

Penerapan Pelayanan Reservasi Paket Wisata oleh Customer Service PT Royal Asia Pasific Wholesaler di Era Pasca Pandemi Covid-19

Maya Sofiana¹, Endang Supriyadi², Pajriatul Fachiroh³

¹Program Vokasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

Email: maya72sofiana@gmail.com

Citation: Sofiana, M., Supriyadi, E., & Fachiroh, P. (2023). Penerapan pelayanan Reservasi Paket Tour and Travel oleh Customer Service (CS) PT Royal Asia Pasific Wholesaler di Era pasca Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(4), 449–456.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/252>

DOI: <https://doi.org/10.59889/embiss.v3i4.252>

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Abstract

The purpose of this study is to find out the real picture of the events studied so that objective data can be easily obtained. Implementation of tour package reservation services by PT Royal Asia Pacific Wholesaler Customer Service in the post-Covid-19 Pandemic era. The research method used is a qualitative method. Data analysis techniques based on Miles and Huberman are data reduction (sorting, focusing, and attention), data display, and drawing conclusions. The implementation of tour package reservation services by Customer Service is carried out in several stages including the Greeting stage, starting stage, providing tour packages stage, tour package selection stage, tour package reservation/ordering stage, departure date determination stage, personal data filling stage, receiving report stage personal data, the stage of making receipts, the stage of receiving receipts, and the closing greeting stage.

Keywords: Reservation Services, Tour Packages, Customer Service

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga data yang objektif dengan mudah didapatkan. Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service PT Royal Asia Pasific Wholesaler di era pasca Pandemi Covid-19 Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif. Teknik Analisis data berdasarkan Miles and Huberman adalah mereduksi data (pemilahan, pemusatan dan perhatian), penyajian (display) data dan penarikan kesimpulan. Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service dilakukan dengan beberapa tahap meliputi: Tahap greeting, tahap memulai, tahap menyediakan paket tour, tahap pemilihan paket tour, tahap reservasi/pemesanan paket tour, tahap penentuan tanggal keberangkatan, tahap pengisian data diri, tahap menerima laporan data diri, tahap membuat kwitansi, tahap menerima kwitansi, dan tahap greeting penutup.

Kata Kunci: Pelayanan Reservasi, Paket Wisata, Customer Service.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mengubah wajah dunia di berbagai sendi kehidupan. Di Indonesia sendiri pandemi Covid-19 dengan varian Delta dan Omicron telah berdampak pada berbagai organisasi baik instansi pemerintah maupun swasta harus melakukan berbagai upaya untuk tetap bertahan hidup untuk menghindari keterpurukan. Hal ini terjadi pula dalam dunia industri pariwisata, oleh karena terjadinya pandemi Covid-19 menyebabkan terputusnya akses Internasional sehingga jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara menurun. Namun memasuki awal 2022 dunia pariwisata mulai memasuki titik terang. Industri pariwisata memulih seiring dengan kemajuan program vaksinasi. Hal ini secara khusus menyebabkan optimisme wisatawan dalam negeri untuk melakukan perjalanan ke luar negeri (*outbond*) di era pasca pandemi Covid-19. Selain program vaksin, kelonggaran syarat perjalanan juga menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan domestik (*inbound*) dan dalam negeri untuk melakukan perjalanan ke luar negeri (*outbond*).

Pemulihan sektor industri pariwisata ini harus didukung oleh aspek pelayanan. Seperti kita ketahui pelayanan sendiri secara umum dan khusus pada industri pariwisata merupakan salah satu strategi daya saing yang berpengaruh pada aspek komersial. Pelayanan di atas standar oleh penyedia jasa/*service provider* dalam hal ini industri pariwisata merupakan aspek yang sulit ditiru oleh kompetitor karena yang mendapatkan pengalaman pelayanan di atas standar adalah wisatawan selaku *user*. Hal ini senada dengan Tjiptono (2000) dalam (Siswanto, Cahyono, and Sanosra 2022) menyatakan bahwa ketatnya persaingan, yang mana semakin banyaknya jumlah produsen dalam usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, berpengaruh pada upaya perusahaan dengan tujuan utama mencapai kepuasan konsumen.

