UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **ii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
LEMBAR PERSETUJUAN PROYEK AKHIR ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
INTISARI ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR ISTILAH ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Tujuan Penelitian 5
1.3 Manfaat Penelitian 5
1.3.1 Manfaat Akademis 6
1.3.2 Manfaat Praktis 6
BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**
2.1 Tinjauan Pustaka 7
2.2 Landasan Teori 12
2.2.1 Biro Perjalanan Wisata 12
2.2.2 *Customer Service* 13
2.2.3 Perancangan *Guidebook* 16
BAB III METODE PENELITIAN **23**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 23
3.2 Jenis Penelitian 23
3.3 Teknik Pengumpulan Data 24
3.4 Analisis Data 27
3.5 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan 29

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31
4.1 Gambaran Alur Pemesanan Paket Wisata di Travlexism 31
4.1.1 Profil Travelxism 31
4.1.2 Visi dan Misi Travelxism 34
4.1.3 Struktur Organisasi Travelxism 34
4.1.4 Alur Pemesanan Paket Wisata di Travelxism 38
4.2 Perancangan *Guidebook* Pelayanan Pemesanan Paket Wisata untuk *Customer Service* di Travelxism 44
4.2.1 *Empathize* (empati) 45
4.2.2 *Define* (definisi) 46
4.2.3 Ideasi 49
4.2.4 *Prototype* (prototipe) 50
4.2.5 *Test* 70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 72
5.1 Kesimpulan 72
5.2 Saran 72
DAFTAR PUSTAKA 74
LAMPIRAN 78

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) 2024, menunjukkan adanya kemajuan pesat dalam perkembangan pariwisata di Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi DIY bulan Januari - Oktober 2024 sebanyak 31,40 juta yang berarti mengalami kenaikan sebesar 23,27% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2023 sebanyak 25,47 juta wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan biro perjalanan wisata semakin penting dalam penyelenggaraan kegiatan wisata, seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke DIY (Badan Pusat Statistik, 2024).

Biro perjalanan wisata merupakan sebuah agen perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa pariwisata. Keberadaan biro perjalanan wisata sangat membantu wisatawan dalam merencanakan dan mengatur perjalanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan (Faradilla, 2021). Melalui pemanfaatan layanan ini, wisatawan dapat lebih praktis dan efisien karena semua aspek perjalanan mulai dari mengolah, memesan, merencanakan hingga menyelenggarakan perjalanan wisata telah diatur oleh biro perjalanan. Hal ini memungkinkan wisatawan dapat lebih menghemat waktu dan tenaga dalam merancang perjalanan yang tujuan utamanya untuk berwisata.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Biro perjalanan wisata dalam menjalankan perannya perlu menerapkan prosedur dan panduan yang relevan. Demi meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, diperlukan sebuah panduan yang terstruktur untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diakses secara daring (26 Februari 2025) kata panduan berasal dari kata pandu yang berarti petunjuk. Petunjuk mempunyai pengertian yaitu ketentuan yang memberi arah atau bimbingan bagaimana sesuatu harus dilakukan. Suatu perusahaan penting untuk memiliki panduan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya agar dapat dilakukan secara seragam dan konsisten. Hal ini akan memudahkan operasional biro perjalanan wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, biro perjalanan wisata perlu memiliki panduan yang jelas terkait langkah-langkah dalam melayani pelanggan. Hal tersebut akan mempermudah pekerjaan pegawai yang melakukan pelayanan kepada pelanggan. Adapun pelayanan dalam proses pemesanan produk memiliki keterkaitan yang erat dengan peran *customer service*. Menurut Gumilar & Adji (2023) *customer service* ialah semua kegiatan yang ditujukan dan diperuntukan untuk menanggapi keluhan dan kebutuhan pelanggan serta menciptakan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Selain itu, *customer service* juga memiliki kewajiban untuk menjaga hubungan dengan pelanggan dengan menunjukan sikap yang baik. Maka dari itu, perusahaan perlu memberikan perhatian khusus terhadap peningkatan kualitas layanan melalui *customer service* dikarenakan *customer service* merupakan pihak pertama yang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

berhubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, *customer service* biro perjalanan wisata perlu memiliki panduan dalam menjalankan pelayanannya.

Terkait penelitian ini, peneliti fokus terhadap aspek layanan pemesanan di Travelxism yang merupakan salah satu biro perjalanan wisata di Yogyakarta yang berada di bawah naungan PT Gemilang Media Wisatama. Travelxism merupakan perusahaan yang mengedepankan prinsip pariwisata berkelanjutan dan berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap pelanggannya melalui layanan pemesanan yang baik. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 yang berlokasi di Gang Teratai No. 14A, Baciro, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada mulanya, pendirian perusahaan ini dimulai dari melakukan kajian mengenai potensi destinasi wisata. Namun, saat ini Travelxism menyediakan serta menjual paket wisata yang mendukung adanya aspek *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti di bagian layanan pemesanan paket wisata, ditemukan bahwa alur pemesanan mengalami ketidakefisienan. Ketidakefisienan yang dimaksud ialah adanya waktu yang terbuang seperti *customer service* cenderung untuk langsung memberikan pertanyaan dari pelanggan kepada staf pengembangan pariwisata atau bahkan pemilik perusahaan. Keadaan tersebut terjadi jika *customer service* tidak mampu menangani atau menjawab pertanyaan dari pelanggan. Biasanya pertanyaan yang diberikan *customer service* kepada staf pengembangan pariwisata atau CEO bersifat sederhana seperti ketersediaan tanggal perjalanan, jumlah peserta, dan rute perjalanan. Situasi ini seringkali menyebabkan staf pengembangan pariwisata atau

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

CEO kembali mengajukan pertanyaan kepada *customer service* karena informasi yang diperoleh *customer service* dari pelanggan tidak lengkap, sehingga *customer service* perlu menanyakan lagi kepada pelanggan.

Hal di atas yang membuat situasi dimana *customer service* dengan staf pengembangan pariwisata atau CEO saling memberikan pertanyaan dan jawaban satu sama lain. Akibatnya, terjadi ketidakefisienan dikarenakan adanya waktu yang terbuang saat proses pemesanan berlangsung. Seharusnya pertanyaan sederhana seperti itu dapat ditangani terlebih dahulu oleh *customer service*. Tidak hanya itu, terkadang pelanggan yang memiliki kontak pribadi pemilik perusahaan memilih untuk langsung menghubunginya alih-alih menghubungi kepada *customer service* terlebih dahulu, yang mana sebenarnya hal itu melanggar prosedur yang telah ditetapkan. Menurut Muhaling dkk. (2021) salah satu indikator sebuah prosedur ialah keefisienan dan keefektifan guna mendukung pelaksanaan tugas pegawai secara efisien dan efektif.

Terkait persoalan tersebut peneliti terinspirasi untuk menyusun sebuah *Guidebook* yang berfungsi sebagai panduan bagi *customer service* dalam melayani pelanggan. *Guidebook* juga merupakan sebuah buku panduan. Menurut Santoso dkk. (2015) buku panduan adalah suatu informasi yang memandu atau memberikan tuntunan kepada pembaca untuk melakukan apa yang disampaikan didalam panduan tersebut. Simamora (2009) juga menjelaskan bahwa buku panduan yang baik memuat informasi yang digunakan untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada pembaca seperti memberikan penjelasan pendahuluan, isi, dan penutup. Oleh karena itu, buku panduan atau *guidebook* yang baik memiliki

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

informasi yang lengkap dan runtut supaya dapat memberikan panduan bagi pembacanya dalam menjalankan pekerjaannya.

Berdasarkan uraian tersebut tampak bahwa *customer service* Travelxism belum memiliki *guidebook* atau buku panduan yang dapat dijadikan pedoman dalam melayani pelanggan yang akan memesan paket wisata. Sebagai biro perjalanan wisata, *customer service* Travelxism perlu memiliki *guidebook* yang dapat meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pelanggan. Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan, peneliti kemudian tertarik untuk menyusun penelitian proyek akhir dengan judul "Perancangan *Guidebook* Pelayanan Pemesanan Paket Wisata untuk *Customer Service* di Travelxism".

1.2 Tujuan Penelitian

Penulisan proyek akhir ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya:

a. Mengidentifikasi prosedur pemesanan paket wisata di Travelxism.
b. Menyusun *guidebook* pemesanan paket wisata yang informatif dan mudah dipahami.

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penulisan proyek akhir ini diantaranya sebagai berikut:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1.3.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya di bidang layanan pelanggan, khususnya dalam perancangan *guidebook* pemesanan paket wisata untuk *customer service.*

1.3.2 Manfaat Praktis

a) Penelitian ini dapat berpotensi menciptakan inovasi kepada biro perjalanan wisata terkait perancangan *guidebook* pemesanan paket wisata untuk *customer service* di Travelxism.

b) Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada biro perjalanan wisata terkait hal-hal yang perlu diperbaiki atau ditambahkan dalam mengembangkan *guidebook* pemesanan paket wisata untuk *customer service*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini akan membahas tentang perancangan *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata untuk *customer service* di Travelxism. *Guidebook* tersebut dapat digunakan sebagai pedoman untuk membantu karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Penyusunan proyek akhir ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai penelitian terdahulu yang mengidentifikasi aspek-aspek terkait. Maka dari itu, tinjauan pustaka ini akan dikaji berbagai referensi penelitian sebelumnya untuk memberikan inspirasi dan dasar bagi penelitian yang dilaksanakan.

Analisis penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurazizah dkk. (2022) membahas tentang penyusunan buku panduan yang menjelaskan alur kerja TraveLab dalam membentuk paket wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menyusun konsep pedoman, pengumpulan data, pengolahan data, dilanjutkan dengan perancangan buku panduan pembuatan paket wisata. Dari penelitian ini diketahui bahwa panduan khusus dalam pembuatan paket wisata dapat memudahkan pekerja bahkan mahasiswa yang sedang magang di TraveLab. Relevansi penelitian ini dengan topik peneliti terletak pada proses perancangan buku panduan yang dapat memberikan pemahaman mendalam agar dapat menyusun buku panduan atau *guidebook* yang terstruktur. Namun, pada topik ini peneliti berfokus pada perancangan *guidebook* untuk *customer service* dalam melayani pemesanan paket wisata guna meningkatkan kualitas pelayanan di Travelxism. Penelitian ini memberikan kontribusi pada topik peneliti karena

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

penelitian ini menjelaskan komponen-komponen yang diperlukan dalam merancang buku panduan. Dengan adanya penelitian terdahulu ini, peneliti dapat merancang buku panduan yang terstruktur guna memudahkan *customer service* dalam melayani pelanggan.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Sofiana dkk. (2023) bertujuan untuk mengetahui gambaran nyata dari penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh *Customer Service* PT Royal Asia Pasific Wholesaler. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik analisis data. Penelitian ini menunjukkan bahwa PT Royal Asia Pasific Wholesaler memiliki beberapa tahap reservasi paket wisata oleh *customer service* yaitu tahap *greeting*, tahap memulai, tahap menyediakan paket *tour*, tahap pemilihan paket *tour*, tahap 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. Relevansi penelitian ini dengan topik peneliti adalah tujuan yang ingin dicapai yaitu mengembangkan *customer service* sebagai sumber daya manusia yang berkualitas yang dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar kenyamanan dan privasi pelanggan. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai proses pelayanan pelanggan terutama pada tahap reservasi oleh *customer service*. Oleh karena itu, penelitian tersebut dapat menjadi salah satu penguat dalam penulisan pembahasan dan referensi pada topik penelitian yang peneliti lakukan.

Studi penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Srimpi (2020) membahas mengenai berbagai aspek pelayanan mulai dari pelayanan pelanggan yang langsung

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

datang ke kantor, reservasi *online*, pengantaran *boarding pass*, pelayanan *check-in* di bandara, penanganan keluhan, hingga terkait penampilan karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data observasi partisipatif. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa aspek-aspek pelayanan yang dimiliki oleh PT Bhakti Putra Tour and Travel Service telah mengatur operasional perusahaan secara keseluruhan. Relevansi dari penelitian ini dengan topik peneliti yaitu terdapat prosedur pelayanan pelanggan yang dapat memberikan pemahaman mendalam. Hal ini berguna untuk perancangan panduan pelayanan pelanggan, khususnya pada proses pemesanan paket wisata. Namun, pada penelitian yang peneliti lakukan hanya fokus pada satu prosedur yaitu terkait pemesanan paket wisata melalui *customer service* guna meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan di Travelxism. Penelitian ini memberikan wawasan penting dalam proses pelayanan pelanggan terutama pada bagian reservasi. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membantu peneliti untuk menyusun pembahasan dalam penelitian yang peneliti laksanakan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pidada dkk. (2024) bertujuan untuk mengetahui layanan reservasi dengan media *online* dan *offline* untuk membantu karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan saat melakukan reservasi paket wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pelayanan reservasi diperlukan adanya prosedur tahapan yang detail terkait reservasi, mulai dari pemesanan hingga konfirmasi pemesanan. Hal ini dikarenakan, prosedur yang terstruktur dapat membantu karyawan untuk

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

menghemat waktu dan mencegah adanya kesalahan. Penelitian tersebut dapat menjadi salah satu penguat dalam penulisan pembahasan peneliti. Hal ini dikarenakan, pada penelitian tersebut terdapat detail terkait tahapan saat pelanggan hendak melakukan reservasi paket wisata. Tahapan tersebut menjadi gambaran untuk peneliti guna menyelesaikan topik penelitian.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Lestari (2022) bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan *job description staff customer service* di PT Rosalia Indah Tour & Travel Slamet Riyadi dan tingkat kualitas pelayanan di PT Rosalia Indah Tour & Travel Slamet Riyadi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dimana metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Dari penelitian ini, bisa diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi pelanggan dan penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Relevansi penelitian ini dengan topik peneliti adalah tujuan akhir kedua penelitian untuk meningkatkan layanan bagi kepuasan pelanggan. Namun, penelitian terdahulu menggunakan rangakaian *jobdesc*, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan *guidebook* untuk merincikan langkah-langkah pekerjaan *customer service* saat melayani pelanggan. Bagian pendahuluan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penelitian yang dilakukan peneliti dengan menekankan pentingnya pemahaman terhadap keinginan konsumen, khususnya terkait kualitas layanan yang mereka terima. Melalui penelitian ini, peneliti memperoleh referensi yang memperkuat pemahaman terkait pentingnya memahami konsumen, terutama melalui layanan pelanggan (*customer service*).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Analisis penelitian terdahulu milik Noviastuti (2020) bertujuan untuk memperoleh gambaran berbagai informasi yang berhubungan dengan pemberian pelayanan kepada tamu yang disajikan secara deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa dokumentasi, observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukan bahwa seorang reservasi mempunyai peranan yang cukup besar dalam memberikan pelayanan kepada tamu, karena departemen kantor depan yang mempunyai kontak langsung dan akan memberikan kesan pertama dan terakhir kepada tamu yang datang. Penelitian terdahulu membahas peran penting staf reservasi dalam memberikan pelayanan optimal kepada tamu hotel, khususnya dalam menciptakan kesan pertama dan meningkatkan loyalitas tamu, sehingga cocok dengan penelitian peneliti yang karena sama-sama menekankan pentingnya pelayanan dalam proses pelayanan pemesanan, namun berbeda konteks karena fokus penelitian terdahulu adalah pada perhotelan, sedangkan peneliti berfokus ke biro perjalanan wisata. Selain itu, peneliti lebih menekankan pada perancangan *guidebook* sebagai solusi efisiensi pelayanan, sedangkan penelitian terdahulu lebih deskriptif terhadap praktik reservasi yang ada. Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti dapat mempelajari bahwa peran reservasi sangat penting dalam membentuk citra dan kepuasan pelanggan, serta pentingnya pengetahuan dalam menjalankan tugas sesuai prosedur untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas dan berkesan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Biro Perjalanan Wisata

Biro Perjalanan Wisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan BAB IV, Pasal 14 Ayat 1 huruf d, merupakan usaha penyediaan jasa perencanaan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata. Warman dan Mujadi (2016) menyatakan biro perjalanan wisata merupakan usaha dibidang pariwisata yang memiliki bentuk badan usaha, yang dapat berupa perseroan terbatas maupun koperasi. Bafadhal (2018) mengatakan bahwa kegiatan biro perjalanan wisata mencakup:

1. Merancang dan mengemas berbagai komponen dalam perjalanan wisata.
2. Menyusun dan menjual paket wisata dengan cara menyalurkannya.
3. Menyelenggarakan pemandu wisata.
4. Menyediakan layanan angkutan khusus untuk keperluan wisata.
5. Menyediakan fasilitas akomodasi, restoran, pertunjukan seni budaya serta kunjungan ke objek dan daya tarik wisata.
6. Mengurus dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku.
7. Menyelenggarakan ibadah agama.
8. Menyelenggarakan perjalanan insentif.

