

ABSTRAK

Penulisan ini dilatar belakangi oleh adanya kasus Pandemi Virus Corona yang berpengaruh pada semua aspek kehidupan manusia termasuk pada industri pariwisata. Taman Wisata Candi Prambanan sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia memberikan pelayanan berbasis kesehatan kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang diwujudkan oleh *Customer Service* selama adanya Pandemi Virus Corona. Pelayanan berbasis kesehatan ini dilakukan untuk mencegah terjadinya penyebaran Virus Corona di lingkungan Taman Wisata Candi Prambanan sehingga wisatawan merasa aman dan nyaman selama berkunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran, fungsi, dan tugas dari *Customer Service*, mengetahui strategi pelayanan *Customer Service* dalam melakukan pencegahan, serta mengetahui hasil dari penerapan strategi pelayanan tersebut pada sebelum dan saat penutupan sementara Taman Wisata Candi Prambanan karena kasus Pandemi Virus Corona yang sudah masuk ke Indonesia termasuk Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian studi kasus yang bertujuan untuk mendapatkan data dari fenomena yang benar-benar sedang terjadi di Taman Wisata Candi Prambanan dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatori, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil observasi partisipatori dan wawancara semi terstruktur, sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumentasi peneliti dan dokumentasi Unit Taman Wisata Candi Prambanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Service* berperan dalam menjaga citra perusahaan, bertugas untuk menyambut wisatawan yang datang, melayani wisatawan dengan memenuhi kebutuhannya, menjual produk wisata Taman Wisata Candi Prambanan, dan menangani keluhan wisatawan dengan segala permasalahannya. Sementara itu, penerapan strategi pelayanan terbagi menjadi tiga tahap yaitu pada sebelum penutupan, saat penutupan, dan setelah pembukaan kembali Taman Wisata Candi Prambanan yang diberikan secara personal dan manajerial. Tahapan strategi pelayanan diwujudkan dengan kegiatan sosialisasi untuk karyawan, membuat kuesioner tentang harapan wisatawan, mempertahankan sikap pelayanan yang berkualitas, dan melakukan peninjauan atas pelayanan sudah diberikan untuk wisatawan. Hasil dari penerapan strategi pelayanan *Customer Service* dapat dikatakan berhasil namun belum memenuhi semua tuntutan pelayanan berkualitas dan dimensi pelayanan karena menemui beberapa kendala seperti proses perbaikan fasilitas yang membutuhkan waktu lama sehingga penerapan pelayanan perlu ditingkatkan secara lebih baik.

Kata kunci : *Customer Service*, Strategi Pelayanan, Candi Prambanan, Pandemi, Virus Corona.

ABSTRACT

The background of this research because of Corona Virus Pandemic which affects many aspects of human life like tourism industry. Prambanan Temple as a tourist destination in Indonesia provides health-based services to foreign and domestic tourists that given by Customer Service during Corona Virus Pandemic. This service is carried out to prevent the spread of Corona Virus in the Prambanan Temple so tourists feel safe and comfortable during their visit. The purpose of this study was to know the role, function, and duties of Customer Service, to know the service strategy of Customer Service, and to know the results of the implementation of the service strategy before and during the temporary close of Prambanan Temple due to the Corona Virus Pandemic has entered Indonesia, especially in Special Region of Yogyakarta. The method of this research used a type of case study research that obtain data from phenomena that are really happening in Prambanan Temple with data collection techniques used were participatory observation, semi-structured interviews, and documentation. The type of data used is primary data and secondary data. Primary data were from participant observation and semi-structured interviews, while secondary data were from researcher documentation and Prambanan Temple documentation. The results showed that Customer Service's jobdesk are welcoming tourists, servicing tourists, selling tourism products, and handling tourist complaints. Meanwhile, the implementation of the service strategy is divided into three steps, before closing, temporary closing, and pre operational of the Prambanan Temple which is given by personally and managerially. Stages of the service strategy are realized by employee socialization about Corona Virus, questionnaires about tourist expectations, quality service attitudes, and reviewing of services that already provided to tourists. The results of the implementation of the Customer Service service strategy has been declared successful but not complete demands of quality service and dimensions of service because there were some obstacles like repairing facilities that took a long time so that the implementation of services needs to be improved.

Keywords : Customer Service, Service Strategy, Prambanan Temple, Pandemic, Corona Virus.