

Service Blueprint Pelayanan Wisata Edukasi, Desa Wisata Batik Pilang

**Ratna Devi Sakuntalawati^{1,4,*}, Susantiningrum^{2,4}, Nur Rahmi Akbarini^{2,4},
dan Dyah Yuni Kurniawati^{3,4}**

¹Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta, 57126, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta, 57126, Indonesia

³Program Studi Seni Rupa Murni, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No. 36A, Surakarta, 57126, Indonesia

⁴Pusat Pengembangan Kewirausahaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami No.36A, Surakarta, 57126, Indonesia

*Corresponding author: ratnadevi.solo@staff.uns.ac.id

Dikirim: 04-11-2022; Diterima: 03-05-2023

Abstrak

BUMDes Pilang Berdikari telah menetapkan paket wisata edukasi dan perlengkapan yang belum mampu mendorong terselenggaranya kepariwisataan. Hal ini disebabkan karena diperlukan alur pelayanan pariwisata komprehensif, yang dapat digambarkan sebagai *service blueprint*. Sampai saat ini, belum dikaji terkait alur pelayanan pengunjung dan *service blueprint* yang dibutuhkan sebagai pedoman BUMDes dalam melakukan pelayanan wisatawan. Tujuan penelitian ini untuk mewujudkan skema *service blueprint* wisata edukasi yang mencakup layanan paket wisata untuk TK, SD, SMP, SMA, dan umum. Metode yang digunakan adalah *action riset* dengan melakukan *workshop* proses alur layanan wisata, *workshop* persiapan *service blueprint*, serta FGD untuk mengidentifikasi alur proses pelayanan pariwisata, dan mengidentifikasi titik-titik rawan kegagalan serta menyusun *service blueprint*. Pada *workshop* I, dikaji mengenai alur proses layanan wisata edukasi dan identifikasi titik rawan gagal dalam layanan, dilanjutkan FGD identifikasi. Pada *workshop* II dikaji tentang penyusunan *service blueprint* pelayanan wisata edukasi, dilanjutkan FGD penyusunan. *Workshop* diawali dengan *pre-test* dan diakhiri dengan *post-test*. Hasil penelitian ini, peserta dapat mengetahui materi yang diberikan dalam *workshop*. Setelah dilakukan FGD identifikasi, peserta dapat membuat diagram dan menyusun *service blueprint*. Tersusun 2 skema *service blueprint* untuk paket wisata edukasi pelajar TK, SD dan paket wisata edukasi pelajar SMP, SMA, Mahasiswa dan umum.

Kata kunci: BUMDes; *service blueprint*; *workshop*

Abstract

BUMDes Pilang Berdikari has set educational tour packages and equipment that have not been able to encourage the implementation of tourism. This is due to the need for a comprehensive tourism service flow, which can be described as a service blueprint. The problem: It is necessary to know the flow of visitor services and the required service blueprints as BUMDes guidelines in providing tourist services. The aim is to realize a service blueprint scheme for educational tourism services, including tour package services for kindergarten, elementary, junior high, high school, and the general public. Using the action research method by conducting workshops on the tourism service flow process, service blueprint preparation workshops, and FGDs to identify the tourism service process flow, identify failure-prone points, and develop service blueprints. Workshop I, regarding the process flow of educational tourism services and identification of failure-prone points in services, continued with FGD identification. Workshop II on preparing a service blueprint for educational tourism services was followed by an FGD for its preparation. The workshop begins with the pre-test and ends with the post-test. As a result, participants can find out the material provided in the workshop. After the FGD identification, participants can make diagrams and develop their service blueprints. Compiled 2 service blueprint schemes for educational tour packages for kindergarten, and elementary students and educational tour packages for junior high school, high school students, university students and the general public.

Keywords: BUMDes; service blueprint; workshop

PENDAHULUAN

Desa Wisata Batik Pilang berfokus pada wisata edukasi yang merupakan salah satu rencana usaha dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berdikari. Diketahui lebih lanjut, pada tahun 2021, BUMDes Berdikari bersama dengan Pusat Pengembangan Kewirausahaan (PPKwu) LPPM UNS telah mempersiapkan perencanaan pendirian Desa Wisata Batik Pilang. Kegiatan yang sudah terealisasi dalam perencanaan pendirian Desa Wisata Batik Pilang adalah tersusunnya strategi pemasaran *Business Model Canvas* (BMC) dan buku Program Kerja BUMDes Pilang Berdikari tentang program kerja jangka pendek, menengah dan panjang (Sakuntalawati et al., 2021).

Berdasarkan BMC tersebut, diketahui bahwa aktivitas utama (*key activity/KA*) merupakan kegiatan yang harus dilakukan berkaitan dengan wisata yang ditawarkan. Aktivitas utama yang dirancang adalah menyiapkan paket wisata, menyiapkan perangkat wisata dan menyiapkan pelaksanaan wisata. Paket wisata yang disiapkan adalah paket wisata edukasi yang bernama: paket TK, paket SD, paket SMP, paket SMA, dan paket umum. Adapun perangkat wisata yang sudah dimiliki terdiri dari sumber daya alam, sumber daya fisik dan sumber daya manusia. Sumber daya manusia terdiri dari 98 pengrajin batik, *guide*. Sumber daya fisik terdiri dari 10 rumah produksi batik, *showroom* di masing-masing rumah pengrajin. Sumber daya alam terdiri dari hamparan sawah, wilayah

trekking. Meskipun paket wisata dan perangkat wisata telah disiapkan, tetapi tidak serta merta wisata dapat dilaksanakan.

