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan yang didasari atas apa yang mereka ketahui tentang perusahaan tersebut. Meskipun citra bersifat abstrak (*itnagible*) dan tidak dapat diukur secara sistematis namun citra dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Dewasa ini semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan wisata menjadikan persaingan bisnis menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Diferensiasi citra merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan dalam menciptakan keunggulan bersaing suatu perusahaan. Strategi diferensiasi citra adalah strategi yang bertujuan untuk menciptakan barang atau jasa yang dianggap memiliki keunikan atau perbedaan yang ditujukan kepada pasar dengan menggunakan dimensi citra.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) bagaimana citra PT. Arwaniyyah Tour & Travel menurut para pengguna jasa, (2) bagaimana upaya PT. Arwaniyyah Tour & Travel dalam membangun citra sebagai bentuk pemasaran diferensiasi, (3) pencapaian pemasaran diferensiasi dengan menggunakan dimensi citra yang dilakukan PT. Arwaniyyah Tour & Travel.

Dalam mencapai tujuan penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan pengamatan, triangulasi dengan sumber data dengan menelaah data, membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan, dan membandingkan keadaan dengan perspektif informan dengan berbagai pendapat dan pandangan informan lainnya, sehingga dapat ditemukan makna yang sebenarnya sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: **Pertama**, beberapa citra yang berlaku pada PT. Arwaniyyah Tour & Travel menurut para pengguna jasa, (a) PT. Arwaniyyah Tour & Travel memiliki harga paket yang mahal, (b) PT. Arwaniyyah Tour & Travel memberikan fasilitas yang terbaik, (c) PT. Arwaniyyah Tour & Travel mampu memberikan manasik yang mudah dipahami dan diikuti oleh para jamaah, (d) PT. Arwaniyyah Tour & Travel memiliki variasi paket yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan jamaah, (e) Para karyawan PT. Arwaniyyah Tour & Travel memiliki sikap yang ramah dalam pelayanan. **Kedua**, upaya yang dilakukan PT. Arwaniyyah Tour & Travel dalam membangun citra adalah, (a) memanfaatkan citra kharismatik pemimpin yayasan arwaniyyah, (b) memberikan variasi paket pada produk, (c) menerapkan tradisi dan budaya kerja, (d) menjaga komunikasi yang berjalan baik dengan para pengguna jasa. **Ketiga**, pencapaian pemasaran diferensiasi menggunakan dimensi citra dinilai cukup efektif, indikasinya dapat dilihat dari data jumlah pengguna jasa yang selalu menunjukkan pencapaian yang baik.

Kata Kunci: Strategi, Diferensiasi, Citra