Guna menjalankan operasional kegiatan yang dimiliki oleh biro perjalanan wisata diperlukan manajemen terhadap sumber daya manusia yang ada. Menurut Rusby (2016) manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas perusahaan demi mencapai

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

tujuan yang telah ditentukan. Terkait hal ini, sumber daya manusia yang dimaksud ialah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan demikian, biro perjalanan wisata sebagai badan usaha yang menyediakan jasa pelayanan atau penyelenggaraan wisata yang sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya, yaitu para karyawan perusahaan.

2.2.2 *Customer Service*

2.2.2.1 Definisi *Customer Service*

Meraih pelanggan (*customer*) merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dan keberhasilan bisnis. Perusahaan menggunakan berbagai cara sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan serta memuaskan pelanggan, salah satunya melalui segi pelayanan pelanggan atau *customer service*. Segala aktivitas dan interaksi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan mereka disebut layanan pelanggan atau *customer service* (Ariyanto dkk., 2024). Tanggung jawab sebagai *customer service* dalam hal ini berada pada karyawan perusahaan yang merupakan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan.

Peran *customer service* sangat penting karena menjadi pihak pertama yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki kualitas *customer service* yang baik. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat manfaat *customer service*, yaitu:

1) Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
2) Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
3) Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4) Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

Untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada pelanggan adalah pelayanan yang berkualitas, maka *customer service* perlu memiliki panduan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan.

2.2.2.2 Pelayanan *Customer Service*

Menurut Kasmir (2005), pelayanan adalah suatu bentuk tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan merupakan elemen penting dalam konteks biro perjalanan wisata, karena berperan besar dalam memastikan kenyamanan dan kepuasan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Salah satu bentuk pelayanan tersebut adalah kegiatan reservasi. Reservasi dalam bahasa inggris merupakan *reservation* yang berasal dari kata "*to reserve*" yang memiliki arti memesan. Reservasi dalam biro perjalanan mengacu pada kegiatan pemesanan berbagai fasilitas yang dilakukan oleh pelanggan seperti akomodasi, restoran, tempat wisata, transportasi, dan sebagainya (Kamanika, 2023). Menurut Maita (2017) kata *reservation* atau pemesanan dalam dunia pariwisata disebut juga dengan *booking.* Dengan demikian, pelayanan pemesanan paket wisata meliputi serangkaian tindakan untuk memastikan pelanggan mendapatkan seluruh layanan yang dibutuhkan sesuai dengan harapan.

Penerapan pelayanan yang berkualitas oleh *customer service*, diperlukan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip yang menjadi perhatian bagi *customer service* untuk melakukan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Menurut

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Ariyanto dkk. (2024) prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan yaitu sebagai berikut:

1) Kepuasan Pelanggan sebagai Prioritas Utama

   Perusahaan harus memahami bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan dan memperluas jangkauan konsumen. Kepuasan pelanggan akan membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

2) Komunikasi Efektif dengan Pelanggan

   Komunikasi yang efektif merupakan pondasi dari hubungan yang sehat antara perusahaan dan pelanggan. Hal ini melibatkan *customer service* dalam mendengarkan dengan cermat terhadap kebutuhan dan masalah pelanggan, memberikan informasi yang jelas dan akurat, dan berkomunikasi secara konsisten melalui berbagai saluran.

3) Personalisasi Layanan

   Setiap pelanggan adalah individu dengan preferensi dan memiliki kebutuhan yang berbeda. Oleh karena itu, personalisasi layanan menjadi kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Perusahaan dapat menyediakan pelayanan yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan seperti rekomendasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

4) Keandalan dan Konsistensi

   Pelanggan mengharapkan keandalan dan konsistensi dari layanan yang mereka terima. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus dapat memberikan layanan yang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

dapat diandalkan seperti meminimalisir kesalahan. Konsistensi dalam pelayanan pelanggan penting untuk membangun kepercayaan.

5) Penyelesaian Masalah yang Efisien

Penyelesaian masalah yang efisien adalah kunci untuk memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Perusahaan harus memiliki sistem dan proses yang efektif untuk menangani keluhan dan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat.

Uraian di atas menunjukkan bahwa *customer service* merupakan pelayanan pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peran *customer service* diterapkan oleh karyawan perusahaan yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, termasuk memenuhi kebutuhan serta merespons keluhan yang disampaikan. *Customer service* di Travelxism memiliki peran penting untuk menjalankan tugasnya yaitu melayani pelanggan. Hal ini dikarenakan *customer service* adalah pihak pertama yang berhubungan langsung dengan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2.2.3 Perancangan *Guidebook*

Guidebook atau buku panduan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang diakses secara daring (28 Februari 2025) merupakan buku yang berisikan informasi yang dipakai sebagai panduan dalam melaksanakan sesuatu. Secara umum, terdapat berbagai jenis buku panduan, salah satunya ialah buku panduan staf. Menurut Lemy (2024) buku panduan staf merupakan dokumen yang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

memuat berbagai informasi dan pedoman tentang tata cara pelaksanaan pekerjaan dan prosedur operasional. Buku panduan ini disusun untuk membantu staf dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya secara efektif dan efisien, guna menjaga keseragaman serta konsistensi kerja.

Perancangan *guidebook* dilakukan dengan menerapkan konsep *design thinking*, karena pendekatan ini dinilai mampu membantu dalam memahami kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, sekaligus menghasilkan solusi yang efektif dan efisien (Kurniawati dkk., 2025). Selain itu, konsep *layout* juga digunakan dalam merancang prototipe *guidebook*. Mengingat *layout* yang baik, dapat memudahkan pengguna dalam membaca dan memahami informasi yang disajikan dalam *guidebook* (Rustan, 2020). Perancangan *guidebook* dapat mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kurniawati dkk. (2025) dengan menerapkan konsep *design thinking*, serta menggunakan konsep *layout* dari Rustan (2020), dengan rancangan sebagai berikut:

a. *Design Thinking*

Design thinking merupakan suatu pendekatan yang berfokus pada pengembangan ide-ide inovatif melalui pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan situasi yang dihadapi (Kelley & Brown, 2018). Kurniawati dkk. (2025) mengatakan bahwa pendekatan *design thinking* digunakan untuk memperoleh solusi yang paling efektif dan efisien untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Pendekatan ini meliputi beberapa tahapan, mulai dari *empathize* (empati) terhadap pengguna hingga penyerahan *prototype*. Berdasarkan hal ini,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

design thinking mengutamakan pendekatan interaktif yang memungkinkan adanya evaluasi dan perbaikan di setiap tahapnya. Pendekatan ini sangat berguna untuk memberikan solusi yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam berbagai konteks, termasuk perancangan panduan pelayanan pemesanan paket wisata. Dengan demikian, panduan tersebut dapat membantu karyawan saat memberikan layanan kepada pelanggan yang lebih efisien dan efektif.

Menurut Kurniati dkk. (2025), penerapan *design thinking* dalam perancangan *guidebook* terdiri atas lima tahapan, yaitu:

1. *Empathize* (empati)

   Tahap pertama untuk memahami kebutuhan dan tantangan perusahaan melalui observasi dan wawancara. Tahap ini membantu peneliti melihat permasalahan dari perspektif perusahaan.
2. *Define* (definisi)

   Tahap ini untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi perusahaan berdasarkan data yang telah diperoleh dari tahap *empathize*.
3. Ideasi

   Tahap ketiga ini bertujuan untuk menghasilkan beberapa kemungkinan ide ataupun solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan.
4. *Prototype* (prototipe)

   Tahapan ini bertujuan untuk mewujudkan ide ataupun solusi dalam bentuk prototipe.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5. *Test*

   Tahap terakhir ini untuk mendapatkan saran dan masukan dari perusahaan untuk mengevaluasi *prototype* yang telah dibuat.

b. *Layout*

Layout merupakan pengaturan elemen-elemen desain dalam satu ruang atau bidang. Tujuan utama *layout* ialah untuk menampilkan elemen-elemen visual maupun tekstural yang dikomunikasikan secara teratur agar lebih mudah dipahami oleh pembaca (Ambrose & Harris, 2011). Rustan (2020) mengatakan bahwa *layout* dapat mendukung konten informasi atau pesan yang disampaikan. Dengan menerapkan *layout* yang baik dapat mempengaruhi cara seseorang dalam memahami dan menerima informasi.

Menurut Rustan (2020) tahapan perancangan buku panduan pelayanan pemesanan paket wisata adalah sebagai berikut:

1. Prinsip desain

   Terdapat beberapa prinsip desain dalam *layout*, antara lain:

   a) *Emphasis*, yaitu penekanan visual pada area tertentu untuk menarik perhatian.
   b) *Contrast*, yaitu pengaturan elemen visual yang saling berlawanan sehingga menimbulkan perbedaan yang mencolok.

2. Tipografi

   Tipografi atau huruf merupakan suatu kajian tentang pengaturan teks pada sebuah halaman. Selain berfungsi untuk menyampaikan pesan, tipografi juga memiliki peran untuk memberikan nilai estetik di sebuah karya tulis ataupun

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

desain. Dengan penggunaan tipografi yang tepat, pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik, komunikatif, dan mudah diingat oleh audiens.

3. Anatomi Buku

   Terdapat 3 bagian untuk merancang anatomi buku, antara lain:

   1) Bagian depan; terdiri dari halaman cover, judul, nama penulis, logo penerbit, penerbit, pendahuluan, daftar isi, dan kata pengantar.
   2) Bagian tengah; terdiri dari konten dan kumpulan bab
   3) Bagian belakang; terdiri dari informasi tambahan, daftar pustaka, dan *cover* belakang.

Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa perancangan *guidebook* dalam pelayanan pemesanan paket wisata untuk *customer service* di Travelxism perlu memperhatikan berbagai aspek dalam pengelolaan dan pengembangan layanan wisata. Travelxism merupakan biro perjalanan wisata yang menawarkan berbagai paket wisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Travelxism dalam menjalankan operasionalnya, perlu menerapkan manajemen karyawan yang efektif agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal. Mengingat perusahaan ini bergerak dibidang penjualan jasa, maka pengelolaan sumber daya manusia menjadi aspek yang sangat penting. Dengan manajemen karyawan yang baik, perusahaan dapat mengatur serta memantau kinerja pegawai secara lebih efisien. Hal ini juga memastikan bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Travelxism pada proses pelayanan pemesanan produk memiliki keterkaitan yang erat dengan peran *customer service. Customer service* Travelxism merupakan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pihak pertama yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Maka dari itu, *customer service* perlu memperhatikan prinsip-prinsip saat melakukan pelayanan kepada pelanggan. Prinsip tersebut yaitu kepuasan pelanggan sebagai prioritas, komunikasi efektif dengan pelanggan, personalisasi layanan, keandalan dan konsistensi, serta penyelesaian masalah yang efisien. Agar prinsip-prinsip tersebut dapat tercapai, *customer service* Travelxism perlu memiliki panduan berupa *guidebook* untuk melayani pelanggan yang memesan paket wisata. Penelitian ini melalui beberapa tahap dalam menyusun *guidebook* tersebut, di antaranya sebagai berikut:

1. *Empathize* (empati) untuk memahami kebutuhan ataupun permasalahan yang dimiliki Travelxism melalui observasi dan wawancara dengan pihak terkait.
2. *Define* (definisi) untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi Travelxism khususnya di bagian layanan pemesanan berdasarkan data yang telah diperoleh dari tahap *empathize*.
3. Ideasi yang bertujuan untuk menghasilkan beberapa kemungkinan ide ataupun solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan melalui *guidebook*.
4. *Prototype* (prototipe) yang bertujuan untuk mewujudkan ide ataupun solusi dalam bentuk perancangan *guidebook*.
5. *Test* untuk mengevaluasi *guidebook* yang telah dibuat.

Berdasarkan pendekatan di atas, perancangan *guidebook* layanan pemesanan paket wisata oleh peneliti diharapkan dapat membantu *customer service* Travelxism dalam menjalankan tugasnya secara lebih terarah dan sistematis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dengan adanya pedoman ini, staf *customer service* dapat memberikan pelayanan yang lebih konsisten serta responsif dalam melayani pelanggan. Selain itu, *guidebook* ini juga dirancang untuk meminimalkan potensi kesalahan, meningkatkan efisiensi kerja, serta memperkuat citra Travelxism sebagai biro perjalanan wisata yang mengutamakan kualitas layanan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 8 bulan dimulai dari November 2024 hingga Juni 2025. Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan biro perjalanan wisata yaitu Travelxism yang merupakan perusahaan yang berada di bawah naungan PT Gemilang Media Wisatama, berlokasi di Gang Teratai No. 14A, Baciro, Keamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam proyek akhir ini. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Moleong dalam Hasan, 2022). Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena atau kejadian secara mendalam.