Tentunya di era pasca pandemi Covid-19 industri pariwisata harus melakukan adaptasi dengan pola pelayanan yang adaptif dan inovatif serta melakukan penguatan kolaborasi. Pelayanan merupakan segala usaha yang diberikan satu pihak untuk memenuhi kebutuhan pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, bahkan tidak berakibat kepada hak kepemilikan sesuatu yang pada proses produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik. Hal ini sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan menurut Haqi (2018) dalam (Saputra and Borman 2020), pertama, cara melayani. Kedua, upaya melayani kebutuhan orang lain dengan kompensasi (uang) atau Jasa. Ketiga, terkait jual beli barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler (2002) dalam (Mahakanap 2013) pelayanan atau *service* ialah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan pihak satu kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud juga tidak berakibat pada kepemilikan sesuatu dan produksinya bisa atau tidak bisa dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Agar dapat memuaskan pelanggan, maka pelayanan/*service* harus dapat diukur, dan dalam pengukurannya diantaranya harus memenuhi aspek-aspek dalam hal kehandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan wujud. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dalam (Massie, Paulus, and Indrie 2016) bahwa pengukuran pelayanan/*service* meliputi pertama, kehandalan adalah tepat, cermat dan cepatnya dalam melayani. Kedua, ketanggapan, ialah mampu tidaknya perusahaan saat menghadapi permasalahan, dan kemampuan menerima setiap keluhan terkait kritik dan saran. Ketiga, keyakinan, adalah adalah penentuan produk atau jasa yang sesuai dan bertanggung jawab untuk keamanan dan keselamatan pelanggan. Keempat, empati adalah pemberian perhatian secara khusus kepada pelanggan dalam proses pembelian dan penyajian informasi yang dibutuhkan pelanggan. Kelima, wujud adalah terpenuhinya sarana pendukung seperti pendingin udara, tempat parkir, ruangan yang memadai diantaranya.

PT Royal Asia Pasific Wholesaler *Tour and Travel* didirikan pada 7 September 2010 merupakan perusahaan bergerak di bidang jasa perjalanan wisata. Pariwisata menurut Suwena (2010) dalam (Egeten, Rahayu, and Rafsanjani 2019) kegiatan yang dilakukan bersifat sementara dengan tujuan untuk menikmati objek wisata untuk mencari kenyamanan dan pemenuhan rasa keingintahuan tentang suatu tempat yang baru secara sukarela. Sifat umum dari produk wisata adalah tidak berwujud, melibatkan mental dan kepuasan psikologis, mencakup pengalaman tentang kunjungan, produk beragam, tidak dapat dipindahkan, disimpan, dicoba, proses produksi dan konsumsi berlangsung bersamaan, mengandalkan skill manusia, membawa keuntungan sekaligus risiko besar, tidak ada transfer kepemilikan dan dapat dipasarkan. Hal ini senada dengan produk pariwisata secara utama dalam bentuk produk pelayanan memiliki beberapa sifat umum, diantaranya menurut Bafadhhal (2018) dalam (Lumanauw 2020) bahwa produk pariwisata terutama dalam bentuk produk layanan memiliki beberapa karakter umum, antara lain (Bafadhhal, 2018:15- 19): 1. Tidak berwujud, namun dapat dirasakan dan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. 2. Keterlibatan psikologis/mental, kepuasan psikologis konsumen berdasarkan pengalaman penggunaannya. 3. Produk komposit, mencakup pengalaman lengkap berdasarkan kunjungan ke tempat tertentu. 4. Tidak ada produk identik/sama, beragam, bervariasi, berbeda dan memiliki kekhasan satu-sama lainnya. 5. Tidak dapat dipindahkan, wisatawan harus dapat mengunjungi langsung ke destinasi. 6. Tidak dapat disimpan, mudah terjadi perubahan atau hilang. 7. Tidak dapat dicoba, wisatawan tidak bisa mencicipi atau mencoba. 8. Proses produksi dan proses konsumsi berlangsung bersamaan, wisatawan memang harus berada di tempat. 9. Mengandalkan ketrampilan/skill manusia. 10. Memiliki risiko besar, membawa keuntungan sekaligus risiko. 11. Tidak adanya transfer dalam hal kepemilikan 12. *Marketable*, produk pariwisata bisa dipasarkan. Sarana dan prasarana pariwisata juga memegang peranan penting. Sarana dan prasarana pariwisata menurut Maulida (2020) dalam (Retno, Suryana, and Utomo 2022) terdiri dari akomodasi, transportasi, dokumen perjalanan, destinasi, wisata dan lain-lain.