BUMDes dinilai sebagai pelaksana wisata yang tepat dan lebih berfokus pada layanan pengunjung (Sakuntalawati et al., 2021), oleh karena itu BUMDes merencanakan pengembangan Desa Wisata Batik Pilang sebagai salah satu usahanya. Salah satu kebutuhan dalam pelaksanaan adalah diperlukan *service blueprint* sebagai upaya untuk menggambarkan desain layanan secara menyeluruh di desa wisata. Saat ini BUMDes belum memiliki *service blueprint* tersebut, padahal menurut Zamzam et al., (2017), *service blueprint* merupakan sebuah cara untuk memperinci aspek layanan secara lebih detail dan upaya menggambarkan desain layanan secara menyeluruh di desa wisata (Asmoro et al., 2020).

Pembuatan desain tersebut membutuhkan identifikasi alur layanan untuk pengunjung, dan identifikasi titik rawan gagal dalam layanan (Asmoro et al., 2020). Sampai saat ini, BUMDes belum membuat diagram alur layanan pengunjung. Hal ini disebabkan apabila terdapat kunjungan (*study tour*, pelatihan membatik, dll) ditangani secara individu oleh pemilik *showroom* maupun rumah produksi batik. Layanan wisata memiliki karakter yang berbeda, sehingga dimungkinkan terdapat karakter yang memiliki titik rawan gagal.

Diketahui lebih lanjut bahwa ketika Desa Pilang mendapat kunjungan, belum pernah dilakukan evaluasi alur layanan maupun

penanganan karakter layanan yang dianggap rawan gagal. Oleh sebab itu penyusunan *service blueprint* sangat diperlukan. Selanjutnya, berkaitan dengan pelaksanaan wisata edukasi, perlu dipertanyakan alur layanan pengunjung dan *service blueprint* yang dibutuhkan sebagai pedoman bagi BUMDes untuk melaksanakan pelayanan pada wisatawan. Adapun tujuan kegiatan adalah mengidentifikasi alur layanan pengunjung beserta titik rawan gagal pada pelayanan yang akan diberikan dan *service blueprint* sebagai desain layanan secara menyeluruh.

Guna mencapai tujuan tersebut, maka solusi yang digunakan adalah memberikan tindakan pada BUMDes. Tindakan yang diperlukan adalah tindakan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku (Bariqi, 2018). Tindakan yang diperlukan sebagai upaya *sustainability* yaitu suatu kegiatan maupun program (Triharyanto et al., 2014). Disini dilakukan proses pemandirian dengan cara membantu BUMDes untuk tumbuh dan berfungsi dalam penyiapan pelaksanaan wisata edukasi. Selanjutnya diharapkan tumbuh kesadaran sendiri, yang bermanfaat untuk melihat situasi pelaksanaan sekaligus perbaikannya yang berkaitan dengan usahanya (Tjokrowinoto, 2012).

Service blueprint yang disusun berbeda dengan penelitian (Ota et al., 2020), yang menghasilkan *service blueprint* untuk standar pelayanan penumpang pada *Travel & Tourism Industry "The Palace On Wheels"* kereta api mewah di India. Penelitian Dewi et al., (2022), yang menghasilkan *service blueprint* untuk meningkatkan

permasalahan kepuasan pelanggan pada restoran Vietnam. Penelitian [Asmoro et al., \(2020\)](#), menghasilkan *service blueprint* bagi pelayanan paket wisata dan pengunjung langsung di Lembah Mbencirang, Desa wisata Kebontunggul. Penelitian [Anugrah et al., \(2020\)](#), menghasilkan *service blueprint* untuk pemetaan hubungan keterikatan antara pengunjung dengan manajemen museum guna meningkatkan interaksi jangka panjang. Penelitian [Mujab et al., \(2017\)](#), menghasilkan *service blueprint* untuk mengidentifikasi hubungan dengan pelanggan, proses dalam pelayanan jasa dan meminimalisir kesalahan dalam pemberian jasa kepada konsumen. Kelima *service blueprint* yang merupakan hasil penelitian para pakar ini, belum ada yang menghasilkan *service blueprint* untuk pelayanan pengunjung wisata edukasi, paket wisata bagi pelajar TK dan SD, paket wisata edukasi bagi pelajar SMP, SMA dan pengunjung umum. Berdasarkan penelusuran hasil penelitian ini, maka penyusunan *service blueprint* wisata edukasi untuk paket wisata pelajar maupun umum, perlu dilakukan.

METODE

Lokasi penelitian, di BUMDes Pilang Berdikari, Desa Pilang, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April–Oktober 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *action riset*. Tindakannya *workshop* dan FGD (*Focus Group Discussion*)/kelompok terpumpun ([Rudito et al., 2013](#)). Kegiatan berbentuk *workshop*

merupakan pertemuan orang yang melakukan kerjasama dalam lingkup masalah yang dihadapi ([Suprayekti et al., 2017](#)). Pelaksanaan *workshop* dengan materi Alur Pelayanan Wisata diikuti 6 peserta yang terdiri dari 4 peserta dari pengurus BUMDes, 1 peserta pengelola wisata dan 1 peserta perangkat desa. FGD dilakukan setiap selesai *workshop*, untuk mewujudkan identifikasi alur pelayanan wisata, identifikasi titik rawan gagal pada pelayanan dan penyusunan *service blueprint*. Penyusunan *service blueprint* dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