Kemudian peneliti menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai topik yang diambil yaitu perancangan *guidebook* pemesanan paket wisata. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, artinya data yang dikumpulkan menunjukkan kondisi sebenarnya yang terjadi selama pelaksanaan di lapangan. Peneliti dalam hal ini memegang peranan utama yang mengadakan sendiri pengamatan atau wawancara.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif bersifat deskriptif yaitu berupa kata-kata dan gambar. Sumber data primer yang peneliti gunakan diperoleh dari observasi dan wawancara dengan pihak terkait khususnya di bagian *customer service* di Travelxism. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari studi literatur melalui sumber-sumber relevan yang ada. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan inovasi terkait *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata yang diterapkan oleh *customer service* di Travelxism guna meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pelanggan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akan mendukung peneliti untuk menyusun penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik atau metode yang disesuaikan dengan jenis penelitian. Adapun beberapa teknik pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi Partisipatif

Menurut Hasan (2022) observasi partisipatif adalah sebuah teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti untuk turut melakukan kegiatan dari objek yang sedang diteliti. Pengambilan data dengan teknik observasi partisipatif dilakukan agar peneliti dapat terlibat secara langsung, terutama pada bagian *customer service* terkait operasional pemesanan produk di Travelxism. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi atau keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan sekaligus mencari data yang dapat dijadikan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

bahan informasi pada penelitian ini. Peneliti akan berfokus melakukan pengamatan secara langsung terhadap bagaimana keadaan dan proses pemesanan produk melalui *customer service* di Travelxism.

b. Wawancara

Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Menurut Sudaryono (2018) wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya. Peneliti pada penelitian ini, melakukan metode wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

Wawancara terstruktur dilakukan dengan menyusun dan merencanakan terlebih dahulu pertanyaan yang akan ditanyakan menurut Rachmawati (2007). Setelah wawancara terstruktur dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan wawancara tidak terstruktur untuk melengkapi informasi yang belum diperoleh pada wawancara terstruktur. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan narasumber dengan pertanyaan-pertanyaan yang dikembangkan pada setiap topik untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Metode wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dilakukan untuk saling melengkapi dalam proses pengumpulan data tentang operasional pemesanan paket wisata khususnya di bagian *customer service* di Travelxism. Penelitian ini melibatkan wawancara yang dilakukan dengan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pemilik perusahaan PT Gemilang Media Wisatama yang mengawasi langsung kinerja karyawan, serta dengan *marketing communication staff*.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka atau studi literatur adalah salah satu teknik yang digunakan dalam penelitian untuk menyelesaikan permasalahan melalui penelusuran sumber-sumber tulisan yang telah dibuat sebelumnya (Restu dkk., 2021). Studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji beberapa sumber literatur yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian. Pelaksanaan metode ini dilakukan dengan dengan mencari, membaca, dan mempelajari berbagai macam sumber literatur yang berkaitan dengan tema penelitian. Sumber literatur tersebut dapat berupa buku, jurnal, modul, dan sumber tertulis lainnya. Metode pengumpulan data studi pustaka dapat memberikan berbagai data pendukung terkait objek penelitian untuk menguatkan atau melengkapi bukti pembahasan pada penelitian.

d. Dokumentasi

Penelitian ini memanfaatkan teknik dokumentasi sebagai salah satu metode untuk mengumpulkan data atau informasi. Penelitian kualitatif memanfaatkan studi dokumen untuk melengkapi data dari observasi dan wawancara. Teknik ini mencakup berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2013). Melalui teknik dokumentasi, peneliti memperkaya data yang telah diperoleh dari observasi

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

dan wawancara dengan mendengarkan berbagai cerita dari pihak Travelxism.

3.4 Analisis Data

Data yang telah diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti observasi partisipatif serta wawancara tidak akan berguna jika tidak dilakukan pengolahan lebih lanjut. Oleh karena itu, data-data yang telah diperoleh tersebut perlu dilakukan analisis data. Analisis data merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi seluruh data yang telah dikumpulkan agar dapat menjadi informasi yang bermanfaat dan mudah dipahami oleh peneliti maupun pembacanya. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013) aktivitas saat menganalisis data terdiri dari reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih inti data, memusatkan pada hal-hal penting, mencari tema dan bentuk yang relevan (Sugiyono, 2013). Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyusun data mentah yang telah diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data agar menjadi lebih terstruktur dan sesuai dengan topik serta tujuan penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur pemesanan paket wisata oleh *customer service* sebagai upaya meningkatkan efisiensi pelayanan kepada pelanggan. Oleh sebab itu, data yang telah diperoleh dari berbagai metode pengumpulan data akan dilakukan pemilahan, data yang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

tidak sesuai dengan topik serta tujuan penelitian akan dieliminasi guna mempermudah peneliti dalam memahami topik yang sedang diteliti.

b. Penyajian Data (*Display*)

Setelah melakukan reduksi pada data yang telah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Penyajian data merupakan sebuah tahap untuk menganalisis data yang bertujuan untuk mencari inti dari banyaknya data yang dikumpulkan sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih jelas. Penyajian data penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, *flowchart*, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya menurut Sugiyono (2013).

Penyusunan proyek akhir ini, peneliti akan menyajikan data dalam bentuk penjelasan deskriptif yang dipadukan dengan visualisasi seperti gambar dan *flowchart*. Pendekatan ini dipilih agar hasil penelitian dapat dipahami dengan lebih mudah dan jelas oleh pembaca. Dengan bantuan visual, informasi dapat dijelaskan secara lebih terstruktur dan menarik, sehingga mempermudah pemahaman pembaca.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Teknik analisis data yang terakhir menurut Miles & Huberman dalam Sugiyono (2013) adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah terakhir yang dilakukan peneliti untuk membuat kesimpulan sebagai hasil dari penelitian

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat berupa temuan baru yang belum pernah diketahui dalam penelitian sebelumnya.

Peneliti dalam penelitian proyek akhir ini akan menyusun kesimpulan berdasarkan temuan utama yang diperoleh selama proses penelitian. Kesimpulan tersebut bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang tepat dan relevan terkait perancangan *guidebook* pemesanan paket wisata. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu Travelxism khususnya staf *customer service*, dalam menjalankan tugas mereka dengan lebih efisien dan efektif. Dengan adanya panduan yang jelas dan terstruktur, diharapkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dapat meningkat sehingga memberikan dampak positif bagi perusahaan.

3.5 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Penyusunan penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap untuk menghasilkan prototipe berupa *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata untuk *customer service* di Travelxism. Pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan dalam waktu 8 bulan dimulai dari November 2024 hingga Juni 2025. Berikut pelaksanaan kegiatan penelitian akan dilampirkan dalam bentuk tabel yang merupakan *timeline* kegiatan penyusunan penelitian ini:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 3.1 Timeline Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	2024		2025						
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Pra-Pelaksana										
1.	Survei Awal									
2.	Penyusunan dan Pengajuan Proposal									
3.	Seminar Proposal									
Pelaksanaan										
1.	Pengambilan Data									
2.	Pengolahan Data									
3.	Analisis Data									
4.	Penyusunan Hasil dan Pembahasan									
5.	Penyusunan Kesimpulan									
Pasca-Pelaksanaan										
1.	Sidang Seminar Hasil									
2.	Revisi Penelitian									

Sumber: Elaborasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Alur Pemesanan Paket Wisata di Travlexism

Travelxism merupakan biro perjalanan wisata yang berada di Kota Yogyakarta dan berada di bawah naungan PT Gemilang Media Wisatama. Perusahaan ini berfokus pada penyediaan layanan wisata yang berkelanjutan serta berorientasi pada pemberdayaan masyarakat lokal. Travelxism juga aktif mengembangkan berbagai program dan produk wisata yang mendukung pariwisata berbasis komunitas.

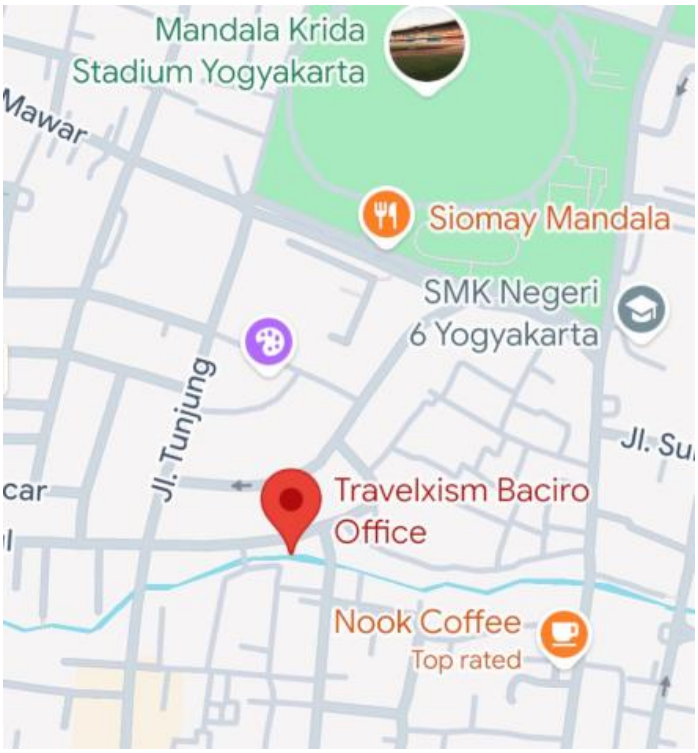
Pelayanan yang diberikan oleh Travelxism terdiri dari beberapa tahapan proses pelayanan, antara lain tahap *greeting* awal, pengumpulan informasi, penawaran produk wisata, verifikasi dan konfirmasi, proses pembayaran, greeting penutup, konfirmasi kembali, dan tahap evaluasi. Setiap tahapan tersebut dirancang untuk memastikan proses pemesanan berjalan dengan lancar, memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, serta meminimalkan potensi kesalahan.

4.1.1 Profil Travelxism

Nama Travelxism diperkenalkan oleh Gilang Ahmad Fauzi sebagai *founder* dan *CEO.* Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 yang berlokasi di Gang Teratai No. 14A, Baciro, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada awalnya, Travelxism berfokus pada konten traveling dan eksplorasi wisata saat Gilang Ahmad Fauzi menempuh studi *Master's Degree* di

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Australia. Namun, saat ini Travelxism menyediakan serta menjual paket wisata yang mendukung adanya aspek *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan.



Gambar 4.1 Maps Travelxism
Sumber: *Google Maps*

Awal mula nama Travelxism berasal dari gabungan kata “travel” yang diberi akhiran “-xism” yang biasa digunakan untuk menunjukkan suatu paham. Nama ini mencerminkan sebuah filosofi dalam dunia pariwisata yang tidak hanya berfokus pada destinasi, tetapi juga pada keberlanjutan, edukasi, dan dampak sosial. Selain itu, Travelxism juga ingin membangun kesadaran bahwa pariwisata dapat menjadi alat untuk membawa perubahan positif, baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal. Makna tersebut juga tersirat dalam logo Travelxism yang memiliki 2 elemen utama.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 4.2 Logo Perusahaan Travelxism
Sumber: Website Travelxism, 2021

Pertama, simbol pin lokasi berwarna merah yang menggambarkan bahwa perusahaan memiliki fokus pada destinasi wisata dan membantu wisatawan menemukan tempat-tempat menarik. Sementara, elemen selanjutnya ialah huruf "V" berwarna biru yang melambangkan kata "wisata". Logo tersebut juga dikombinasi dengan warna merah dan biru yang menciptakan keseimbangan antara semangat dan kepercayaan. Secara keseluruhan, desain logo Travelxism mencerminkan profesionalisme, kepercayaan, dan semangat dalam menyediakan pengalaman wisata yang ramah lingkungan.

Travelxism juga merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata yang memiliki fokus pada pengembangan riset potensi pariwisata yang inovatif. Selain itu, Travelxism juga aktif mengadakan berbagai workshop, pelatihan, serta mendorong digitalisasi dan penguatan branding destinasi. Tidak hanya berbagi informasi tentang destinasi yang unik dan kekinian, Travelxism menjadi tempat berkumpulnya pelajar dari berbagai daerah di Indonesia, layaknya miniatur Indonesia. Melalui berbagai program dan produk yang dirancang oleh Travelxism merupakan bentuk kontribusinya dalam mengembangkan *Sustainable Tourism* di Indonesia. Program-program tersebut meliputi paket wisata berkelanjutan, konsultan pengembangan desa wisata, digital marketing UMKM, pelatihan Eco-

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Enzyme serta voluntrip. Selain itu, Travelxism juga menunjukkan keseriusannya pada pengembangan digital tourism dengan mengeluarkan produk virtual tour.

4.1.2 Visi dan Misi Travelxism

Adapun visi dan misi PT Gemilang Media Wisatama sebagai perusahaan biro perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

a. Visi Perusahaan

   Mengubah asset pariwisata menjadi produk yang dapat dipasarkan dengan memaksimalkan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan tetap menjaga lingkungan.

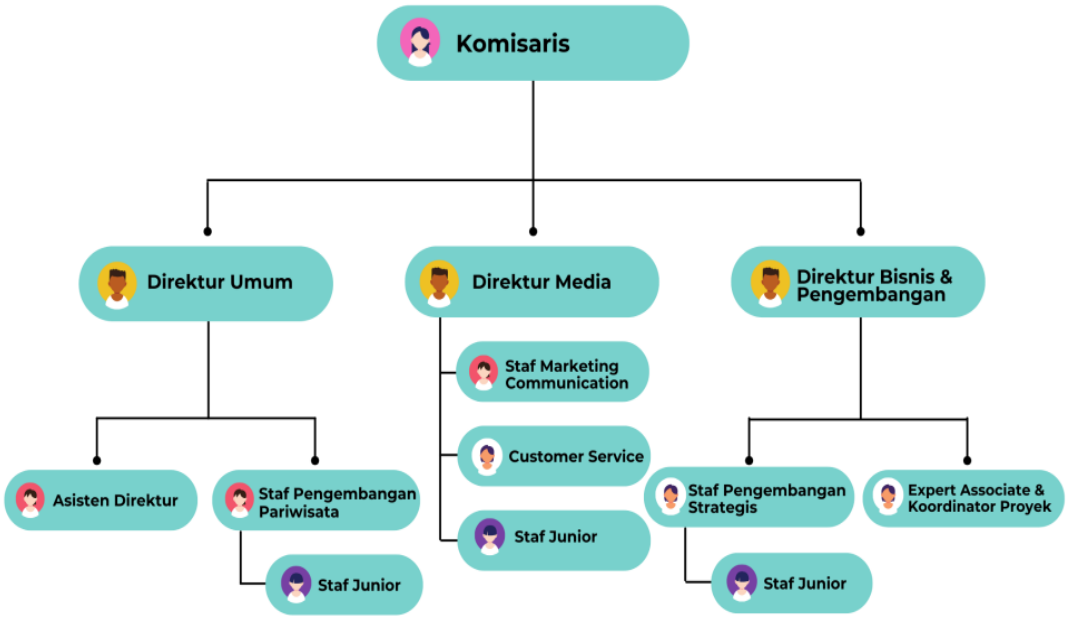
b. Misi Perusahaan

   Kami berharap dapat melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan untuk berpartisipasi dalam mempraktikkan pariwisata berkelanjutan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan melalui produksi media, serta memberikan pilihan yang berarti bagi wisatawan dan masyarakat lokal melalui paket wisata berkelanjutan dan virtual tour.