Agen perjalanan wisata sebagai penyedia jasa harus dapat memberikan rekomendasi, edukasi, dan solusi terkait dengan jenis-jenis pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Jenis Pariwisata menurut Spilane (2007) dalam (Muhammad, Mulyatini, and Faruk 2020) terdiri dari: 1. Pariwisata bertujuan untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*); 2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*); 3. Pariwisata untuk tujuan budaya (*culture tourism*); 4. Pariwisata untuk tujuan olah raga (*sport tourism*); 5. pariwisata untuk tujuan urusan usaha perdagangan (*business tourism*); 6. Pariwisata untuk urusan mengikuti konvensi (*convention tourism*). Dalam penerapannya jenis-jenis pariwisata dijual dalam bentuk paket wisata. Paket Wisata menurut pendapat Ismayanti (2010) dalam (Abdullah and Prihastuti 2022) adalah komponen pariwisata, yang terdiri dari transportasi, hotel, makan dan minum, obyek wisata, pertunjukan, yang digabungkan menjadi satu paket perjalanan serta dijual dalam satu kesatuan harga.

Dalam kegiatan operasional, perusahaan jasa perjalanan wisata dan reservasi merupakan salah satu hal utama yang harus mendapat perhatian besar. Wisatawan akan melakukan *repeat order* apabila penyedia jasa memberikan proses reservasi yang memuaskan. Reservasi pada *Handout Tourism* (1989) dalam (Melani Rosalina Hutabarat, Sasrawan Mananda, and Leli Kusuma Dewi 2014). Pemesanan merupakan komunikasi baik secara lisan maupun tertulis untuk memperoleh kamar, tempat duduk, atau tempat untuk pelanggan yang sesuai dengan keinginannya. Pengertian reservasi tidak dapat dipisahkan dari fungsi dan tugas dari departemen reservasi itu sendiri seperti, penyediaan tempat maupun fasilitas sebelum customer tiba (Edwin,

2000) dalam (Arsana and Ramadhani 2020).

Terkait dengan penyediaan tempat dan fasilitas dengan tujuan untuk menikmati objek wisata, agen perjalanan wisata merupakan penyedia jasa dan harus memberikan pelayanan reservasi paket wisata yang memuaskan bagi wisatawan. Dalam hal pelayanan reservasi paket wisata, Customer Service (CS) merupakan salah satu ujung tombak perusahaan selaku pemberi jasa atau *service provider*, yang berhubungan langsung dengan wisatawan sebagai penerima jasa atau *service user*. Customer Service (CS) menurut Nurkholis et al. (2020) dalam (Dewi Amelia Lestari 2022) adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan pengguna jasa melalui pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan pengguna jasa. Agar dapat memuaskan kebutuhan pengguna jasa, CS harus dilakukan persiapan dengan baik sebelum bertugas, CS harus kompeten memahami dasar-dasar pelayanan. CS sebelum bertugas harus menguasai dasar-dasar pelayanan menurut Khasmir (2014) dalam (Rusmawati 2018) terdiri dari berpenampilan dan berpakaian rapi serta bersih, penuh percaya diri, akrab, senyum, lembut dalam menyapa, bersikap tenang, menjaga sopan santun, hormat dan mendengarkan setiap pembicaraan, menggunakan bahasa yang baik dan benar dalam berbicara, antusias dalam melayani, dan menunjukkan kompetensinya, tidak menyela pembicaraan, serta mampu meyakinkan pengguna jasa. Dengan pemahaman yang baik terkait dasar-dasar pelayanan maka CS dapat melakukan tugas dengan baik. Adapun Tugas Pokok CS berdasarkan pendapat Rahmayanty (2012) dalam (Yanti 2013) pertama, membantu memberikan informasi dan formulir kepada pelanggan. Kedua, membantu dalam penyelesaian pengaduan pelanggan. Ketiga, memperkenalkan kepada pelanggan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan. Keempat, membantu memberikan informasi mengenai fitur dan layanan perusahaan. Semakin meningkatnya permintaan perjalanan wisata maka harus diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusianya, hal ini sesuai dengan pendapat Yoeti (2001) dalam (Yudi Sungkono 2018) yang menyatakan dibutuhkan peningkatan pelayanan pengelola perjalanan wisata yang lebih baik dan semua ini tergantung pada sumber daya manusia yang kompeten dalam mengelolanya. Namun tantangan yang dihadapi diantaranya terkait CS sebagai kualitas sumber daya manusia yang harus dapat memberikan pelayanan, yang sesuai dengan standar kenyamanan dan keamanan wisatawan dan masih perlu perbaikan, selain adanya dukungan dari eksternal.