1. Membuat diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan produksi
2. Membuat diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan proses pelayanan
3. Membuat visualisasi lingkungan fisik desa wisata batik Pilang
4. Identifikasi peran / pelanggan / wisatawan dan produsen / desa wisata
5. Identifikasi potensi, masalah, peluang untuk meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan
6. Penyusunan *service blueprint*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi yang disajikan pada *workshop* adalah pelayanan informasi, pelayanan tiket secara *online*, pelayanan penjemputan, pelayanan tempat parkir, pelayanan tiket di tempat, pelayanan menyambut tamu, pelayanan trekking, pelayanan transportasi trekking, pelayanan edukasi, pelayanan cinderamata, pelayanan lain-lain (toilet, mushola, sewa aksesoris), pelayanan ucapan

terimakasih, pelayanan kritik dan saran. Pelayanan ini dikelompokkan menjadi pelayanan sebelum keberangkatan, pelayanan di tempat wisata, dan pelayanan selesai wisata. Seluruh pelayanan ini disebut sebagai *customer phase*.

Adapun tingkat pemahaman peserta pada materi yang diberikan dilihat dari persentase jumlah peserta yang memahami pada saat *pre-test* dan *post-test*. Tingkat pemahaman tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Tingkat pemahaman peserta pada materi alur pelayanan wisata (n=6)

Item Materi Alur pelayanan wisata	Pre-test (%)	Post-test (%)
Pelayanan informasi	100	100
Pelayanan tiket secara <i>online</i>	0	100
Pelayanan penjemputan	25	100
Pelayanan tempat parker dan pendukungnya	100	100
Pelayanan tiket di tempat	0	100
Pelayanan menyambut tamu	50	100
Pelayanan trekking	0	100
Pelayanan transportasi trekking	0	100
Pelayanan edukasi	100	100
Pelayanan cinderamata	100	100
Pelayanan toilet dan mushola	100	100
Persewaan aksesoris	50	100
Pelayanan ucapan terimakasih	0	100
Pelayanan kritik dan saran	0	100

Mencermati Tabel 1, pada *post-test*, semua peserta (100%) telah memahami hal-hal yang berkaitan alur pelayanan wisata. Meskipun pada *pre-test* terdapat 43% item yang tidak dipahami (terdapat 6 item yang nilai *pre-test* responden 0), dan 21% item yang sedikit dipahami (terdapat 3 item yang nilai *pre-test* responden 25-50), terdapat 36% item yang sudah dipahami oleh semua peserta (terdapat 5 item yang nilai *pre-test* responden 100). 5 item ini sudah biasa digunakan peserta untuk pelayanan kepada wisatawan yang belajar batik.

Pelaksanaan *workshop* dengan materi *service blue print*, difokuskan pada poin-poin kebutuhan pembuatan. Adapun tingkat pemahaman peserta pada materi yang diberikan dilihat dari persentase jumlah peserta yang memahami pada saat *pre-test* dan *post-test*. Tingkat pemahaman tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tingkat pemahaman peserta pada materi *service blueprint* (n=6)

Item Materi <i>service blueprint</i>	Pre-test (%)	Post-test (%)
Pembuatan diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan produksi	100	100
Pembuatan diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan proses pelayanan	25	100
Pembuatan alur aktivitas berkaitan dengan pembuatan visual fisik (bentuk Video)	0	100
Identifikasi peran wisatawan dalam wisata edukasi batik untuk meningkatkan persepsi pelanggan	25	100
Identifikasi peran produsen batik	100	100
Identifikasi potensi untuk meningkatkan persepsi pelanggan	100	100
Identifikasi masalah untuk meningkatkan persepsi pelanggan	100	100
Identifikasi peluang untuk meningkatkan persepsi pelanggan	0	100
Cara pembuatan skema <i>service blueprint</i> beserta 5 komponennya	0	100

Melihat pada Tabel 2, setelah dilakukan *post-test*, semua peserta (100%) memahami hal-hal yang berkaitan dengan *service blueprint*. Meskipun pada *pre-test* terdapat 33% item yang tidak dipahami (terdapat 3 item yang nilai *pre-test* responden 0), dan 22% item yang sedikit dipahami (terdapat 2 item yang nilai *pre-test* 25). Pada hasil *pre-test*, 45% item telah peserta pahami (terdapat 4 item yang

nilai *pre-test* 100). Hal ini dapat dipahami, karena dalam keseharian para peserta melakukan aktivitas produksi batik. Selain produsen para peserta juga menjual produk, maka peran produsen, dan potensi serta masalah dalam peningkatan persepsi pelanggan dapat dipahami.

FGD identifikasi proses layanan wisata, menghasilkan:

1. Layanan *ticketing*
2. Layanan pembayaran
3. Layanan *invoice*
4. Layanan parkir
5. Layanan cuci tangan
6. Layanan registrasi
7. Menyediakan rak sepatu
8. Layanan menerima tamu
9. Layanan pelatihan dan produksi
10. Layanan pasca produksi
11. Layanan *closing drink*
12. Layanan *transfer-out*