4.1.3 Struktur Organisasi Travelxism

Travelxism memiliki struktur organisasi yang berperan penting dalam mengatur dan membagi tugas kerja di setiap bidang. Berikut adalah struktur organisasi yang dimiliki oleh Travelxism:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Travelxism
Sumber: Travelxism, 2022 (telah diolah kembali)

Tugas dan fungsi pada masing-masing posisi atau jabatan dalam struktur organisasi Travelxism yaitu sebagai berikut:

a. Komisaris
   - Memimpin perusahaan untuk dapat mencapai visi dan misi.
   - Bertanggung jawab penuh dalam mengawasi 3 direktur yaitu direktur utama, direktur media, direktur bisnis dan pengembangan.

b. Direktur Umum
   - Memimpin dan menjalankan program kegiatan serta merumuskan kebijakan untuk penyelenggaraan kegiatan umum.
   - Mengambil keputusan penting, terutama yang berkaitan dengan keuangan dan operasional.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

- Bertanggung jawab untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi baik di dalam perusahaan maupun dengan pihak eksternal.

c. Asisten Direktur

- Mengelola dan bertanggung jawab atas seluruh data perusahaan, termasuk data karyawan, data produk perusahaan serta data agen mitra.
- Mengatur jadwal pertemuan bagi pelanggan ataupun agen mitra yang hendak bertemu dengan pimpinan.
- Menangani berbagai kegiatan administrasi perusahaan termasuk korespondensi.
- Menyusun laporan keuangan perusahaan dan mengelola pembayaran gaji karyawan.
- Bertanggung jawab untuk membuat *invoice* penagihan kepada pelanggan.

d. Staf Pengembangan Pariwisata

- Bertanggung jawab terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan seperti pembuatan paket wisata.
- Menentukan harga akhir paket wisata untuk pelanggan dengan mengetahui direktur utama.

e. Direktur Media

- Bertugas menyusun serta merealisasikan strategi pemasaran terpadu melalui akun sosial media.
- Bertanggung jawab terhadap konten plan ataupun *media campaign* yang akan direalisasikan ke dalam media sosial.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

f. Staf Marketing *Communication*

- Menyusun konten kreatif serta mengelola akun media sosial.
- Merancang *design* untuk produksi media dalam pembuatan katalog.

g. *Customer Service*

- Bertanggung jawab untuk merespons pelanggan melalui media sosial.
- Membantu keuangan saat menghubungi pelanggan terkait penagihan.
- Mengatur jadwal *tour* sekaligus mengorganisir waktu kerja *tour leader*

h. Direktur Bisnis dan Pengembangan

- Bertanggung jawab untuk menentukan arah perkembangan bisnis Travelxism.
- Mengambil keputusan, khususnya terkait perencanaan strategi *planning* yang akan dijalankan.
- Membangun serta menjaga hubungan baik dengan agen mitra ataupun *stakeholder* lainnya.
- Mengevaluasi efektivitas strategi bisnis dan melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.

i. *Expert Associate* dan Koordinator Proyek

- Melakukan riset mengenai materi yang dibutuhkan, kemudian menyusun materi tersebut untuk digunakan dalam berbagai proyek pelatihan yang akan dilaksanakan.

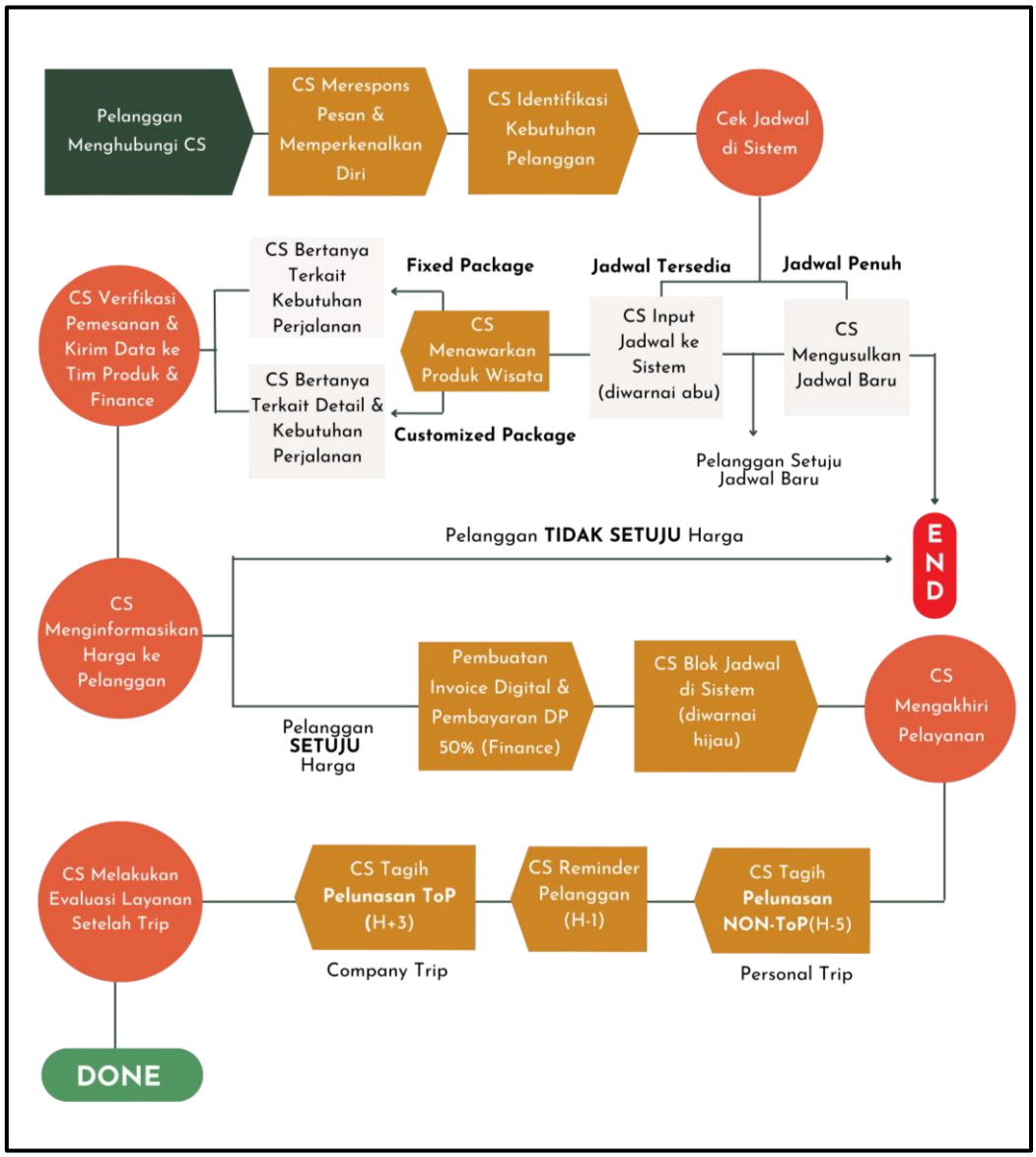
j. Staf *Junior*

- Membantu pekerjaan sesuai dengan divisi yang dijalankannya serta berada di bawah pantauan para mentor.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.1.4 Alur Pemesanan Paket Wisata di Travelxism

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat terlihat secara jelas bahwa alur proses pemesanan paket wisata yang dilakukan oleh *customer service* di Travelxism. Tahapannya dimulai dari awal penerimanaan permintaan hingga penyelesaianan pemesanan. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai setiap tahapannya.



Gambar 4.4 Alur Pemesanan Paket Wisata
Sumber: Elaborasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

a) Tahap *Greeting* Awal

Travelxism menyediakan dua alur untuk layanan pemesanan, yaitu melalui online seperti chat *WhatsApp* dan melalui panggilan telepon. Kedua jalur ini dilakukan untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pelanggan dalam memilih cara komunikasi yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Berdasarkan hasil observasi terhadap praktik yang berjalan, proses pemesanan saat ini dimulai ketika *customer service* menerima dan merespons pesan atau panggilan dari pelanggan. Tahap awal yang dilakukan oleh *customer service* adalah memperkenalkan diri terlebih dahulu sebagai bentuk etika pelayanan dan menciptakan suasana komunikasi yang ramah. Setelah itu, *customer service* akan menanyakan identitas pelanggan dengan sopan. Hal ini dilakukan untuk mencatat informasi dasar pelanggan dan membangun interaksi yang lebih personal dalam proses selanjutnya.

b) Tahap Pengumpulan Informasi

Setelah melakukan perkenalan awal dan mengetahui identitas pelanggan, *customer service* Travelxism akan menanyakan kebutuhan pelanggan secara lebih spesifik. Informasi yang ditanyakan seperti destinasi wisata yang diinginkan, jumlah peserta (*pax*) yang akan ikut dalam perjalanan, serta jadwal perjalanan yang mencakup tanggal kedatangan dan kepulangan. Informasi tersebut menjadi dasar bagi *customer service* untuk menyesuaikan penawaran paket wisata yang tersedia. Selanjutnya, *customer service* akan melakukan pengecekan ketersediaan jadwal melalui sistem internal Travelxism. Apabila jadwal yang diminta pelanggan sudah penuh atau tidak tersedia, maka *customer service* akan memberikan solusi alternatif

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

dengan menawarkan tanggal keberangkatan lainnya yang masih tersedia. Pengecekan ini penting untuk memastikan bahwa permintaan pelanggan dapat diakomodasi sesuai dengan tanggal yang tersedia.

c) Tahap Menawarkan Produk Wisata

Customer service akan melanjutkan proses dengan menawarkan pilihan produk wisata yang tersedia di Travelxism. Produk wisata ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu *fixed package* dan *customized package*. *Fixed package* merupakan paket wisata yang telah disusun secara tetap oleh pihak Travelxism, baik dari segi destinasi, jadwal, fasilitas, maupun harga. Paket ini ditujukan bagi pelanggan yang menginginkan kemudahan tanpa perlu merancang ulang isi perjalanan. Proses pemesanannya relatif lebih cepat karena pelanggan tinggal memilih paket yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Sementara, *customized package* memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk menyusun perjalanan sesuai keinginan dan kebutuhan pribadi, seperti memilih sendiri destinasi, jenis aktivitas, akomodasi, hingga durasi perjalanan. Untuk paket ini, *customer service* akan menanyakan lebih detail mengenai kebutuhan spesifik pelanggan, seperti preferensi destinasi tertentu, batasan anggaran, atau permintaan khusus seperti kegiatan perjalanan atau fasilitas tambahan.

d) Tahap Verifikasi & Konfirmasi

Setelah pelanggan memilih jenis paket wisata, *customer service* akan melakukan konfirmasi ulang terkait detail pemesanan. Informasi yang dikonfirmasi meliputi tanggal perjalanan, jumlah peserta, tujuan wisata, dan fasilitas yang akan diperoleh pelanggan. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua data

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

sudah benar sebelum pemesanan diproses. Setelah itu, *customer service* akan meminta waktu sekitar 15 menit untuk memproses pemesanan dan menghitung harga. Informasi pemesanan tersebut kemudian dikirimkan kepada staf pengembangan pariwisata yang bertugas menyusun dan menyesuaikan paket wisata sesuai permintaan pelanggan. Setelah harga dihitung, *customer service* akan menyampaikan total biaya kepada pelanggan, disertai dengan penjelasan mengenai syarat dan ketentuan yang berlaku.

Syarat dan ketentuan ini mencakup hal-hal seperti kebijakan pembatalan, batas waktu pembayaran, perubahan jadwal, dan ketentuan terkait pengembalian dana. Penyampaian informasi ini penting agar pelanggan memiliki pemahaman yang jelas sebelum menyetujui pemesanan. Apabila pelanggan merasa harga yang ditawarkan belum sesuai, maka akan dilakukan sesi negosiasi antara *customer service* dan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mencari kesepakatan harga yang dapat diterima kedua belah pihak.

Setelah harga disepakati, *customer service* akan mengajukan permintaan kepada bagian keuangan yang dikelola oleh asisten direktur untuk menerbitkan *invoice*. *Invoice* ini berfungsi sebagai tanda bukti pembayaran resmi yang diberikan kepada pelanggan. Di dalamnya terdapat rincian transaksi yang mencakup total biaya yang harus dibayarkan, rincian paket wisata yang dipesan, serta metode pembayaran yang dapat digunakan. Dengan adanya *invoice*, pelanggan memiliki bukti transaksi yang sah dan dapat digunakan sebagai referensi apabila terjadi perubahan atau kendala di kemudian hari.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

e) Tahap Proses Pembayaran

Begitu *invoice* diterbitkan oleh bagian keuangan, *customer service* akan segera menginformasikan kepada pelanggan mengenai proses pembayaran. Pada tahap ini, *customer service* memastikan bahwa *invoice* telah diterima dan dipahami dengan jelas oleh pelanggan, termasuk jumlah yang harus dibayar serta metode pembayarannya. Selanjutnya, pelanggan dapat melakukan pembayaran sesuai ketentuan yang berlaku. Travelxism memberikan beberapa pilihan, yaitu pembayaran penuh di awal atau uang muka (DP) minimal 50% dari total biaya. Sementara itu, untuk pemesanan dalam bentuk *company trip* atau perjalanan instansi, tersedia opsi pembayaran dengan sistem *Term of Payment*, yaitu pelunasan dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan bersama.

Sebagai langkah akhir, *customer service* akan mengunci jadwal perjalanan di sistem dengan mengubah blok warna pada kalender menjadi hijau. Warna ini digunakan sebagai penanda bahwa jadwal tersebut sudah terisi dan tidak tersedia lagi bagi pelanggan lain. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya pemesanan ganda.

f) Tahap *Greeting* Penutup

Pada langkah ini, *customer service* wajib memastikan bahwa semua informasi telah disampaikan dengan jelas, dan pelanggan tidak memiliki pertanyaan atau kebingungan yang tersisa. Setelah itu, *customer service* juga bertugas untuk menghubungi pelanggan sebagai pengingat pelunasan pembayaran, terutama bagi pelanggan yang memilih opsi pembayaran uang muka (DP) sebesar 50%. Pelunasan ini harus dilakukan paling lambat lima hari sebelum keberangkatan, agar reservasi

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

tetap valid dan seluruh layanan dapat dipersiapkan dengan baik. Sementara itu, bagi pelanggan yang menggunakan metode pembayaran *Term of Payment* (ToP), pembayaran akan dilakukan setelah kegiatan *tour* selesai. Dalam sistem ini, perusahaan mencatat pembayaran tersebut sebagai piutang, dan asisten direktur yang menangani keuangan akan menerbitkan faktur piutang sebagai dokumen resmi penagihan. Pelanggan dengan metode ToP wajib melunasi pembayaran maksimal tiga hari setelah kegiatan *tour* selesai.

g) Tahap Konfirmasi Kembali Detail Pemesanan

Tahap penutupan pemesanan dilakukan satu hari sebelum kegiatan *tour* dimulai. Pada tahap ini, *customer service* akan menghubungi pelanggan untuk mengonfirmasi ulang pesanan yang telah dibuat dan memberikan penjelasan mengenai prosedur kedatangan. Selain itu, *customer service* juga akan mengingatkan bahwa jadwal *tour* sudah semakin dekat dan memastikan bahwa pelanggan telah siap untuk mengikuti kegiatan.

Agar komunikasi selama perjalanan lebih lancar, *customer service* akan membagikan nomor kontak pelanggan kepada *tour leader*, sehingga *tour leader* dapat menghubungi pelanggan jika diperlukan selama kegiatan berlangsung. Sebaliknya, pelanggan juga akan diberikan nomor kontak *tour leader*, agar mereka dapat berkomunikasi langsung bila ada hal yang perlu ditanyakan atau dilaporkan selama perjalanan. Langkah ini dilakukan untuk mendukung kelancaran dan kenyamanan perjalanan, serta mencegah terjadinya miskomunikasi selama kegiatan *tour* berlangsung.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tiga hari setelah *tour* berakhir, *customer service* memiliki tugas tambahan untuk menagih pelanggan yang belum melunasi pembayaran atau masih memiliki piutang. Pengingat ini diberikan sebagai bentuk tanggung jawab pelayanan sekaligus menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan.

h) Tahap Evaluasi

Setelah perjalanan selesai, *customer service* akan menanyakan pendapat atau evaluasi pelanggan terhadap layanan dan pengalaman selama mengikuti *tour*. Langkah ini dilakukan sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas layanan. Dengan mendengarkan masukan langsung dari pelanggan, Travelxism dapat mengetahui apa saja yang sudah berjalan baik dan apa yang perlu diperbaiki untuk perjalanan berikutnya.

4.2 Perancangan *Guidebook* Pelayanan Pemesanan Paket Wisata untuk *Customer Service* di Travelxism

Penelitian ini fokus pada perancangan *guidebook* yang berfungsi sebagai panduan bagi *customer service* dalam melayani pelanggan. Buku panduan ini disusun untuk memberikan arahan yang jelas dan sistematis supaya setiap karyawan memiliki acuan yang sama saat memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Santoso, dkk (2015) menjelaskan bahwa buku panduan merupakan kumpulan informasi yang disusun untuk membantu atau memberikan tuntutan kepada pembaca untuk melakukan apa yang disampaikan didalam panduan tersebut.