METODE PENELITIAN

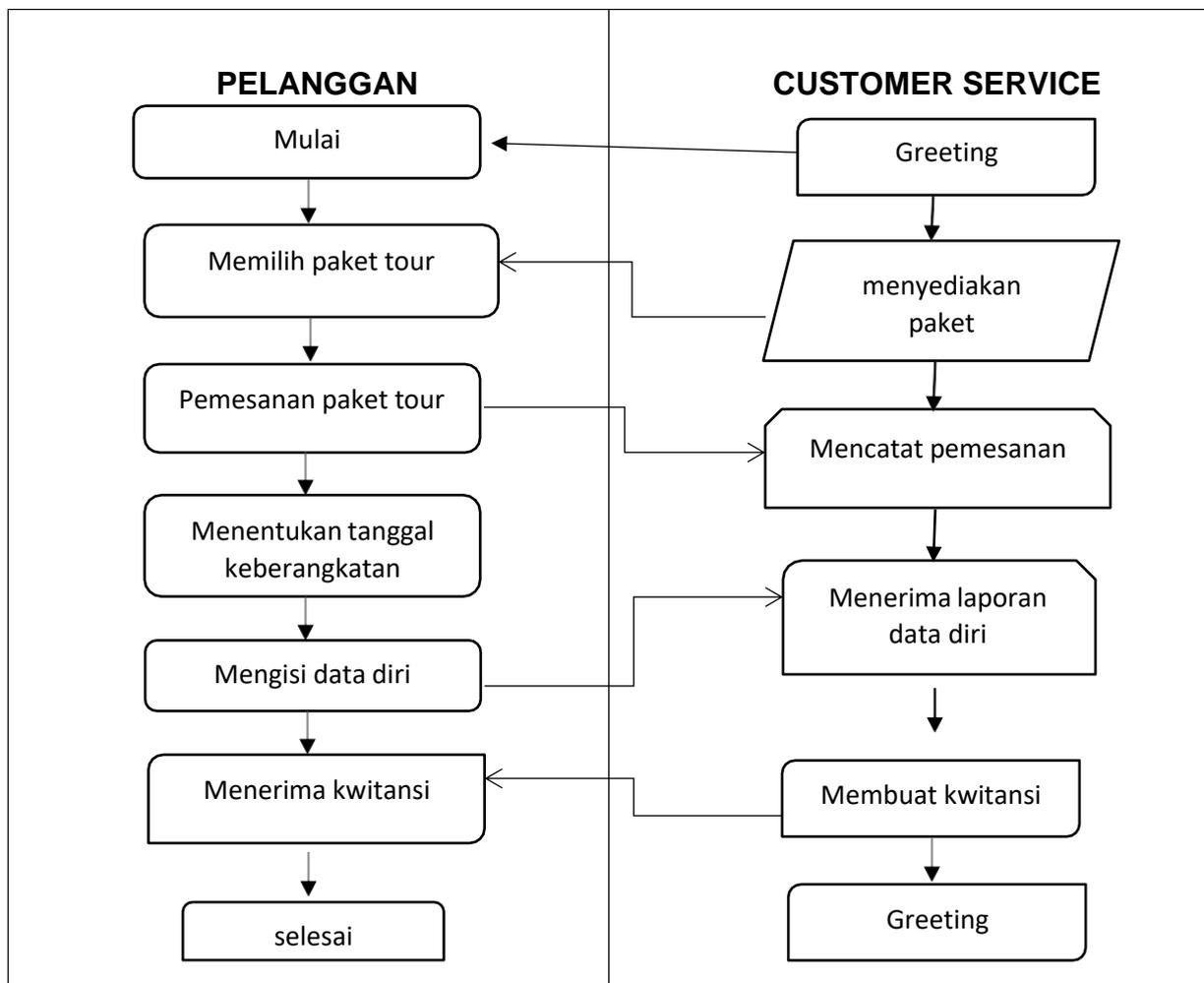
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Zafa, Mandiri, and Bengkulu 2023) adalah untuk menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga data yang objektif dengan mudah didapatkan. Dengan metode kualitatif dapat digambarkan kenyataan dari suatu kejadian yang diteliti dengan demikian mudah dalam mendapatkan data yang objektif. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data Sugiyono (2008) dalam (Thomas Scheidel 2017). Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dengan perwakilan customer service PT Royal Asia Pasific Wholesaler. Wawancara yang dilakukan peneliti merupakan wawancara mendalam (*in-depth interview*), sehingga peneliti mendapatkan jawaban yang cukup memuaskan dari informan. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh peneliti dengan mengumpulkan dokumen seperti jurnal, yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Teknik pengumpulan data kualitatif (Kaharuddin 2021) meliputi observasi, wawancara dan dokumen. Instrumen penelitian kualitatif atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Alat yang digunakan peneliti dalam instrumen penelitian adalah kamera,