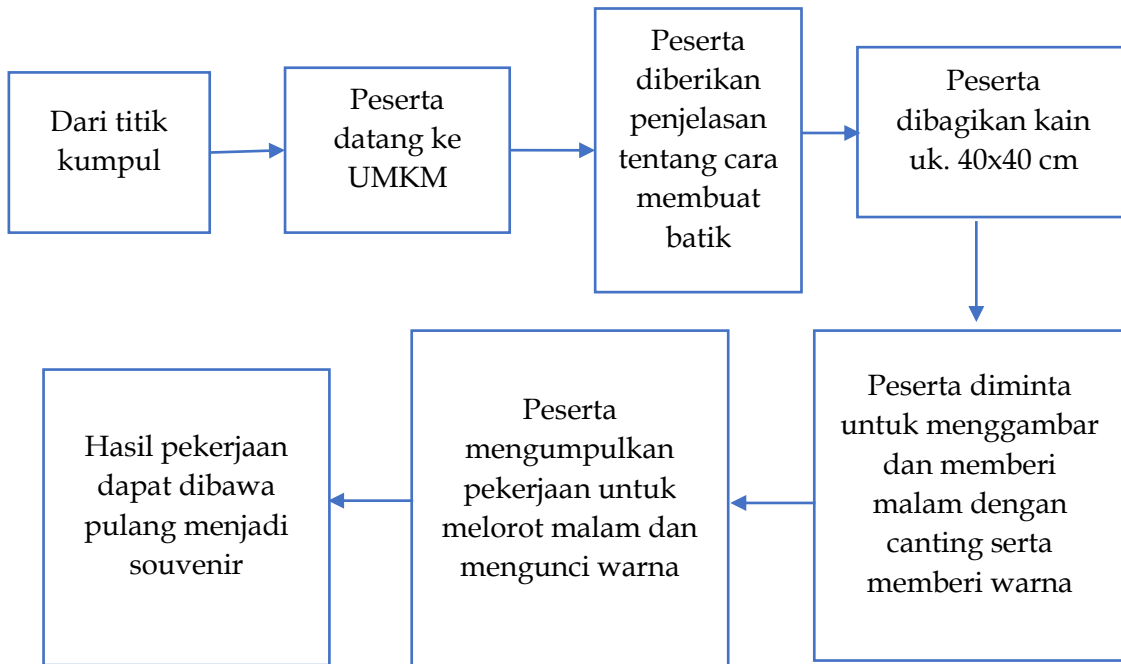
Layanan-layanan ini teridentifikasi berdasarkan pengalaman yang sudah peserta alami. Baik sebagai pemilik rumah produksi, pengelola wisata, maupun pengrajin batik. Proses layanan wisata ini akan menjadi acuan bagi tersusunnya *service blueprint*.

Dilanjutkan dengan identifikasi titik rawan gagal. Identifikasi ini untuk mendeteksi kegiatan yang diperlukan serta digunakan untuk memperbaiki kegagalan tersebut (Asmoro et al., 2020). Kegiatan yang diperkirakan gagal dimungkinkan tidak dilakukan oleh wisatawan. Hasil identifikasi titik rawan gagal adalah sebagai berikut:

1. Penjemuran kain hasil pewarnaan jika gagal melakukan penjemuran kain, maka diberikan hanger dan pencapit kain, untuk mengeringkan kain.

2. *Closing drink*, dilakukan saat wisatawan akan meninggalkan lokasi wisata. Jika gagal dilakukan, maka dapat menyertakan minuman penutup dalam armada transportasi.
 3. Instruktur mengarahkan kembali ke pendhapa setelah dari rumah produksi untuk memberikan ucapan terima kasih. Jika gagal, maka instruktur dapat memberikan *barcode/link* untuk melakukan pengisian secara *online* tentang pesan kesan wisatawan.
 4. Melihat/membeli *souvenir* khas untuk mengantisipasi adalah memasukkan *souvenir* khas dalam paket wisata yang diberikan pada saat registrasi ulang.
 5. Mendapatkan makan siang, jika gagal dilakukan, makanan langsung dimasukkan dalam armada transportasi untuk dinikmati dalam perjalanan
- Identifikasi titik rawan gagal dalam pelayanan, menjadi poin penting dalam penyusunan *service blueprint*. Titik rawan gagal digunakan untuk mendeteksi tindakan yang diperlukan guna memperbaiki kegagalan yang mungkin terjadi. Identifikasi ini dilengkapi solusi agar seandainya pelayanan tidak dapat dilakukan sesuai dengan aturan pelayanan, maka tidak akan merugikan wisatawan.
- Setelah berhasil melakukan identifikasi proses alur pelayanan wisata dan titik rawan gagal dilakukan FGD penyusunan *service blueprint*, yang dilakukan dengan menggunakan sudut pandang pelanggan, pemberi pelayanan, serta pihak lain yang terlibat di dalamnya sebagai pedoman layanan, karena *service blueprint* merupakan gambaran rinci alur pelayanan (Stickdron & Schneider, 2011; Kusuma, 2020). *Service blueprint* berisi penjelasan dari komponen *physical evidence*, pelayanan yang diberikan dan tindakan saling bergantung untuk mengurangi resiko gagal dalam proses pelayanan (Zamzam et al., 2017). Terdapat 5 poin yang dibutuhkan dalam menyusun *service blueprint* seperti yang disebutkan dalam *workshop*. Berikut adalah penjelasan hasil identifikasi yang telah dilakukan:

Diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan produksi

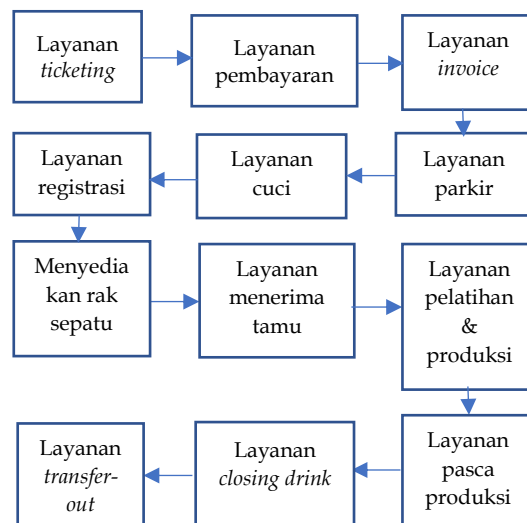


Gambar 1. Alur aktivitas berkaitan dengan produksi pembuatan batik

Pada Gambar 1, merupakan alur kegiatan wisata dalam melakukan pelatihan pembuatan batik sebagai wisata edukasi yang ditawarkan oleh BUMDes. Pembuatan batik ini dilakukan selama ±120 menit yang dipandu oleh pengrajin batik. Proses membatik membutuhkan alat dan bahan berupa canting, kain, malam, pewarna, dan pensil, serta mendesain pola batik. Peserta membatik di dalam rumah produksi milik pengrajin batik. Pengunjung dengan jumlah banyak/rombongan akan dibagi menjadi beberapa kelompok dengan masing-masing berjumlah 10 anggota maupun lebih, tergantung daya tampung rumah produksi. Setelah selesai membatik dan mewarna, peserta diarahkan oleh instruktur untuk menyerahkan hasil karya dan melihat proses pelorodan malam yang dilakukan oleh pengrajin batik. Kemudian dilanjutkan menjemur kain

untuk dapat dibawa pulang oleh peserta sebagai *souvenir*.

Diagram alur aktivitas yang berkaitan dengan proses pelayanan

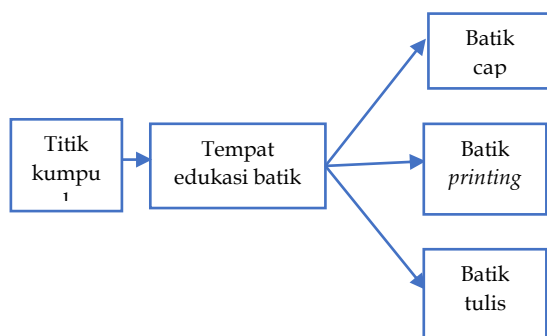


Gambar 2. Alur aktivitas yang berkaitan dengan proses pelayanan

Pada Gambar 2, menampilkan rincian diagram yang dibuat berdasarkan pada jenis wisata yang ditawarkan. Desa Pilang menawarkan wisata edukasi. Layanan ini dibuat

oleh pengurus wisata dengan cara menempatkan diri sebagai pelanggan. Nampak dalam identifikasi tersebut, layanan *ticketing* sampai layanan *invoice* adalah layanan sebelum keberangkatan, artinya wisatawan dapat melakukan kegiatan tidak di tempat wisata. Layanan parkir hingga *closing drink* adalah layanan di tempat wisata. Layanan *transfer-out* merupakan pelayanan yang terakhir kali diberikan oleh seorang pemandu wisata kepada wisatawan. Proses pelayanan ini serupa dengan hasil penelitian (Warkkoka, 2018), yang menyatakan bahwa pemberian pelayanan dimulai dari penjemputan hingga ke tempat penginapan (*transfer-in*), *city tour*, hingga pelayanan yang terakhir kali diberikan oleh seorang pemandu wisata kepada tamunya (*transfer-out*). Tahapan aktivitas pada setiap *customer phase* pada setiap jenis wisata berbeda-beda, sehingga alur ini dapat menjadi panduan pelayanan.

Visualisasi lingkungan fisik Desa Wisata Batik Pilang



Gambar 3. Pembuatan visualisasi lingkungan fisik desa wisata Pilang

Gambar 3 menampilkan rumah produksi yang dijadikan sebagai tempat pembuatan batik oleh peserta pelatihan. Lokasi produksi itu meliputi rumah produksi batik printing, batik cap, dan batik tulis yang ada di Desa

Pilang. Identifikasi peran pelanggan/wisatawan dan produsen desa wisata edukasi:

- a. Identifikasi peran pelanggan/wisatawan
- 1) Peserta edukasi
 - 2) Menceritakan kegiatan pada orang lain
 - 3) Mengajak belajar
 - 4) Mempromosikan secara tidak langsung
 - 5) Mengenalkan secara tidak langsung

Hasil identifikasi ini sesuai dengan Utami & Farida (2020), yang menyatakan bahwa loyalitas merupakan kesediaan wisatawan dalam melanjutkan aktivitas terhadap suatu produk wisata dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu melakukan aktivitas secara berulang, serta merekomendasikan kepada teman-teman secara sukarela. Loyalitas merupakan peran pelanggan.

- b. Identifikasi peran produsen desa wisata edukasi

- 1) Menyediakan tempat edukasi
- 2) Menyediakan alat edukasi
- 3) Menyediakan guru untuk mengedukasi
- 4) Melakukan pendampingan selama edukasi
- 5) Menyempurnakan hasil kreasi batik yang dibuat wisatawan
- 6) Membagikan kembali kepada peserta sebagai souvenir

Hasil identifikasi sesuai dengan teori perilaku produsen yang menjelaskan mengenai perilaku produsen dalam mengoptimalkan efisiensi produksinya dan memaksimalkan keuntungan laba (Cholidiyah & Mulyawisdawati, 2018).