Perancangan *guidebook* layanan pemesanan paket wisata untuk *customer service* di Travelxism menggunakan konsep *design thinking* untuk memahami

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

kebutuhan dan permasalahan perusahaan, serta menciptakan solusi yang tepat. Konsep *design thinking* yang terdiri dari lima tahap (Kurniawati dkk., 2025), yaitu *emphatize*, *define*, ideasi, prototipe, *test*. Selain itu, konsep *layout* juga diterapkan untuk mendukung tampilan prototipe *guidebook* agar lebih mudah dipahami oleh pengguna. Berikut detail penjelasan mengenai lima tahapan dari konsep *design thinking*:

4.2.1 *Empathize* (empati)

Pada tahap *empathize*, terdapat hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan *Chief Executive Officer* (CEO) Travelxism yaitu Gilang ahmad Fauzi pada bulan Februari hingga April. Beliau menjelaskan dalam wawancara bahwa saat ini masih belum memiliki prosedur tertulis terkait alur pemesanan paket wisata. Hal ini menyebabkan proses pelayanan cenderung berjalan tanpa pedoman yang pasti sehingga berpotensi menimbulkan kebingungan bagi karyawan. Beliau juga menambahkan bahwa tanpa adanya panduan tertulis yang jelas, pelayanan yang diberikan seringkali tidak konsisten.

Wawancara tidak hanya dilakukan dengan pemilik perusahaan, tetapi juga melibatkan staf *marketing communication* yaitu Revanni Nahari A.B. Wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 15 April 2025 dengan tujuan memperoleh sudut pandang terkait kondisi dilapangan. Dari wawancara tersebut, diketahui bahwa Travelxism kerap menerima mahasiswa magang, salah satunya untuk posisi *customer service.* Mengingat magang bersifat sementara, setiap kali masa magang seorang anak berakhir, *marketing communication Staff* harus kembali melatih kepada anak magang baru yang menggantikan anak magang lama. Proses pelatihan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ini harus diulang dari awal, karena belum ada panduan tertulis yang bisa digunakan sebagai acuan. Akibatnya, *marketing communication Staff* sering kali harus mengulangi penjelasan yang sama, bahkan untuk hal-hal dasar, sehingga menguras waktu, tenaga dan menghambat mereka dalam menjalankan tugas utamanya.

4.2.2 *Define* (definisi)

Setelah tahap *emphatize* terdapat tahap *define* yang akan memaparkan terkait permasalahan yang ditemukan dalam pengumpulan data sebelumnya. Permasalahan ditemukan pada proses pelayanan pemesanan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.4 di atas terlihat adanya ketidakefisienan pada alur tersebut. Ketidakefisienan yang dimaksud ialah *customer service* seringkali tidak mampu menangani atau menjawab pertanyaan dari pelanggan. Hal tersebut membuat *customer service* harus memberikan pertanyaan dari pelanggan kepada staf pengembangan pariwisata atau bahkan CEO. Sementara menurut Ariyanto (2024), komunikasi yang efektif dengan pelanggan perlu diperhatikan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan. Pertanyaan yang diberikan kepada staf pengembangan pariwisata ataupun CEO bersifat sederhana seperti ketersediaan tanggal perjalanan, jumlah peserta, dan rute perjalanan.

Secara praktik, staf pengembangan pariwisata atau *Chief Executive Officer* (CEO) kerap kali harus meminta penjelasan tambahan kepada *customer service* akibat informasi yang diterima dari *customer service* tidak lengkap. Hal ini mengharuskan *customer service* untuk kembali menghubungi pelanggan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan. Misalnya, saat *customer service* mulai meneruskan pesanan ke staf pengembangan pariwisata, prosesnya bisa terhambat

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

karena informasi yang dibutuhkan belum lengkap. Hal ini bisa terjadi karena *customer service* lupa menanyakan jumlah peserta, tanggal keberangkatan, atau lokasi titik temu sehingga pesanan tidak bisa langsung diproses. Situasi tersebut mengakibatkan terjadinya komunikasi berulang antara *customer service* dengan staf pengembangan pariwisata atau CEO. Akibat dari kurangnya kelengkapan informasi ini, proses pemesanan menjadi kurang efisien karena adanya waktu yang tersita untuk saling bertanya dan menunggu jawaban. Selain itu, pesanan dari *customer service* tidak dapat diproses secepatnya.

Permasalahan lain yang kerap kali terjadi ialah terkait penetapan jadwal pemesanan. Saat ini, *customer service* seringkali langsung menetapkan tanggal di sistem hanya berdasarkan pertanyaan awal dari pelanggan mengenai ketersediaan jadwal atau perkiraan harga. Penetapan tersebut dilakukan tanpa adanya pembayaran terlebih dahulu. Menurut Krajewski, dkk. (2007), penjadwalan permintaan pelanggan bisa dilakukan dengan metode reservasi yang melibatkan pembayaran di muka untuk mengurangi resiko pembatalan dan memastikan komitmen pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, jadwal pemesanan baru bisa diinput atau ditetapkan setelah pelanggan melakukan pembayaran uang muka minimal 50% dari total biaya. Sebagai opsi lain, jadwal juga bisa di input sementara di sistem dengan diberikan warna abu-abu sebagai tanda bahwa pembayaran atau konfirmasi ulang belum dilakukan.

Selain itu *customer service* juga tidak pernah menyampaikan informasi mengenai produk lain yaitu *fixed package* kepada pelanggan. Mereka lebih fokus melayani permintaan paket wisata yang dikustomisasi sesuai dengan permintaan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pelanggan. Padahal, perusahaan memiliki beberapa pilihan *fixed package* yang siap ditawarkan. Akibat kurangnya informasi terhadap paket tersebut, banyak pelanggan yang tidak mengetahui bahwa adanya pilihan *fixed package* yang dapat mereka pilih. Sementara pelayanan pelanggan atau *customer service* bertanggung jawab dalam menyampaikan seluruh informasi terkait produk maupun jasa yang akan ditawarkan kepada pelanggan.

Setiap kali ada pelanggan yang memesan paket wisata, proses komunikasi dan transaksi langsung ditangani oleh tim *customer service*. Namun, pada setiap percakapan atau proses pemesanan tersebut, *customer service* tidak pernah menyampaikan mengenai Syarat dan Ketentuan (*Terms and Conditions*) yang berlaku untuk paket wisata yang dipesan. Padahal, Syarat dan Ketentuan ini penting karena berisi aturan tentang pembatalan, pengembalian dana (*refund*) serta perubahan jadwal. Selama ini informasi yang diberikan kepada pelanggan hanya seputar jadwal perjalanan (*itinerary*), harga dan cara pembayaran. Tidak adanya prosedur standar yang menunjukkan bahwa pelanggan telah mengetahui Syarat dan Ketentuan sebelum menyelesaikan pembayaran. Hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman terutama jika terjadi hal-hal di luar rencana.

Unit kerja *customer service* sering diisi oleh tenaga kerja magang. Karena statusnya yang sementara dan pengalaman yang terbatas, maka mereka memerlukan pengajaran dan pembimbingan. Situasi ini menyebabkan karyawan tetap harus meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan serta mengawasi para anak magang tersebut. Akibatnya, fokus karyawan terhadap tugas utamanya menjadi terganggu. Selain itu, pergantian anak magang yang terjadi sekitar empat

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

bulan sekali mengharuskan proses pengajaran dimulai kembali dari awal setiap ada anak magang baru.

Terkait hal-hal tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perlu adanya penyusunan alur pemesanan paket wisata yang lebih terstruktur, khususnya bagi unit kerja *customer service*. Alur pemesanan paket wisata yang tersusun secara sistematis dapat membantu *customer service* dalam memberikan pelayanan yang konsisten, meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan selama proses pemesanan, serta berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu, alur pemesanan paket wisata yang lebih terstruktur diharapkan dapat mempermudah proses perpindahan tugas atau pergantian staf. Adanya alur yang jelas memungkinkan staf baru untuk lebih cepat memahami tugas mereka. Hal ini membantu menghemat waktu dan tenaga serta memastikan kualitas pelayanan tetap konsisten meskipun terjadi pergantian personel.

4.2.3 Ideasi

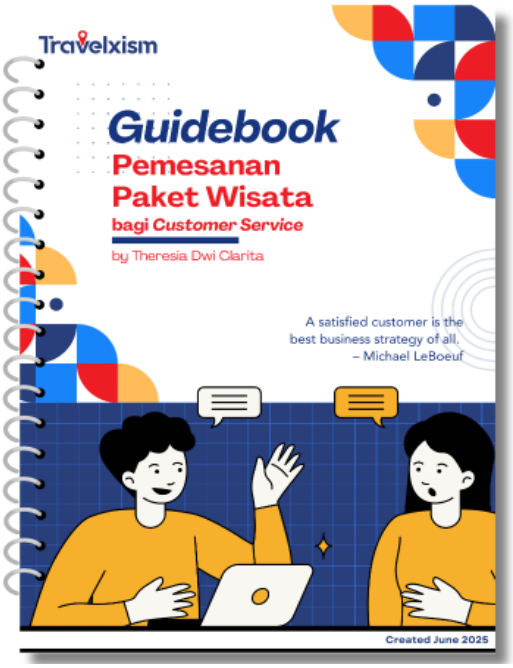
Tahap ketiga adalah menghasilkan ide atau solusi yang dapat mengatasi permasalahan yang dimiliki oleh perusahaan yakni Travelxism. Ide atau solusi yang peneliti miliki untuk mengatasi permasalahan yang ada adalah merancang *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata untuk *customer service*. *Guidebook* ini akan menjadi panduan yang sistematis bagi *customer service* dalam melayani pelanggan. Panduan ini mencakup seluruh tahapan, mulai dari saat pelanggan pertama kali menghubungi Travelxism melalui *WhatsApp* ataupun panggilan telepon hingga seluruh rangkaian kegiatan *tour* selesai. Selain itu, didalam *guidebook* juga akan terdapat *flowchart* sederhana yang memandu *customer service*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

untuk memastikan konsistensi pelayanan. *Flowchart* ini akan menggambarkan alur kerja *customer service* secara visual dan terstruktur sehingga *customer service* dapat dengan cepat memahami langkah-langkah yang harus dilakukan saat melayani pelanggan.

4.2.4 *Prototype* (prototipe)

Tahap prototipe ini merupakan kelanjutan dari proses sebelumnya, di mana fokus utamanya adalah menghasilkan sebuah prototipe yang berupa *guidebook* untuk layanan pemesanan paket wisata. Buku panduan ini dirancang khusus untuk digunakan oleh *customer service* sebagai acuan untuk memberikan pelayanan yang konsisten, efisien, dan informatif kepada pelanggan. Dalam tahap proses penyusunan prototipe *guidebook* ini, dirancang dengan menggunakan konsep *layout* yang terstruktur. Konsep *layout* yang digunakan bertujuan untuk mengatur tata letak konten secara visual.



Gambar 4.5 Prototipe *Guidebook*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Menurut Rustan (2020) *layout* merupakan penataan elemen-elemen desain pada suatu bidang atau media tertentu yang bertujuan untuk mendukung pesan atau konsep yang ingin disampaikan. Adapun tahapan untuk merancang buku panduan pelayanan pemesanan paket wisata adalah sebagai berikut:

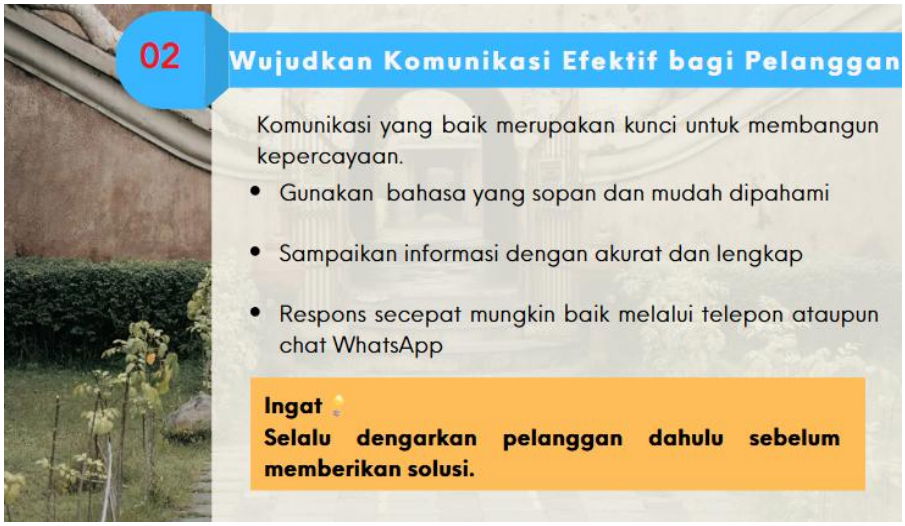
1. Prinsip Desain

a. *Emphasis* (Penekanan Visual)

Perancangan *guidebook* ini, menerapkan prinsip *emphasis* untuk menyoroti informasi-informasi penting yang harus diperhatikan oleh *customer service*. Salah satu bentuk penerapannya adalah dengan memperbesar ukuran *font* pada bagian judul alur pemesanan paket wisata dan panduan melayani pelanggan. Penggunaan ukuran *font* yang mencolok ini bertujuan agar informasi penting mudah terlihat dan terbaca oleh pembaca.

Selain pengaturan ukuran *font*, penekanan visual juga diterapkan dengan menyisipkan ikon-ikon visual yang menarik pada bagian tertentu. Penekanan visual seperti ini bertujuan untuk memudahkan staf *customer service* mengenali dan mengingat bagian-bagian yang penting. Ikon digunakan untuk menandai informasi seperti catatan penting dan peringatan. Penggunaan elemen visual tersebut membuat penyampaian informasi menjadi lebih komunikatif dan tidak membosankan untuk dibaca, sekaligus membantu meningkatkan efisiensi dalam mencari informasi saat melayani pelanggan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/



Gambar 4.6 *Layout* Penekanan Visual
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Penggunaan warna mencolok seperti teks berwarna hitam dengan latar belakang kuning disertai dengan ikon pendukung, diterapkan untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian pembaca. Kombinasi kontras tinggi ini secara visual lebih mudah ditangkap mata, sehingga sangat efektif digunakan pada bagian-bagian yang perlu mendapat perhatian khusus. Selain itu, penggunaan tipografi tebal (bold) ataupun miring (italic) juga memiliki fungsi dalam mempertegas informasi-informasi penting.