zoom meeting dan Google Meeting, panduan wawancara lisan. (The tools used by researchers as research instruments are cameras, oral interview guidelines, Laptops for Zoom Meetings and Google Form questionnaires) Hamilton & Finley (2020) dalam (Sofiana et al. 2022) Teknik Analisa data yang digunakan adalah (Munawaruzaman 2020) melalui beberapa tahap berdasarkan Miles and Huberman adalah mereduksi data (pemilahan, pemusatan dan perhatian), penyajian (display) data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service (CS) PT Royal Asia Pasific Wholesaler di era pasca Pandemi Covid-19, dilakukan secara manual, adalah pelanggan datang langsung untuk pemesanan tiket wisata. Adapun alur pemesanan paket wisata saat ini.

Bagan 1 Penerapan Pelayanan Reservasi Paket Wisata oleh Customer Service (CS)



Sumber: PT Royal Asia Pasific Wholesaler

Implementasi pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service (CS) PT Royal Asia Pasific Wholesaler meliputi beberapa tahap: pertama, tahap greeting, yaitu CS memberikan salam pembuka kepada pelanggan. Kedua, tahap memulai, pelanggan datang dan memulai dengan CS. Ketiga, tahap menyediakan paket tour, CS memberikan brosur paket tour kepada pelanggan. Keempat, tahap pemilihan paket tour, pelanggan memilih paket yang akan dipesan yang disediakan oleh customer service. Kelima, tahap reservasi/pemesanan paket tour, proses

yang mana pelanggan melakukan reservasi/pemesanan paket tour. Keenam, tahap penentuan tanggal keberangkatan, pelanggan menentukan tanggal keberangkatan kepada CS. Ketujuh, tahap pengisian data diri, pelanggan mengisi daftar diri sebelum melakukan transaksi. Kedelapan, tahap menerima laporan data diri, CS menerima laporan data diri pelanggan, Kesembilan, tahap membuat kwitansi, CS membuat kwitansi untuk pelanggan. Kesepuluh, tahap menerima kwitansi, yang mana pelanggan telah melakukan reservasi dan melakukan registrasi serta selesai melakukan transaksi. Kesebelas, tahap greeting, CS memberikan salam penutup kepada pelanggan, dan selesai. Produk pariwisata adalah paket wisata dan pembuatan dokumen perjalanan (diantaranya adaah paspor, Visa, asuransi).