Para produsen batik Pilang sebagai tuan rumah wisata edukasi, telah mendayagunakan sumber dayanya. Hal ini sesuai pernyataan [Tjiptono \(2014\)](#), bahwa semuanya itu, untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan/wisatawan.

c. Identifikasi potensi, masalah, peluang untuk meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan

1. Potensi:

- a) UKM batik yang digunakan untuk tempat edukasi batik pada wisatawan
- b) *Showroom* yang dapat dikunjungi langsung
- c) Tempat makan dan minum yang dapat dikunjungi
- d) Guru/pengajar yang mampu memaparkan pembelajaran batik yang mudah dipahami peserta

2. Masalah:

- a) Masalah pelayanan informasi (masalah dapat berupa penyampaian informasi yang kurang lengkap, media penyampaian informasi yang kurang komunikatif, dll)
- b) Masalah pelayanan parkir (masalah dapat berupa banyaknya kendaraan yang memarkir, petugas parkir yang sedikit, dll)
- c) Masalah pelayanan penjemputan (masalah dapat berupa kendaraan yang tidak tersedia, kemacetan, dll).

d) Masalah pelayanan penyambutan tamu (masalah dapat berupa pegawai yang tidak ramah, dll)

e) Masalah pelayanan edukasi (masalah dapat berupa kurangnya bahan dan alat, guru yang tidak berkompeten, dll)

f) Masalah pelayanan pendukung (masalah dapat berupa kotornya fasilitas yang tersedia, fasilitas yang tidak mampu menampung jumlah pengunjung yang banyak, dll)

g) Masalah pelayanan ucapan terimakasih (masalah dapat berupa pegawai yang tidak ramah, dll)

h) Masalah pelayanan kritik dan saran (masalah dapat berupa tidak tersedianya ATK, jaringan internet yang kurang stabil, dll)

3. Peluang:

a) Wisatawan yang datang kembali

b) Memperbanyak variasi produksi (corak batik maupun jenis barang)

c) Meningkatkan jumlah pengunjung dan memperluas segmen pasar

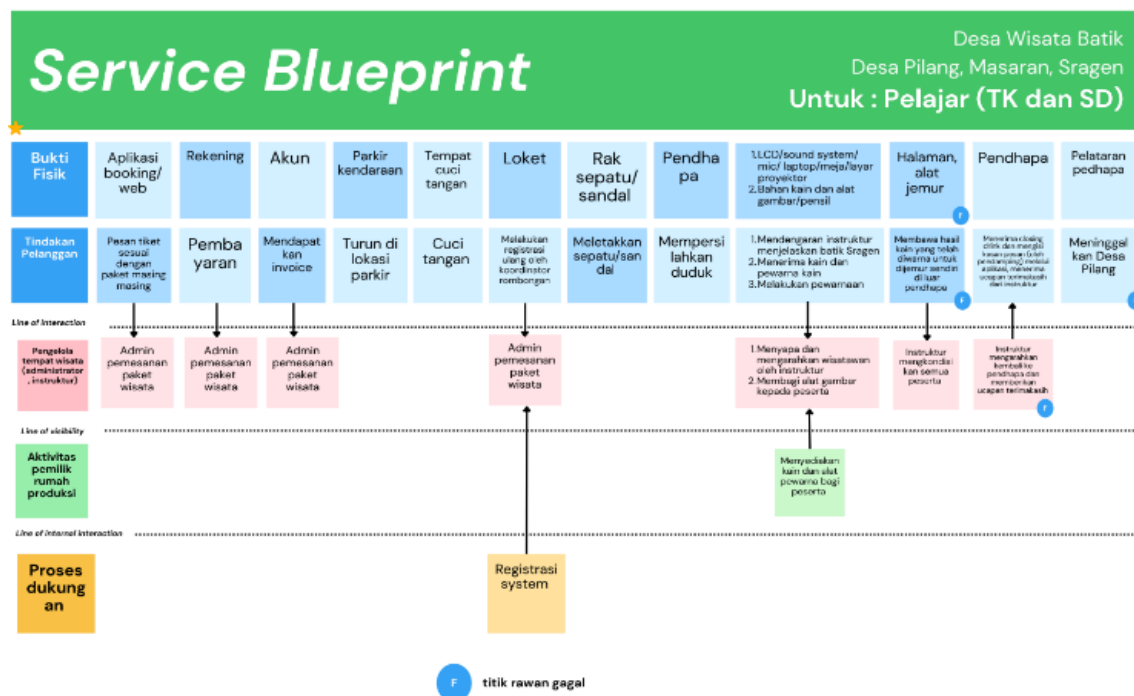
Hasil identifikasi, sesuai dengan [Kotler & Keller \(2016\)](#), yang mengatakan bahwa untuk meningkatkan persepsi pelanggan, harus dimulai dari kebutuhan pelanggan untuk menentukan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas

keunggulan suatu pelayanan (Hayu, 2014). Pelayanan akan memberikan kepuasan pada pelanggan jika sesuai dengan harapan. Kebutuhan pelanggan tergambar pada identifikasi potensi dan masalah, sedangkan peluang merupakan cara meningkatkan persepsi pelanggan.

Skema service blueprint.

Service blueprint yang disusun dibedakan menjadi 2 kategori sesuai dengan segmen pelanggan,

dikarenakan ada perbedaan pemberian pelayanan. Perbedaan pelayanan hanya terletak pada pelaksanaan kegiatan pelatihan membuat. Paket wisata untuk pelajar (TK dan SD) melakukan pewarnaan pada kain yang telah diberi gambar batik. Paket wisata untuk pelajar (SMP, SMA, mahasiswa) dan umum, melakukan proses mulai dari mendesain batik pada kain, mencanting/memberi malam sampai mewarna.