Teknik ini sengaja diterapkan agar bagian-bagian penting tidak mudah terlewat oleh pembaca. Selain itu, juga memudahkan pembaca untuk mengingat informasi-informasi penting, karena sesuatu yang tampil mencolok cenderung lebih mudah dikenali dan diingat. Prinsip *emphasis* dapat membantu pembaca dalam menangkap inti pesan dengan lebih cepat dan jelas. Teknik ini sangat efektif terutama dalam materi informasi yang bersifat edukatif.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

b. *Contrast*



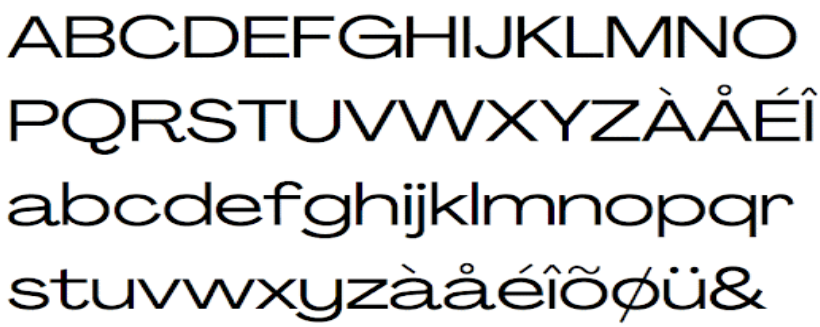
Gambar 4.7 *Layout* Contrast
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Kontras visual dalam guidebook ini dimanfaatkan untuk membedakan elemen-elemen berdasarkan tingkat kepentingannya. Teks-teks penting ditampilkan menggunakan warna atau gaya huruf yang berbeda agar lebih mencolok dibandingkan dengan teks deskriptif biasa. Misalnya, judul ditulis dengan warna yang lebih kontras agar langsung menarik perhatian, sementara isi deskriptif tetap menggunakan warna hitam standar. Perbedaan warna ini bertujuan untuk memudahkan pembaca ketika menangkap inti informasi dan memahami struktur konten yang disampaikan dengan lebih cepat. Strategi visual seperti ini juga dapat mengurangi kebingungan dan membuat tampilan *guidebook* lebih terstruktur.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2. Tipografi

Pemilihan jenis huruf pada *guidebook* ini dibagi menjadi dua bagian utama yaitu *head text* dan *body text*. *Font* Agrandir digunakan pada bagian *Head Text* seperti judul. Karakter huruf ini memiliki bentuk yang tegas dan modern, sehingga mampu menarik perhatian pembaca.



Gambar 4.8 *Font* Agrandir
Sumber: identifont.com, 2025

Pada bagian *Body Text* menggunakan *font* Neue Einstellung dan Josefin Sans. Kedua *font* ini dipilih karena memiliki bentuk huruf yang bersih dan nyaman dibaca dalam paragraf yang panjang. Penggunaan *font* yang konsisten ini dirancang untuk menghindari kelelahan visual pembaca saat membaca konten yang cukup panjang.



Gambar 4.9 *Font* Neue Einstellung
Sumber: hanken.co, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/



Gambar 4.10 *Font* Josefin Sans
Sumber: Dafont.com, 2025

Kombinasi antara *font* Agrandir, Neue Einstellung dan Josefin Sans dipilih untuk menciptakan tampilan *guidebook* yang sederhana namun tetap estetis dan mudah dibaca. Ketiga jenis huruf ini dipadukan untuk menghasilkan kesan visual yang tidak membingungkan, sekaligus menjaga keterbacaan pada setiap halaman. Selain itu, pemilihan tipfografi ini juga memiliki fungsi fungsional, yaitu memperkuat struktur penyampaian informasi. Sehingga pembaca dapat dengan mudah membedakan bagian-bagian penting serta memahami isi.

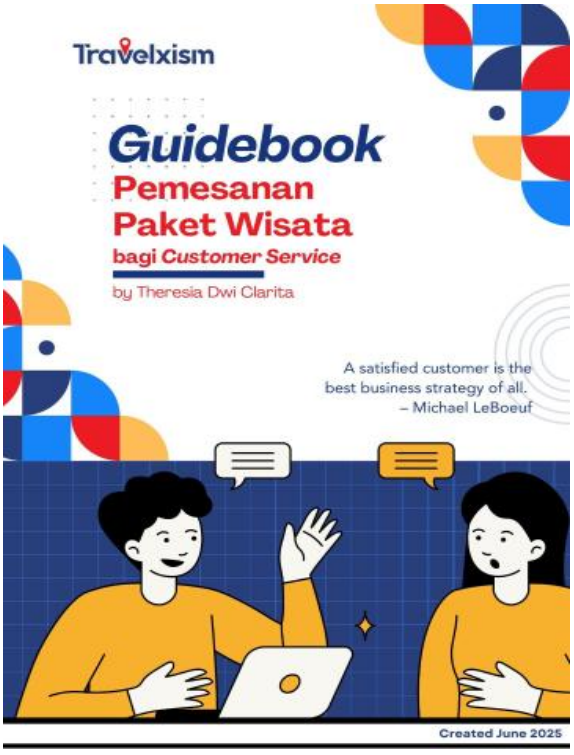
3. Anatomi Buku

Berikut merupakan implementasi rancangan panduan pelayanan pemesanan paket wisata yang disusun khusus untuk unit kerja *customer service* dalam format buku berukuran A5. Pemilihan ukuran ini dipertimbangkan karena sifatnya yang praktis dan mudah dibawa, sehingga cocok digunakan sebagai buku pegangan saat bekerja sehari-hari. Selain itu, buku ini menggunakan spiral dengan *hard cover* agar lebih kuat dan tahan lama. Format seperti ini juga sering digunakan dalam penyusunan *guidebook*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Menurut Rustan (2020), terdapat tiga bagian utama yang perlu diperhatikan dalam menyusun sebuah buku, yang prinsipnya juga dapat diterapkan dalam perancangan *guidebook*. Ketiga bagian ini memiliki peran yang saling melengkapi dalam menyusun struktur isi agar lebih sistematis, informatif, dan mudah dipahami oleh pembaca. Bagian-bagian tersebut meliputi:

1) Bagian depan;
    a. *Cover*



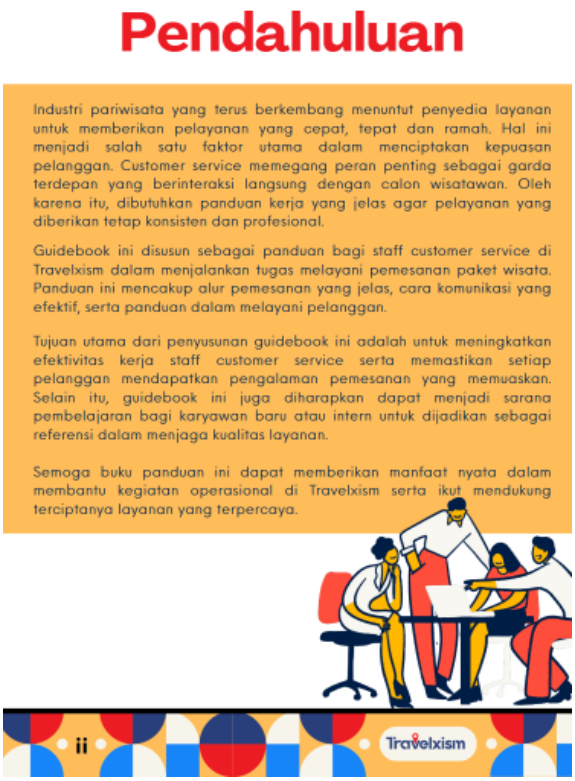
Gambar 4.11 *Layout Cover*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Bagian sampul (*cover*) merupakan elemen awal dari *guidebook* ini yang memiliki fungsi untuk menarik perhatian pembaca serta mencerminkan isi secara visual dan informatif. Pada bagian *cover*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

guidebook yang disusun oleh peneliti, tercantum judul *guidebook*, logo perusahaan, serta nama peneliti. Ketiga elemen tersebut disusun dengan tata letak yang memperhatikan estetika. Selain itu, keberadaan elemen visual pada *cover* juga berperan untuk membangun kesan pertama yang profesional dan representatif terhadap konten yang disajikan didalamnya.

b. Pendahuluan



Gambar 4.12 *Layout* Pendahuluan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pendahuluan dalam sebuah guidebook sangat penting karena memberikan gambaran umum, menjelaskan tujuan, dan cakupan isi *guidebook*. Pada bagian ini, peneliti menjelaskan tujuan dan fungsi pembuatan *guidebook* untuk *customer service* di Travelxism. Melalui

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pendahuluan ditekankan bahwa *guidebook* ini dibuat sebagai pedoman kerja untuk memastikan pelayanan kepada pelanggan, terutama dalam pemesanan paket wisata, dilakukan secara konsisten, dan efektif. Selain meningkatkan kualitas layanan, panduan ini juga ditujukan sebagai materi pembelajaran bagi karyawan baru agar mampu menjaga standar pelayanan perusahaan.

c. Daftar Isi



Gambar 4.13 *Layout* Daftar Isi
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Bagian daftar isi menjelaskan susunan bab atau bagian-bagian utama dari isi *guidebook*. Fungsinya dari daftar isi *guidebook* ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh kepada pembaca mengenai

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

topik-topik yang dibahas serta memudahkan navigasi saat membuka *guidebook*. Melalui daftar isi yang telah disusun, pembaca dapat dengan mudah memahami struktur keseluruhan panduan. Daftar isi ini seperti peta awal yang memberikan gambaran mengenai isi *guidebook*, mulai dari bagian pendahuluan, prosedur kerja, hingga panduan teknis yang berkaitan dengan tugas *customer service*.

d. Kata Pengantar



Gambar 4.14 *Layout* Kata Pengantar
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Bagian pengantar ini berisi catatan dari peneliti selama proses perancangan *guidebook* sebagai bentuk ucapan syukur atas

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

terselesaikannya *guidebook* ini. Peneliti berharap *guidebook* yang peneliti susun dapat menjadi acuan praktis dalam membantu unit kerja *customer service* Travelxism untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Selain itu, peneliti menekankan bahwa perancangan *guidebook* ini juga merupakan bagian dari proyek akhir peneliti di Program Studi D4 Bisnis Perjalanan Wisata, Universitas Gadjah Mada.

2) Bagian tengah;

Pada bagian ini terdiri dari konten yang memuat pentingnya memberikan layanan yang baik, prinsip-prinsip dalam melayani pelanggan serta panduan untuk melakukan pemesanan paket wisata.

a. Profil Perusahaan

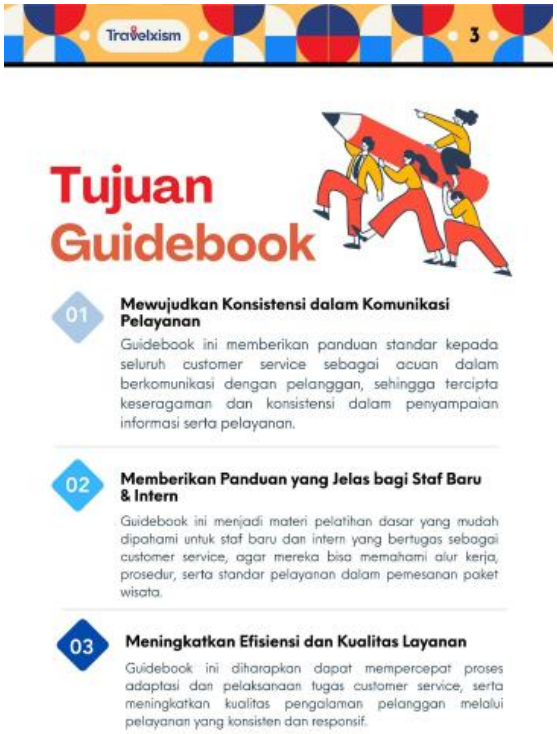


Gambar 4.15 *Layout* Konten Profil Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bagian profil perusahaan berisi informasi ringkas mengenai identitas dari perusahaan dalam penelitian ini yakni Travelxism. Tujuannya memberikan gambaran umum tentang perusahaan bagi pembaca *guidebook* ini. Selain itu, terdapat pula visi dan misi perusahaan yang menjelaskan secara singkat arah pengembangan dan pelayanan perusahaan dalam menjalankan usaha di bidang pariwisata.

b. Tujuan *Guidebook*



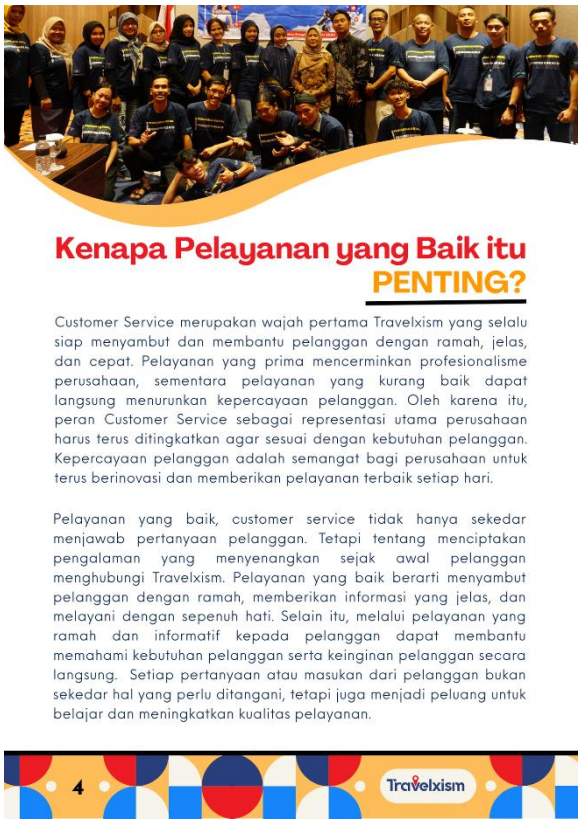
Gambar 4.16 *Layout* Konten Tujuan *Guidebook*
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pada bagian ini, peneliti menetapkan bahwa *guidebook* yang disusun memiliki tiga tujuan utama. Tujuan utama dari perancangan *guidebook* ini adalah mewujudkan konsistensi dalam komunikasi pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, *guidebook* ini juga dirancang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

untuk memberikan panduan yang jelas dan terarah bagi staf baru dan intern, sehingga mereke dapat memahami prosedur kerja secara cepat dan tepat. Tujuan-tujuan tersebut menjadi batasan dalam menyusun *guidebook* ini untuk mewujudkan standar pelayanan yang terstruktur, konsisten, dan efisien.

c. Pentingnya Pelayanan yang Baik



Gambar 4.17 *Layout* Konten Pentingnya Pelayanan yang Baik
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Guidebook ini juga menjelaskan alasan mengapa pelayanan yang baik itu penting. Bagian ini bertujuan menekankan pentingnya pelayanan yang baik bagi unit kerja *customer service.* Sebagai garda terdepan perusahaan, *customer service* menjadi pihak pertama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu, sikap,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

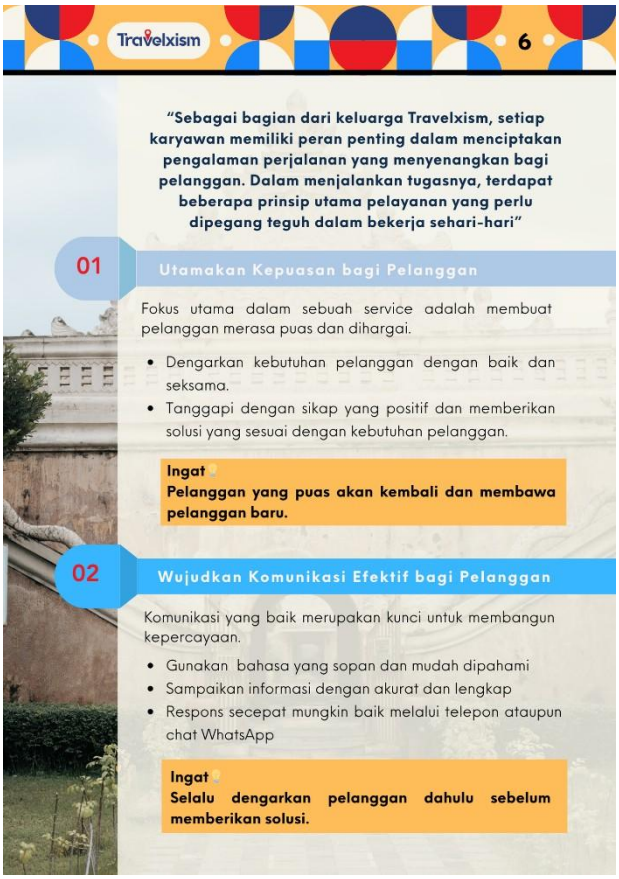
respons serta cara mereka memberikan layanan akan sangat mempengaruhi kesan awal pelanggan terhadap perusahaan.