Faktor-faktor yang menghambat dalam penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service (CS) PT Royal Asia Pasific Wholesaler di era pasca Pandemi Covid-19: pertama, tidak adanya fitur aplikasi dalam pelayanan reservasi paket wisata, sehingga mengharuskan pelanggan harus langsung datang untuk dilayani secara manual. Kedua, PT Royal Asia Pasific Wholesaler tidak menggunakan digital marketing dalam proses pemasaran, oleh karena itu sistem pemasaran tidak terlalu efektif. Ketiga, walaupun saat pasca pandemic Covid-19 sudah mulai ada sedikit peningkatan jumlah wisatawan, namun dibanding kondisi normal masih relatif kurang.

Solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service (CS) PT Royal Asia Pasific Wholesaler di era pasca Pandemi Covid-19: pertama, CS masih melakukan koordinasi dengan pimpinan untuk melakukan rencana pembuatan aplikasi khusus pada PT Royal Asia Pasific Wholesaler agar mempermudah pelayanan kepada pelanggan. Kedua, saat penelitian, perusahaan masih menggunakan website <http://royalasiapasific.com> dan sosial media *fanpage* Royal Asia Pasific Wholesaler, belum menggunakan aplikasi marketing digital. Ketiga, terkait dengan jumlah pelanggan saat pasca pandemic Covid-19 masih kurang dibanding kondisi normal, CS berkoordinasi dengan pimpinan untuk menciptakan peluang strategi baru untuk menarik pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service dilakukan dengan beberapa tahap meliputi: Tahap greeting, tahap memulai, tahap menyediakan paket tour, tahap pemilihan paket tour, tahap reservasi/pemesanan paket tour, tahap penentuan tanggal keberangkatan, tahap pengisian data diri, tahap menerima laporan data diri, tahap membuat kwitansi, tahap menerima kwitansi, dan tahap greeting penutup.

Kendala yang dihadapi PT Royal Asia Pasific Wholesaler dalam Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service adalah pertama, tidak adanya fitur aplikasi dalam pelayanan reservasi paket wisata, sehingga mengharuskan pelanggan harus datang langsung untuk dilayani secara manual. Kedua, PT Royal Asia Pasific Wholesaler tidak menggunakan digital marketing dalam proses pemasaran, oleh karena itu sistem pemasaran tidak terlalu efektif. Ketiga, walaupun saat pasca pandemic Covid-19 sudah mulai ada sedikit peningkatan jumlah wisatawan namun dibanding kondisi normal masih relatif kurang.

Kendala dapat dihadapi PT Royal Asia Pasific Wholesaler dalam Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh Customer Service dengan solusi yang dilakukan diantaranya: pertama, CS masih melakukan koordinasi dengan pimpinan untuk melakukan rencana pembuatan aplikasi khusus pada PT Royal Asia Pasific Wholesaler agar mempermudah pelayanan kepada pelanggan. Kedua, saat penelitian, perusahaan masih menggunakan website

<http://royalasiapasific.com> dan sosial media *fanpage* Royal AsiaPasific Wholesaler, belum menggunakan aplikasi marketing digital. Ketiga, terkait dengan jumlah pelanggan saat pasca pandemic Covid-19 masih kurang dibanding kondisi normal, CS berkoordinasi dengan pimpinan untuk menciptakan peluang strategi baru untuk menarik pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rahmat, and Yunita Prihastuti. (2022). "Penerapan Manajemen Operasional Paket Wisata Tailor Made Tour Di Pt. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta." *Journal of Tourism and Economic* 5(1): 77–96.
- Arsana, I Nyoman Alit, and Mochamad Dwiki Ramadhani. (2020). "Sistem Reservasi Akomodasi Tour Menggunakan Payment Gateway Berbasis Web." : 302–10.
- Dewi Amelia Lestari. (2022). "Tinjauan Job Description Staff Customer Service Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Di Pt Rosalia Indah Tour & Travel Slamet Riyadi." *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata* 1(2): 54–61.
- Egeten, Angelina Ervina Jeanette, Lya Santi Rahayu, and Riansyah Rafsanjani. (2019). "Analisis Dan Perancangan Sistem Reservasi Paket Wisata Untuk Internal Karyawan PT. Garuda Maintenance Facility (GMF) Tbk." *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika dan Rekayasa Komputer* 19(1): 80–92.
- Kaharuddin. (2021). "Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri Dan Karakter Sebagai Metodologi." *Jurnal Pendidikan* IX(1): 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>.
- Lumanauw, Nelsye. (2020). "Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di Pt. Golden Kris Tours, Bali)." *Hospitality* 9(1): 19–30. <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>.
- Mahakanap, Agus Shella. (2013). "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Pelayanan Customer Service BPD KALTIM Cabang Utama Samarinda." *Ejurnal Untag Samarinda* Vol 2, No(9): 1689–99.
- Massie, Shelly P., Kindangan Paulus, and D. Palandeng Indrie. (2016). "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(1): 86–97. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10617>.
- Melani Rosalina Hutabarat, Maria, I GPB Sasrawan Mananda, and Luh Gede Leli Kusuma Dewi. (2014). "Prosedur Penanganan Reservasi Paket Wisata Pt. Panorama Tour and Travel Denpasar." *Jurnal IPTA* 2(2): 29.
- Muhammad, Dimas Fitriana, Nurdiana Mulyatini, and Mujaddid Faruk. (2020). "Analisis Magnet Package Tour Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan." *Business Management and Entrepreneurship Journal* 2(4): 183–97.
- Munawaruzaman, Ahmad. (2020). "Implementation of Digital Transformation of the Ministry of Agraria To Improve Public Services." *Prosiding Senantias 2020* 1(1): 589–98.
- Retno, Ajeung, Marceilla Suryana, and Sherly Raka Siwi Putri Utomo. (2022). "Perancangan Paket Wisata Adventure Tour Bandung Untuk Golden Rama Tours and Travel." *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar* 13(01): 1401–7.
- Rusmawati, Yunni. (2018). "Sebesar 194,656. Secara Parsial Indikator Reliabilithy Berpengaruh Signifikan Dengan Hasil Signifikasi 0,000 Dan T." XIX: 1092–1100.
- Saputra, Aditya Dwi, and Rohmat Indra Borman. (2020). "Sistem Informasi Pelayanan Jasa Foto Berbasis Android (Studi Kasus: Ace Photography Way Kanan)." *Jurnal Teknologi dan*

Sistem Informasi 1(2): 87–94.

Siswanto, Yuda Teguh, Dwi Cahyono, and Abadi Sanosra. (2022). "Analisis Kualitas Layanan Pada Tour Dan Travel Di Banyuwangi Indonesia." *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5(1): 65–75.

Sofiana, M, JS Langelo, E Supriyadi, and ... A Maulina - Journal of. (2022). "Ilomata International Journal of Management." *Scholar.Archive.Org* 3(1): 327–42. <https://scholar.archive.org/work/sy63srah7bdsfaghtihpmxpqy/access/wayback/https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/download/302/222>.

Thomas Scheidel. (2017). "Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi." *Bricolage* 2(1): 46–55. <http://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/1148>.

Yanti, Dwi Novel Putri. (2013). "Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service Di PT. Indosat, Tbk Balikpapan." *Ilmu Komunikasi* 1(2): 39–54.

Yudi Sungkono. (2018). "Manajemen Operasional Paket Wisata City Tour Surakarta Di Pt. Kirana Surya Gemilang." *Parameter* 3(2).

Zafa, P T, Mulia Mandiri, and Wilayah Bengkulu. (2023). "Manajemen Komunikasi Pelayanan Jasa Tour Dan Travel Manca." 10(1): 217–32.