Gambar 4. Skema service blueprint untuk kelompok pelajar (TK dan SD)

Menurut Fitzsimmons & Fitzsimmons (2011), terdapat 5 (lima) komponen dalam mengembangkan service blueprint (Lovell & Wirtz, 2016), yaitu:

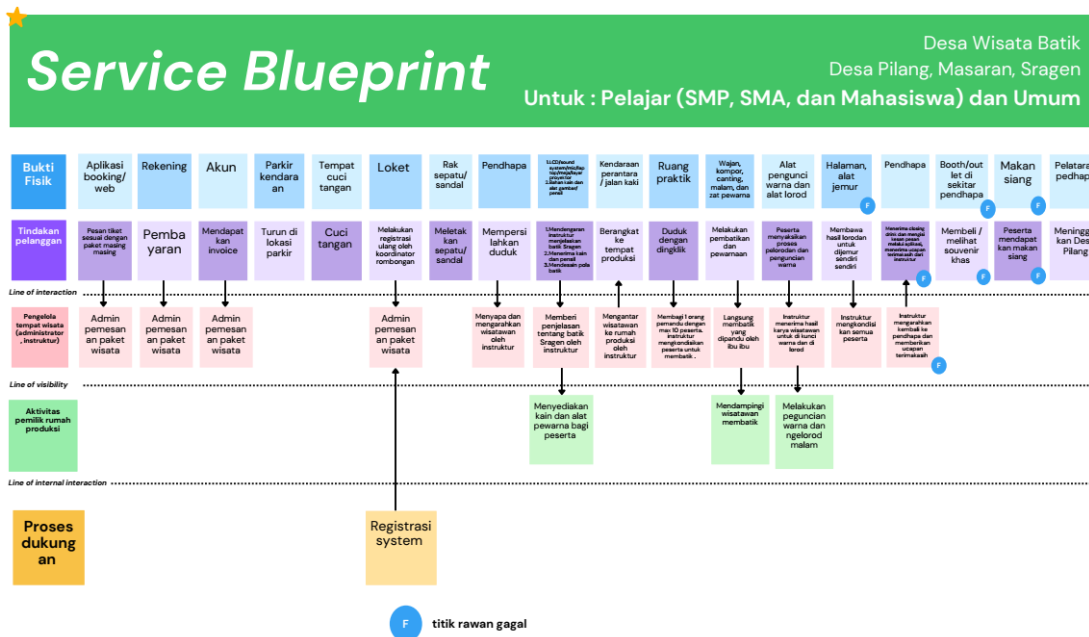
1. *Physical Evidence*, terkait hal-hal yang dapat ditangkap oleh panca indera konsumen pada saat kedatangan untuk mendapatkan layanan jasa, seperti aplikasi, rekening, akun, ruang parker, tempat cuci tangan, loket, rak

sepatu, pendapa dan pelatarannya, LCD, peralatan membuat, halaman jemur dan alat jemur

2. *Customer action* atau tindakan pelanggan, berupa aktivitas yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan layanan jasa. Mereka berhubungan langsung dengan instruktur.
3. *On stage contact employee action*, merupakan pengelola tempat wisata (administrator, instruktur),

- adalah aktivitasnya dalam proses pelayanan atau pemenuhan kebutuhan pelanggan, dimana fase ini tercipta *moment* yang paling menentukan kepuasan pelanggan
4. *Backstage contact employee action*, yaitu aktivitas pemilik rumah

- produksi, yang berperan dalam memberikan dukungan pada terselenggaranya edukasi batik.
5. *Support processes*, yang berupa registrasi sistem, adalah proses yang mendukung upaya memenuhi kebutuhan pelanggan.



Gambar 5. Service blueprint untuk segmen pelajar (SMP, SMA, dan mahasiswa) dan umum

Pada Gambar 5. terdapat paket wisata untuk pelajar (SMP, SMA, Mahasiswa) dan umum berbeda pada proses pembatikan yang diawali dengan pembuatan pola, memberi dengan pembuatan pola, memberi selesai pewarnaan, peserta mengumpulkan kain kepada pengrajin batik untuk dapat dilakukan penglorodan malam, peserta hanya dapat melihat selama proses lorod berlangsung. Kain yang telah selesai dilorod kemudian diberikan kembali kepada peserta untuk dijemur.

Kegiatan penjemuran ini diidentifikasi sebagai titik rawan gagal (F warna biru dalam *service blueprint*), karena keterbatasan waktu kunjungan, terkadang mereka tidak sempat

menjemur. Solusi yang diberikan adalah dengan memberi media pengering berupa hanger dan capit kayu. Ketika proses penjemuran telah selesai, peserta diarahkan kembali ke pendhapa untuk menerima *closing drink* dan memberikan kritik saran atau kesan pesan. Kegiatan ini juga diidentifikasi rawan gagal, sehingga diberi tanda F berwarna biru. Kegiatan selanjutnya adalah melihat-lihat *souvenir* pada booth yang telah tersedia di pendhapa. Kegiatan ini juga diidentifikasi sebagai titik rawan gagal, karena keterbatasan waktu pengunjung. Sehingga, solusinya adalah dengan memberikan *souvenir* khusus yang menjadi bagian dari paket wisata serta diberikan pada saat

registrasi ulang di awal kedatangan. Kegiatan berikutnya adalah makan siang. Kegiatan ini juga diidentifikasi sebagai titik rawan gagal, dikarenakan wisatawan tidak memiliki cukup waktu, maka solusi yang diberikan adalah pemberian makanan kecil yang diserahkan langsung ke dalam transportasi.

Alur kegiatan tersebut disusun dalam bentuk gambar agar dapat mudah dibaca dan dipahami. Gambar alur menampilkan pelayanan dari sebelum kedatangan hingga meninggalkan lokasi wisata. Gambar alur ini menjadi pedoman BUMDes dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan sehingga aktivitas yang dilakukan dapat terkoordinir dan terstruktur.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan tindakan, maka diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa peserta mampu melakukan identifikasi alur proses layanan wisata, identifikasi titik rawan gagal pada pelayanan, dan pembuatan diagram. Semua digunakan untuk menyusun *service blueprint* pelayanan wisata edukasi. Dua *service blueprint* dari dua paket berbeda pada pelayanan edukasi batik. Paket wisata TK dan SD pelajar langsung memberi warna pada selembar kain yang telah diberi gambar motif batik. Adapun paket wisata SMP hingga umum melakukan edukasi batik dari membuat desain batik pada selembar kain, bencanting/memberi malam, mewarna. Tersusunnya dua *service blueprint* pelayanan wisata edukasi, menjadi pedoman bagi BUMDes Pilang "Berdikari" untuk

melaksanakan pelayanan wisata edukasi batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, G., Arifin, R. W. D., Kusumastuti, D., Karamy, S., & Amanda, A. (2020). Museum service value blueprint: an enhanced view on visitor experience. *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(2), 87-93. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i2.13>
- Asmoro, A. Y., Aly, M. N., & Pratama, H. F. (2020). Identifikasi service blueprint di Desa Wisata Kebontunggul (Lembah Mbencirang), Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 158-169. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1549>
- Bariqi, M. D. (2018). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia info. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 64-69. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6654>
- Cholidiyah, N., & Mulyawisdawati, R. A. (2018). Perilaku produsen menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx Nurul. *Jurnal Ekonomi Islam: Laa Maisyir*, 5(2), 68-88. <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v5i2.6995>
- Dewi, L. T., Chinh, N. T., & Kerviona, K. (2022). Service blueprinting to enhance restaurant's service process. *International Journal of Industrial Engineering and Engineering Management*, 4(1),

- 123–128.
<https://doi.org/10.24002/ijieem.v4i1.5506>
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service management: Operations, strategy, information technology*. Decision Sciences. McGraw-Hill.
<https://doi.org/10.1111/j.0011-7315.2004.35031.x>
- Hayu, R. S. (2014). The influence of satisfaction, trust and price of consumer loyalty on green product (case in Kandang Village Society of Bengkulu City, which have been using energy saving lighting products). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 30–44.
<https://doi.org/10.33369/insight.9.1.30-44>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). Indeks.
- Kusuma, I. R. W. (2018). Service blueprint sebagai sarana penunjang loyalitas customer. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 28–32.
https://doi.org/10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v2i1.36
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy, 8th edition* (8 ed.). World Scientific Publishing Co. Inc.
- Mujab, S., Suhendra, A., & Aurachman, R. (2017). Perancangan service blueprint layanan jasa pabrik genteng “rhm Sokka” menggunakan metode service quality dan kano. *eProceedings of Engineering*, 4(3), 4344–4352.
<http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/5372>
- Ota, R., Ray, S. S., & Chandra, A. (2020). A case study on service blueparinting in travel and tourism sector: a special reference to the palace on wheels. *Journal Science, Rechnology, and Development*, 9(9), 675–682.
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). *Social mapping: Metode pemetaan sosial*. Rekayasa Sains.
- Sakuntalawati, L. R. D., Susantiningrum, Yudhistira, B., & Akbarini, N. R. (2021). *Program kerja BUMDes Pilang Berdikari “Desa Wisata Batik Pilang.”* Pusat Pengembangan Kewirausahaan Universitas Sebelas Maret (PPKwu UNS).
- Stickdron, M., & Schneider, J. (2011). *This is service design thinking*. John Wiley and Sons, Inc.
- Suprayekti, & Septyara Dwi, A. (2017). Pelaksanaan program workshop "belajar efektif" untuk orang tua. *Jurnal Ilmiah Visi PGTK dan DIKMAS*, 12(2), 129–136.
<https://media.neliti.com/media/publications/259992-pelaksanaan-program-workshop-belajar-efee164e193.pdf>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Gramedia Cawang.
- Tjokrowinoto, M. (2012). *Pembangunan dilema dan tantangan*. Pustaka Pelajar.

- Triharyanto, E, Devi, L. V. R., & Susantiningrum. (2014). *Model pendampingan UMKM berbasis "integrated farming system."* Pusat Pengembangan Kewirausahaan. LPPM UNS.
- Utami, A. R., & Farida. (2020). Kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas wisatawan pengguna perahu motor kayu ke Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(April), 1-8. <https://proceeding.unindra.ac.id/index.php/dispanas2018/article/view/28>
- Warkkoka, M. (2018). *Teknik memandu wisata: Transfer-in, city tour, dan transfer-out.* Politeknik Negerii Manado.
- Zamzam, M., Wulandari, S., & Tripiawan, W. (2017). Perancangan service blue print pada hotel xyz dengan menggunakan integrasi service quality dan model kano. *eProceedings of Engineering*, 4(3), 4300-4307. <http://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/5353>