Customer service dalam konteks ini, diharapkan menyadari bahwa pelayanan bukan hanya sekedar tugas menjawab pertanyaan pelanggan, melainkan elemen penting yang tidak boleh disepelekan. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat menjadi penentu dalam membangun kepuasan pelanggan serta reputasi perusahaan. Pemahaman ini diharapkan bisa menjadi dasar bagi setiap unit kerja *customer service* dalam menjalankan tugasnya secara profesional kepada pelanggan.

d. Prinsip-Prinsip Pelayanan yang Baik

Peneliti juga menyertakan beberapa prinsip-prinsip dasar pelayanan yang baik bagi unit kerja *customer service* di dalam *guidebook* ini. Prinsip-prinsip ini dicantumkan agar unit kerja *customer service* memiliki acuan yang jelas dalam menjalankan tugasnya sehari-hari. Terdapat lima prinsip utama yang ditekankan, yaitu mengutamakan kepuasan pelanggan, komunikasi efektif, layanan personal, keandalan pelayanan, serta penanganan masalah dengan cepat. Kelima prinsip tersebut disusun dengan mengacu pada kebutuhan operasional *customer service* dalam aspek pelayanan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/



Gambar 4.18 *Layout* Konten Prinsip-Prinsip Pelayanan yang Baik
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan dapat menjadi perhatian utama bagi seluruh unit kerja *customer service* dalam mejalankan tugas sehari-hari. Prinsip-prinsip ini bukan hanya sebagai pedoman teknis, melainkan juga sebagai dasar sikap dan perilaku dalam melayani pelanggan. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta menciptakan pengalaman yang baik, ramah dan berkesan bagi setiap pelanggan yang berinteraksi dengan unit kerja *customer service*. Dengan begitu, kepercayaan pelanggan terus meningkat dari waktu ke waktu.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

e. Panduan Layanan Pemesanan Paket Wisata

Pada bagian pembahasan ini, peneliti menyajikan hasil perancangan alur pemesanan paket wisata sebagai salah satu komponen penting dalam mendukung kinerja *customer service* di Travelxism. Penyusunan alur ini bertujuan untuk memberikan panduan kerja yang sistematis, jelas, dan mudah dipahami agar setiap tahapan pelayanan dapat dilaksanakan secara konsisten sesuai prosedur. Dengan adanya struktur alur yang tersusun jelas dan dilengkapi panduan pelayanan pelanggan, diharapkan staf *customer service* mampu memberikan pelayanan yang lebih terarah sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.



Gambar 4.19 *Layout* Konten Alur Pemesanan Paket Wisata
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Peneliti menyajikan *flowchart* alur pemesanan paket wisata secara *online*, baik melalui *chat WhatsApp* maupun telepon. *Flowchart* ini menggambarkan secara rinci tahapan-tahapan yang harus dilakukan oleh unit kerja *Customer Service*, dimulai dari saat pelanggan pertama kali menghubungi CS, proses konfirmasi, pembayaran, hingga penagihan pelunasan. Selain alur proses, bagian ini juga dilengkapi dengan panduan pelayanan pelanggan yang berisi cara merespons serta menanggapi pelanggan dengan sikap profesional.



Gambar 4.20 Layout Konten Panduan Melayani Pelanggan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Panduan ini mencakup penggunaan bahasa yang sopan serta tanggap terhadap pertanyaan pelanggan. Tujuannya adalah agar setiap unit kerja *customer service* dapat memberikan pelayanan yang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

konsisten, ramah, dan sesuai standar perusahaan. Dengan adanya *flowchart* dan panduan ini, diharapkan proses pemesanan menjadi lebih terstruktur dan efisien, sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Selain itu, panduan ini juga membantu staf baru dalam memahami alur kerja dengan lebih cepat. Dengan begitu, proses pelatihan menjadi lebih mudah dan standar pelayanan tetap terjaga.

3) Bagian Belakang; terdiri dari informasi tambahan, daftar pustaka, dan *cover* belakang.

a. Informasi Tambahan

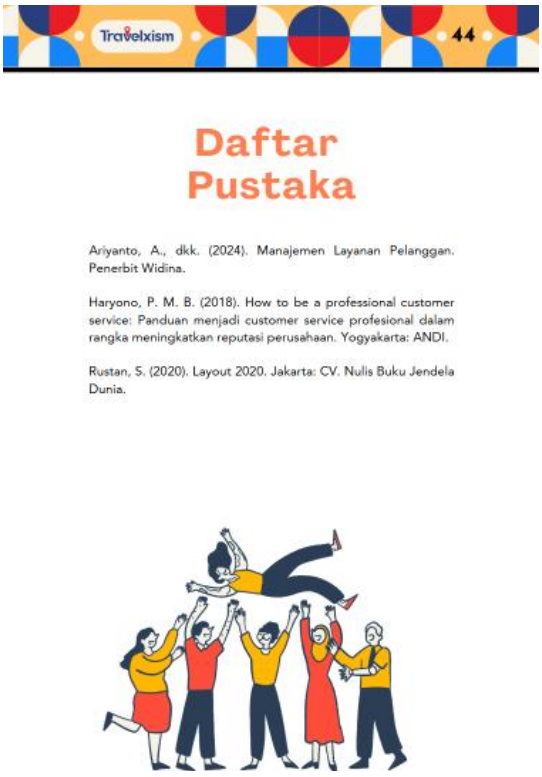


Gambar 4.21 Layout Konten Informasi Tambahan
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Bagian belakang *guidebook* ini, peneliti menambahkan sejumlah lampiran penting berupa contoh *invoice*, kwitansi dan *file* terkait detail *trip*. Tujuannya agar dapat dijadikan referensi dalam proses pelayanan pelanggan. Tidak hanya itu, pada bagian ini juga disediakan tautan *link* menuju *template* dokumen yang telah disiapkan dengan tujuan mempermudah pengguna dalam mengakses dan menggunakan *file* tersebut sesuai kebutuhan. Sehingga proses pelayanan dapat dilakukan dengan lebih cepat, akurat dan efisien. Dengan adanya pelengkap ini, *guidebook* diharapkan juga dapat menjadi alat bantu praktis yang siap pakai dalam kegiatan operasional sehari-hari.

b. Daftar Pustaka



Gambar 4.22 Layout Konten Daftar Pustaka
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Peneliti juga mencantumkan referensi-referensi pendukung yang digunakan sebagai dasar dalam menyusun *guidebook* ini. Sumber-sumber yang tercantum merupakan hasil studi literatur, buku, jurnal, serta artikel yang relevan. Dengan mencantumkan daftar pustaka, *guidebook* ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan praktis, tetapi juga memiliki landasan yang kuat.

c. *Cover* Belakang



Gambar 4.23 Layout Cover Belakang
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pada bagian cover belakang, terdapat logo resmi Travelxism sebagai identitas visual perusahaan. Selain itu, disediakan pula *barcode* (QR code) yang dapat dipindai oleh pengguna menggunakan perangkat digital seperti *smartphone*. Fitur *barcode* ini disertakan untuk

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

memudahkan pengguna dalam mengakses versi digital dari *guidebook*, sehingga panduan ini dapat dibuka dan digunakan secara praktis kapan saja dan di mana saja. Kehadiran *barcode* ini diharapkan dapat mendukung efisiensi kerja, khususnya bagi unit kerja *Customer Service* yang membutuhkan akses cepat terhadap panduan saat berinteraksi dengan pelanggan.

4.2.5 *Test*

Pada tahap terakhir dalam proyek penyusunan *guidebook* adalah melakukan penyerahan hasil akhir berupa *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata kepada pihak Travelxism. *Guidebook* ini yang merupakan hasil dari proses penelitian dan perancangan yang dilakukan secara bertahap, dan dirancang khusus untuk digunakan oleh unit kerja *customer service* sebagai panduan operasional. Penyerahan ini tidak hanya menandai berakhirnya fase perancangan, tetapi juga menjadi langkah awal implementasi *guidebook* di lingkungan kerja Travelxism secara langsung. Setelah dilakukan penyerahan, pihak perusahaan memberikan tanggapan yang sangat positif. Berikut penjelasan terkait guidebook yang dinilai paling bermanfaat dan disukai oleh pihak Travelxism antara lain:

1. Bahasa yang sederhana dan mudah dipahami

   Perusahaan Travelxism mengapresiasi penggunaan bahasa yang tidak berbelit-belit, sehingga memudahkan staf *customer service* dalam memahami isi panduan. Hal ini membuat *guidebook* dapat digunakan secara langsung dalam kegiatan kerja sehari-hari.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2. Struktur konten yang sistematis

   Penyusunan isi *guidebook* yang terbagi menjadi beberapa bagian, mulai dari awal pelanggan menghubungi hingga layanan selesai dianggap sangat membantu. Urutan yang jelas ini memudahkan staf *customer service* untuk mengikuti langkah-langkah kerja secara berurutan, sehingga tidak ada tahapan yang terlewat.

3. Penggunaan *flowchart* dan ikon

   Elemen visual seperti *flowchart* alur layanan dan ikon catatan penting memberikan nilai tambah karena mempercepat pencarian informasi dan membantu mengingat bagian-bagian penting saat melayani pelanggan.

4. Desain layout yang praktis

   Format A5 dengan penggunaan spiral *hardcover* disambut positif karena praktis dibawa ke mana-mana, tidak mudah rusak, dan nyaman digunakan sebagai buku pegangan kerja sehari-hari.

5. Kelengkapan informasi dalam setiap tahapan pelayanan

   Pihak Travelxism menilai bahwa isi *guidebook* sudah cukup lengkap dalam menjelaskan tugas *customer service* pada setiap tahap, termasuk bagian penting seperti komunikasi saat proses pembayaran, penanganan piutang, hingga evaluasi *pascatour*.

Dengan diterimanya *guidebook* ini dengan baik, Travelxism berharap dapat meningkatkan standar pelayanan pelanggan melalui panduan yang sistematis, terstruktur, mudah diterapkan, serta efektif digunakan sebagai alat bantu pelatihan bagi staf baru karena memuat alur kerja yang jelas dan praktis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelayanan pemesanan paket wisata di Travelxism belum berjalan secara efisien dan konsisten akibat tidak adanya panduan tertulis yang dapat digunakan sebagai acuan oleh *customer service*. Selama ini, proses pemesanan paket wisata di Travelxism hanya disampaikan secara lisan dari atasan kepada *customer service*, tanpa adanya panduan tertulis. Hal ini membuat prosedur kerja lebih bersifat kebiasaan, bukan berdasarkan standar yang jelas. Tanpa pedoman tertulis, *customer service* tidak memiliki acuan pasti dalam menangani pemesanan, terutama saat adanya pergantian staf.
2. Perancangan *guidebook* pelayanan pemesanan paket wisata telah berhasil disusun sebagai panduan menyeluruh bagi *customer service* dalam menjalankan tugas secara lebih efisien dan terarah. *Guidebook* ini menghasilkan dua panduan utama yang dapat digunakan dalam proses pemesanan paket wisata secara *online*, yaitu melalui *chat WhatsApp* dan melalui telepon, sehingga memudahkan staf dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai prosedur.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT Gemilang Media Wisatama, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1. Pelayanan yang sedang berjalan saat ini perlu segera diperbaiki agar proses melayani pelanggan dapat dilakukan secara lebih konsisten dan tidak berubah-ubah. Perbaikan ini penting agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang baik dan merasa puas dengan layanan yang diberikan.
2. *Guidebook* (buku panduan) yang telah disusun secara lengkap dan mudah dipahami serta dapat dijadikan acuan kerja terhadap unit kerja *customer service* dalam melayani pemesanan paket wisata. Pelayanan dapat menjadi lebih terarah, efisien, dan sesuai standar yang diharapkan dengan mengikuti panduan tersebut. Selain itu, proses adaptasi staf baru juga diharapkan dapat berjalan lebih cepat dan efisien.
3. Seluruh staf ataupun pihak di Travelxism perlu ikut mendukung penggunaan *guidebook* pemesanan paket wisata yang telah disusun, agar implementasi buku panduan tersebut dapat berjalan dengan optimal. Adanya keterlibatan semua pihak, diharapkan proses pemesanan paket wisata dapat menjadi lebih terarah.
4. Peninjauan dan pembaruan *guidebook* secara berkala. Industri pariwisata terus berkembang, begitu juga dengan kebutuhan pelanggan. Karena itu, isi *guidebook* perlu dievaluasi secara rutin, misalnya setiap enam bulan atau setelah musim liburan. Tujuannya agar panduan tetap relevan, akurat, dan sesuai dengan perkembangan layanan. Masukan dari staf dan pelanggan bisa dijadikan bahan untuk perbaikan isi *guidebook* ke depannya.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Basics design 02: layout*. Ava Publishing.

Ariyanto, A., dkk. (2024). Manajemen Layanan Pelanggan. Penerbit Widina.

Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta. (2024, Desember 4). *DIY makin ramai, kunjungan wisatawan nusantara terpantau naik*. Badan Pusat Statistik Yogyakarta.https://yogyakarta.bps.go.id/id/news/2024/12/04/331/diy makin-ramai-kunjungan-wisatawan-nusantara-terpantau-naik.html

Bafadhal, A. S. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata: Pendekatan Lean Planning*. Universitas Brawijaya Press.

Buku Panduan. (2024). Pada KBBI Daring. Diambil pada 28 Februari 2025, dari https://kbbi.web.id/buku

Faradilla, R. (2021). *Biro perjalanan: Pengertian, jenis dan fungsinya*. IDN Times. https://www.idntimes.com/business/finance/rinda-faradilla/apa-itu-biro-perjalanan

Gumilar, A., & Adji, W. H. (2023). Penerapan Etika Profesi dalam Meningkatkan Kinerja Customer Service di Bank Bjb Cabang Majalengka. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 381-387.

Haryono, P. M. B. (2018). *How to be a professional customer service: Panduan menjadi customer service profesional dalam rangka meningkatkan reputasi perusahaan*. Yogyakarta: ANDI. (NEW)

Hasan, M., Pd, M., Harahap, T. K., & Hasibuan, M. S. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit Tahta Media Group.

Kamanika, N. K. D. P. (2023). Penerapan e-reservation dengan Realta System untuk meningkatkan efektivitas staf reservasi di Amarterra Villas Bali Nusa Dua .Skripsi Sarjana Terapan. Politeknik Negeri Bali. https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/7846/

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kasmir, 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Grafindo Persada

Kelley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design thinking*. Institute of Design at Stanford

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.

Krajewski, L.J.; LP. Ritzman; dan M.K. Malhotra. 2007. Operations Management: Processes and Value Chains. Edisi kedelapan. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.

Kurniawati, R., Ladiana, N.R., Resesy, N.W., Khoiri, N.F., Yuniasari, R., Rahmayani, R., Maulida, R.I., Aisyah, R.N. & Rohmah, R.F. (2025). *Design Thinking dalam Perspektif Mahasiswa PPG*. CV. AE MEDIA GRAFIKA.

Lemy, D. M., Par, A., Sugiarto, I., Elisa, F., Par, S. T., Jason, J., & Par, S. T. (2024). *Perencanaan dan Pengembangan Atraksi Wisata Berkelanjutan*. Penerbit Andi.

Lestari, D. A. (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.

Maita, R. (2017). Sistem informasi reservasi online pada guest house UIN Suska Riau. Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, 3(1), 1–10. https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/3627/2199

Muhaling, L., Rumokoy, F. S., & Tumewu, F. J. (2021). Implementasi standar operasional prosedur pada PT Taspen (Persero) Cabang Manado. *Jurnal EMBA,9*(3),172-181. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36411

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara*, *3*(1),31-37.https://jurnal.akparda.ac.id/index.php/nusantara/article/view/17

Nurazizah, F. W., Noor, A. A., & Utomo, S. R. S. P. (2022). Buku panduan elektronik pembuatan paket wisata di travelab politeknik negeri bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*.

Panduan. (2016). Pada KBBI Daring. Diambil pada 26 Februari 2025, dari https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/panduan

Pidada, I. U., & Prayegi, M. H. (2024). Pengembangan standard operating procedure (SOP) dalam media reservasi paket wisata camping ground di Wisata Alam Gunung Jae Lombok Barat. *Media Bina Ilmiah, 19*(1), 3343-3352. https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/899

Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, *11*(1), 35-40. https://jki.ui.ac.id/index.php/jki/article/view/184

Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.* Pemerintah Pusat.

Restu, dkk. (2021). *Metode penelitian*. Penerbit Deepublish.

Rusby, Zulkifli. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR.

Rustan, S. (2020). *Layout 2020*. Jakarta: CV. Nulis Buku Jendela Dunia.

Santoso, R. (2015). *Perancangan Buku Panduan Belajar Menggambar Untuk Anak Usia 4-6 Tahun* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

Simamora, H. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Sofiana, M., Supriyadi, E., & Fachiroh, P. (2023). Penerapan pelayanan reservasi paket wisata oleh customer service PT Royal Asia Pasific Wholesaler di era

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pasca pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 3(4), 449–456. https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/252

Srimpi, Switanti Sekar. (2020). Standard Operational Procedure PT Bhakti Putra Tour and Travel Service dalam Memberikan Pelayanan Ticketing. Tugas Akhir. Sekolah Vokasi. Universitas Gadjah Mada.

Sudaryono. (2018). *Metodologi penelitian*. Raja Grafindo.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Warman, A., & Mujadi, A. J. (2016). *Kepariwisataan dan perjalanan*. Jakarta: Rajawali Press.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Narasumber

No.	Nama	Keterangan
1.	Gilang ahmad Fauzi	CEO & *Founder* Travelxism
2.	Revanni Nahari A.B	*Marketing Communication Lead* di Travelxism

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Untuk *Chief Executive Officer* (CEO) Travelxism

No.	Daftar Pertanyaan
1	Bagaimana awal mula terbentuknya Travelxism?
2	Apa arti dan makna dari logo Travelxism?
3	Bagaimana cara kerja customer service dalam menangani pesanan dari pelanggan saat ini?
4	Media apa saja yang biasanya digunakan oleh pelanggan saat melakukan pemesanan paket wisata?
5	Sejauh mana prosedur yang ada mempermudah perusahaan dalam menangani pesanan?
6	Apakah prosedur pemesanan paket wisata yang ada saat ini sudah cukup efektif dan efisien?
7	Apakah dengan disusunnya panduan pemesanan paket wisata, perusahaan merasa terbantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja pegawai?

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 3. Jawaban Wawancara Dengan Gilang Ahmad Fauzi (CEO Travelxism)

No.	Pertanyaan & Jawaban
1.	Bagaimana awal mula terbentuknya Travelxism? **Jawaban:** Awalnya, Travelxism itu berfokus pada pembuatan konten seputar traveling dan eksplorasi destinasi wisata. Saat itu, saya (Gilang Ahmad Fauzi) sedang menempuh studi Master di Australia. Dari sana saya mulai membagikan pengalaman-pengalaman perjalanan, wawasan tentang pariwisata, dan berbagai potensi lokal yang bisa diangkat melalui media digital. Namun, seiring waktu, ternyata banyak orang yang mengira Travelxism ini adalah biro perjalanan wisata. Bahkan, saya sering menerima pertanyaan seputar pemesanan paket wisata. Dari situ, saya mulai melihat adanya antusias dari masyarakat dan juga peluang untuk mengembangkan Travelxism ini. Akhirnya, dari situ saya mendirikan PT Gemilang Media Wisatama sebagai badan hukum resmi yang menaungi Travelxism. Sekarang, Travelxism juga aktif menyediakan dan menjual paket-paket wisata yang mengusung prinsip pariwisata berkelanjutan.
2.	Apa arti dan makna dari nama serta logo Travelxism? **Jawaban:** Nama Travelxism sendiri diambil dari gabungan kata antara “travel” dan “-xism” dengan filosofi bahwa Travelxism bukan sekedar tentang perjalanan, tetapi juga tentang sebuah pendekatan dalam melihat sisi pariwisata. Harapannya juga dengan nama Travelxism ini dapat menghadirkan perjalanan yang bermakna, edukatif serta berkelanjutan. Jadi bukan hanya sekedar pergi ke tempat baru, tapi juga bisa membawa dampak positif untuk masyarakat lokal dan lingkungan. Kalau perihal logo, dalam logonya sendiri terdapat dua elemen utama: pin lokasi berwarna merah dan huruf V berwarna biru. Pin merah itu melambangkan semangat kami dalam mengeksplorasi destinasi. Sementara huruf V biru itu menggambarkan kata

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

	wisata yang mencerminkan komitmen kami terhadap wisata yang dilakukan secara profesional dan tanggung jawab. Untuk warna merahnya sendiri itu mewakili semangat tinggi dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Sementara warna birunya itu memberikan kesan bahwa Travelxism adalah perusahaan terpercaya dalam menyediakan layanan wisata.
3.	Bagaimana cara kerja *customer service* dalam menangani pesanan dari pelanggan saat ini? **Jawaban:** Proses pemesanan biasanya dimulai dari media sosial, terutama Instagram. Dari situ, calon pelanggan akan diarahkan untuk menghubungi kami melalui WhatsApp. Setelah itu, admin akan hubungi tim produk atau kadang langsung ke CEO buat cek tanggal yang tersedia. Setelah tanggalnya dikonfirmasi, admin kembali menghubungi pelanggan untuk menginformasikan ketersediaan dan mengirimkan detail paket beserta harganya. Kalau pelanggan menginginkan paket yang dikustomisasi, biasanya butuh waktu sekitar tiga hari untuk menyusunnya sebelum dikirim. Terkadang ada juga pelanggan yang menawar harga. Dalam kasus seperti itu, kami akan memberikan harga net. Jika pelanggan setuju, mereka diminta untuk melakukan pembayaran uang muka sebesar 50%. Perlu dicatat bahwa DP ini bersifat non-refundable, kecuali jika pelanggan ingin mengganti tanggal, itu masih bisa kami bantu sesuaikan.
4.	Media apa saja yang biasanya digunakan oleh pelanggan saat melakukan pemesanan paket wisata? **Jawaban:** Saat ini kami memang fokus melayani pelanggan melalui media berbasis online, jadi tidak ada layanan secara offline. Media utama yang kami gunakan adalah chat WhatsApp dan telepon. Kami memilih cara ini karena pemesanan secara online memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi kapan saja dan dari mana saja, tanpa harus

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

	datang langsung ke kantor. Selain itu, sistem ini juga membantu perusahaan mengurangi biaya operasional, seperti pengeluaran untuk sewa kantor yang besar. Jadi, kami merasa layanan online ini lebih efisien dan fleksibel baik untuk pelanggan maupun untuk perusahaan.
5.	Sejauh mana prosedur yang ada mempermudah perusahaan dalam menangani pesanan? **Jawaban:** Sebenarnya, kami belum memiliki panduan tertulis untuk prosedur kerja. Di unit customer service, banyak pertanyaan yang biasanya langsung diteruskan ke staf produk atau bahkan ke CEO. Jadi memang dari dulu belum ada aturan atau pedoman yang jelas terkait hal ini. Kami merasa kondisi ini masih bisa diterima karena sudah berjalan lama, meskipun memang kurang efisien karena belum ada alur kerja yang jelas. Hal ini juga menyebabkan ketidakkonsistenan dalam pelayanan customer service kepada pelanggan. Selain itu, kami juga kekurangan tenaga kerja. Rencananya, kami akan menunggu waktu yang tepat untuk merekrut pegawai baru, dengan proses seleksi yang lebih ketat agar kedepannya bisa lebih terorganisir dan efisien.
6.	Apakah prosedur pemesanan paket wisata yang ada saat ini sudah cukup efektif dan efisien? **Jawaban:** Melihat dari kondisi sekarang sepertinya belum ya, karena kami masih menjalankan prosedur yang sama seperti dulu, memang ada beberapa langkah yang perlu diperbaiki karena alur kerjanya belum begitu jelas. Selain itu, pengetahuan customer service dalam melayani pelanggan juga masih kurang. Misalnya, sebelum memproses pesanan, seharusnya customer service sudah mengetahui informasi detail apa saja yang perlu didapatkan dari pelanggan. Jadi, tidak langsung meneruskan ke atasan, supaya customer service juga paham benar tugas dan tanggung jawabnya

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

	sebelum memberikan penawaran harga.
7.	Apakah dengan disusunnya panduan pemesanan paket wisata, perusahaan merasa terbantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja pegawai? **Jawaban:** Kami memang berharap demikian. Kami ingin panduan ini bisa membantu buat kemajuan perusahaan kedepannya. Soalnya, perusahaan juga saat ini juga memerlukan pembaruan untuk memperbaiki sistem kerja yang sedang berjalan. Panduan ini nantinya diharapkan bisa menjadi pegangan khusus buat customer service, supaya mereka lebih ngerti apa saja tugas yang harus dilakukan dengan cara yang lebih terstruktur. Customer service itu ibarat kata seperti gerbang utama perusahaan, karena mereka yang pertama kali berinteraksi dengan pelanggan. Jadi kami merasa panduan ini penting supaya bisa kita pelajari dan evaluasi bersama demi kemajuan perusahaan di masa yang akan datang.

Lampiran 4. Daftar Pertanyaan Untuk *Marketing Communication Lead* Travelxism

No.	Daftar Pertanyaan
1.	Bagaimana tahapanan proses pemesanan paket wisata oleh pelanggan?
2.	Apakah prosedur pemesanan paket wisata yang ada saat ini sudah cukup efektif dan efisien?
3.	Hambatan apa saja yang biasanya dihadapi dalam proses pemesanan paket wisata?
4.	Apakah dengan disusunnya panduan pemesanan paket wisata berupa guidebook, perusahaan merasa terbantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja pegawai?
5.	Jenis konten atau rekomendasi apa yang Anda harapkan ada dalam Guidebook ini?

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 5. Jawaban Wawancara Dengan Revanni Nahari A.B (*Marketing Communication Lead*)

No.	Pertanyaan & Jawaban
1.	Bagaimana tahapanan proses pemesanan paket wisata oleh pelanggan? **Jawaban:** Proses pemesanan pelanggan di Travelxism terdiri dari empat tahap. Pertama, proses dimulai dari WhatsApp atau telepon. Customer service akan menyapa pelanggan, menanyakan kebutuhan perjalanan, lalu mengecek dan mengunci jadwal. Setelah itu, harga dikonfirmasi ke pelanggan. Kalau ada negosiasi, akan disesuaikan sampai ada kesepakatan. Tahap kedua adalah konfirmasi pemesanan. Setelah harga disetujui, kami terbitkan invoice lewat bagian keuangan, lalu pelanggan melakukan pembayaran. Bukti pembayaran digunakan untuk reservasi dan koordinasi dengan mitra tour. Tahap ketiga, penagihan. Kami ingatkan pelanggan untuk melunasi pembayaran—bisa full, DP 50%, atau menggunakan sistem ToP yang dibayar setelah tour selesai. Terakhir, satu hari sebelum keberangkatan, kami hubungi pelanggan untuk memastikan kesiapan dan bagikan kontak tour leader. Tiga hari setelah tour, jika masih ada piutang, customer service akan melakukan penagihan. Ini penting untuk memastikan keuangan perusahaan tetap sehat dan proses bisnis berjalan baik.
2.	Apakah prosedur pemesanan paket wisata yang ada saat ini sudah cukup efektif dan efisien? **Jawaban:** Kalau ditanya soal alur kerja sekarang, sejujurnya memang belum terorganisir dengan baik. Masih banyak hal yang berjalan kurang sistematis. Salah satu contohnya, saat pelanggan tanya soal ketersediaan tanggal, customer service harus lempar pertanyaan dulu ke tim produk atau bahkan ke CEO. Lalu setelah itu, baru nanya lagi ke pelanggan tentang

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

	jumlah peserta, dan begitu seterusnya. Jadi, proses komunikasi ini seringkali berputar-putar antara pelanggan, CS, tim produk, dan CEO. Akibatnya, proses jadi lebih panjang dan tidak efisien. Memang perlu ada pembenahan supaya alurnya bisa lebih tertata dan jelas.
3.	Tantangan apa yang biasanya dihadapi dalam alur kerja saat ini? **Jawaban:** Tantangan yang paling sering kami hadapi saat ini adalah keterbatasan sumber daya manusia, terutama di bagian customer service yang justru seringkali dipegang oleh anak magang. Karena mereka masih minim pengalaman, proses pelayanan ke pelanggan kadang kurang maksimal. Selain itu, staf tetap atau mentor harus terus membimbing mereka dalam pekerjaan sehari-hari, dan itu cukup menyita waktu. Mengingat masa magang yang hanya berlangsung beberapa bulan, begitu selesai dan diganti oleh peserta magang baru, proses pengajarannya pun harus diulang dari awal lagi.
4.	Apakah dengan disusunnya panduan pemesanan paket wisata berupa guidebook, perusahaan merasa terbantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja pegawai? **Jawaban:** Tentu saja akan sangat membantu, ya. Adanya panduan ini bisa menjadi pedoman yang jelas bagi customer service, khususnya dalam menangani proses pemesanan paket wisata. Dengan begitu, mereka tahu langkah-langkah yang harus dilakukan secara sistematis. Selain itu, kami juga berharap panduan ini bisa jadi salah satu dorongan agar perusahaan bisa berkembang ke arah yang lebih baik lagi. Karena ketika alur kerja lebih terstruktur, pelayanan pun jadi lebih maksimal, dan itu pastinya berdampak positif bagi kemajuan perusahaan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Perancangan Guidebook Pelayanan Pemesanan Paket Wisata Untuk Customer Service di Travelxism
Theresia Dwi Clarita, Dr. Pitaya, S.E.T., M.Sc., H.T.S., C.H.E.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.	Jenis konten atau rekomendasi apa yang Anda harapkan ada dalam Guidebook ini? **Jawaban:** Kalau bicara soal isi atau konten dalam guidebook, tentu kami berharap isinya bisa lengkap dan aplikatif. Misalnya seperti mencakup alur pemesanan dari awal sampai akhir, dll. Intinya kontennya harus mudah dipahami dan bisa langsung dipraktikkan oleh tim, terutama mereka yang baru gabung atau belum terlalu berpengalaman. Dengan begitu, guidebook ini bisa jadi acuan kerja harian yang efektif untuk mereka.

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian





