
MENGOPTIMALKAN EFISIENSI OPERASIONAL DAN KEPUASAN PELANGGAN: PERANCANGAN *SERVICE BLUEPRINT* PADA *STARTUP DIGITAL PRINTING*

Ika Anggrainy Wibowo¹, Kristina Sisilia², Agus Maolana Hidayat³

¹ Universitas Telkom, Sukapura, Bandung, 40257, Indonesia

² Universitas Telkom, Ujung Berung, Bandung, 40618, Indonesia

³ Universitas Telkom, Jl. Sayuran, Bandung, 40239, Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima, 27/12/2023

Diperbaiki, 19/01/2024

Disetujui, 22/01/2024

Tersedia daring, 29/01/2024

Keywords:

Customer Satisfaction; Digital Printing Startup; Efficiency; Operational Processes; Service Blueprint.

Kata Kunci:

Effisiensi; Kepuasan Pelanggan; Proses Operasional; Startup Percetakan Digital; Service Blueprint.

DOI:

<https://doi.org/10.29313/performa.v20i2.3290>

ABSTRACT

This research focuses on digital printing startups and the importance of service blueprints in improving operational efficiency and customer satisfaction. The research method is qualitative with a descriptive approach, involving ten consumers of a newly established digital printing startup that is still in the development process in the Bojongsoang area, Bandung, West Java. The results show that consumers are satisfied with the services provided, but there are some failure points that need to be improved. The ordering process is considered fast and simple, but there is still a need to improve the clarity of information about products and prices. Product quality, delivery process, and customer service are also the focus of this research. A service blueprint design was conducted to improve operational efficiency and customer satisfaction by adding features to the web application and offline store, as well as improvements to admin responses and social media content. The results of the study suggested improving the completeness of information, responsive customer service, product design services, and providing an offline store in the future. Thus, this study aims to design an optimal service blueprint for digital printing startups to improve operational efficiency and provide a satisfying customer experience.

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada *startup* percetakan digital dan pentingnya *service blueprint* dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Metode penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan sepuluh konsumen *startup* percetakan digital yang baru berdiri dan masih dalam proses pengembangan usaha di daerah Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun ada beberapa titik kegagalan yang perlu diperbaiki. Proses pemesanan dianggap cepat dan sederhana, tetapi masih perlu peningkatan kejelasan informasi tentang produk dan harga. Kualitas produk, proses pengiriman, dan layanan pelanggan juga menjadi fokus dalam penelitian ini. Perancangan *service blueprint* dilakukan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen dengan menambah fitur-fitur pada aplikasi

web dan toko offline, serta perbaikan pada respons admin dan konten media sosial. Hasil penelitian menyarankan peningkatan kelengkapan informasi, layanan pelanggan yang responsif, layanan desain produk, dan menyediakan toko offline di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk merancang cetak biru layanan yang optimal bagi *startup* percetakan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

© 2023 JMB. All rights reserved

ikawibowo@student.telkomuniversity.ac.id¹, kristina@telkomuniversity.ac.id², agusmh@telkomuniversity.ac.id³

PENDAHULUAN

Industri percetakan digital mengalami perkembangan pesat seiring dengan transformasi teknologi yang terus berkembang. Dalam konteks ini, *startup* percetakan digital berperan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat akan layanan percetakan yang cepat, efisien, dan berkualitas. Statistik menunjukkan bahwa pada tahun 2021, pasar Percetakan Komersial Global bernilai \$ 433,79 miliar. Pada akhir tahun 2027, diperkirakan bernilai \$484,22 miliar, dengan CAGR sekitar 1,74% pada tahun 2022-2027 (Kikie, 2021). Selain itu, percetakan digital, tumbuh rata-rata 10% per tahun 70% perusahaan menggunakan kampanye surat langsung, dan efisiensi teknologi meningkatkan margin keuntungan lebih dari 20% dalam 5 tahun terakhir. Lima tahun dari tahun 2021, pasar percetakan diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang luar biasa (Kikie 2021).

Namun, terlepas dari potensi pertumbuhan yang menjanjikan, banyak perusahaan rintisan percetakan digital menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan operasi mereka dan menjaga kepuasan pelanggan (W. H. Young et al., 2020). *Service blueprint* adalah alat yang telah terbukti untuk merancang dan mengelola proses operasional dengan fokus pada pengalaman pelanggan. Dalam cetak biru layanan, terdapat visualisasi proses hubungan dari perspektif pelanggan, penyedia layanan, dan pihak-pihak lain yang terlibat (Torres, 2017). Konsep ini memungkinkan perusahaan untuk memahami secara komprehensif setiap tahapan dalam proses layanan, mengidentifikasi titik kontak dengan pelanggan, dan mengintegrasikan elemen teknologi dan personel untuk meningkatkan efisiensi. Fenomena ini memunculkan kebutuhan untuk mengidentifikasi titik-titik kegagalan atau hambatan dalam proses layanan, yang dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, merancang cetak biru layanan atau *service blueprint* untuk *startup* percetakan digital relevan sebagai langkah strategis untuk mendesain ulang proses layanan dengan fokus pada pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang cetak biru layanan yang optimal bagi *startup* percetakan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Dengan menggali potensi dan tantangan yang dihadapi oleh *startup* percetakan digital, serta mengidentifikasi strategi operasional yang tepat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan pertumbuhan industri percetakan di era digital.

LANDASAN TEORI

Start-up adalah bisnis yang berfokus pada pertumbuhan dan berusaha mengembangkan produk atau layanan baru dalam kondisi ketidakpastian tinggi. Ciri khas *start-up* meliputi tingginya ketidakpastian pasar, keterbatasan modal, dan ketergantungan pada teknologi informasi (Andrew, 2022). Karakteristik ini membuat *start-up* rentan terhadap risiko kegagalan. Upaya strategis diperlukan untuk mengarahkan pengembangan bisnis *start-up*. Sebelas faktor, seperti sinergi, produk, proses, manajemen inovasi, dan lainnya, memengaruhi kesuksesan start-up (Hardiansyah and Tricahyono, 2019). Percetakan digital, atau digital printing, adalah metode percetakan yang menggunakan teknologi digital dengan keunggulan dalam penerapan teknik digital, format warna CMYK, dan tanpa menggunakan plate sebagai perantara. Digital printing, sebagai teknologi terkini dalam dunia percetakan, menawarkan keunggulan, termasuk kemampuan menghasilkan cetakan berkualitas tinggi jika dibandingkan dengan metode konvensional yang menggunakan mesin cetak.

Zeithaml & Bitner (2003) dalam (Mujab et al. 2017) menyatakan bahwa *service blueprint* adalah sebuah peta akurat yang menggambarkan sistem layanan sedemikian rupa sehingga setiap individu yang

terlibat dalam memberikan layanan dapat memahami dan melaksanakannya secara objektif, terlepas dari peran atau perspektif masing-masing. *Service blueprint* dapat diartikan sebagai metode yang digunakan dalam proses layanan dan sekaligus menggambarkan layanan serta pihak-pihak yang terlibat didalamnya baik konsumen maupun produsen (Susanto and Wurjaningrum, 2019). Ketika merancang suatu *service blueprint*, organisasi harus menggunakan perspektif sebagai pelanggan, sehingga urutan-urutan proses yang terekam mencerminkan tahap-tahap yang dilalui oleh pelanggan dalam mendapatkan layanan jasa yang diinginkan. Setiap tahap mencakup aspek *visible* dan *invisible* penyampaian jasa kepada pelanggan.

Menurut Lovelock, Christopher, Wirtz, & Mussry (2011) dalam (Dhiyaulhaq et.al., 2017) terdapat lima komponen dari *service blueprint*, yaitu; *physical evidence, customer actions, onstage contact employee actions, backstage contact employee actions, dan support processes*. Dimana kelima wilayah tersebut dipisahkan oleh tiga garis yaitu, garis interaksi, garis batas pandang, dan garis interaksi internal.

Schiffman dan Kanuk dalam (Indrasari, 2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mencakup perasaan seseorang terhadap kinerja produk yang dirasakannya dan diharapkannya. Menurut Lovelock, kepuasan adalah suatu kondisi emosional, dan reaksi pasca pembelian pelanggan dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kekecewaan, netralitas, kebahagiaan, atau kepuasan. Tidak heran bahwa perusahaan sangat memperhatikan kepuasan pelanggan, karena hal ini memiliki hubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas (Indrasari, 2019).

Efisiensi merupakan target yang harus dikejar oleh setiap perusahaan. Efisiensi menjadi krusial dalam operasional suatu bisnis untuk memastikan kelancaran kegiatan perusahaan. Perusahaan yang mencapai tingkat efisiensi tinggi menunjukkan kemampuan mereka dalam menyelesaikan setiap tugas sesuai dengan target yang telah ditetapkan (Bakhitah and Nafik, 2019). Kriteria efisiensi dalam penelitian ini berkaitan dengan seberapa baik hasil yang dicapai dengan keterbatasan sumber daya dalam *startup*.

Menurut Hariadi (2007) dalam (Ardianto and Kaseng, 2021), Manajemen strategi merupakan sejumlah aktivitas yang disusun secara sistematis guna merumuskan, menjalankan serta mengevaluasi strategi dalam rangka menyiapkan hasil yang terbaik bagi konsumen. Formulasi strategi mengarahkan para eksekutif dalam mendefinisikan dimana perusahaan mereka berada, tujuan yang akan dicapai serta sarana untuk mencapainya (Ardianto and Kaseng, 2021). Manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang dan berorientasi pada tujuan yang akan dicapai (John. & Richard, 2014).

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, bertujuan untuk menginterpretasi fenomena dalam suatu konteks alami. Objek penelitian adalah *startup* percetakan digital di daerah Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat dengan subjek konsumen dan pelanggan produk percetakan digital di daerah Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat, dengan penekanan pada desain *service blueprint* untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Metode pengambilan sampel informan adalah purposive sampling dengan kriteria konsumen dan pelanggan produk percetakan digital di daerah Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat. Menurut Saunders (2012), persyaratan untuk wawancara mendalam berkisar antara 5 hingga 25 sampel dalam (Fatmawati et al., 2021). Penentuan informan dalam penelitian ini didasari dengan kriteria konsumen dan pelanggan yang pernah membeli dengan minimal pembelian dua kali produk percetakan di *startup* percetakan digital, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin dan seakurat mungkin. Sepuluh informan didapatkan karena *startup* percetakan digital ini baru berdiri dan masih dalam proses pengembangan usaha sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak sepuluh informan yang sesuai dengan kriteria.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data mengikuti model analisis lapangan Miles dan Huberman, melibatkan reduksi data, presentasi data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Validitas data dijaga dengan teknik *checking* dan deskripsi yang mendetail.

HASIL

Proses pengumpulan data dari para informan akan dijelaskan pada bagian berikut. Tanggapan dari para informan dikelompokkan oleh peneliti agar lebih mudah untuk dibaca dan ditarik kesimpulannya. Berikut ini adalah analisis data dari Tabel 1 yang menampilkan hasil wawancara yang telah dilakukan.

Tabel 1. Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Berdasarkan pengalaman Anda, bagaimana proses pemesanan produk di <i>startup</i> percetakan digital?	Prosesnya cepat, tidak rumit, sederhana, dan mudah dilakukan.
2.	Bagaimana dengan kejelasan informasi tentang produk dan harga?	Sudah cukup jelas, tapi mungkin bisa ditambahkan katalog produk dan daftar harga agar lebih lengkap dan jelas.
3.	Apakah Anda puas dengan kualitas produk yang diterima?	Sangat puas, dari segi warna, bahan, dan kejelasan hasil cetakan.
4.	Bagaimana dengan proses pengiriman atau pengambilan produk? Apakah tepat waktu dan aman?	Sangat cepat dan aman, dapat dikirim dan atau diselesaikan dalam waktu 1x24 jam.
5.	Apakah layanan pelanggan responsif terhadap pertanyaan atau masalah yang mungkin Anda hadapi?	Cukup responsif, hanya saja terkadang <i>customer service</i> lambat dalam merespon.
6.	Bagaimana tanggapan Anda terhadap kehadiran <i>startup</i> percetakan digital di platform media sosial seperti Instagram (IG) dan WhatsApp Business?	Membantu konsumen menjangkau produk <i>startup</i> percetakan digital dan memudahkan transaksi.
7.	Apakah deskripsi produk di media sosial memberikan informasi yang jelas dan memadai?	Kurang jelas karena belum dilengkapi dengan katalog produk dan daftar harga.
8.	Apakah ada preferensi atau harapan khusus yang Anda miliki terkait bukti fisik dari layanan percetakan?	Aplikasi web dan toko offline.
9.	Menurut Anda, apa kelebihan dari layanan <i>startup</i> percetakan digital?	Proses yang cepat dan mudah, pengiriman yang cepat, dan kualitas produk atau hasil yang bagus.
10.	Apakah ada area tertentu yang menurut Anda perlu ditingkatkan dalam layanan <i>startup</i> percetakan digital?	Konten IG atau media sosial harus dilengkapi dengan konten penjualan, katalog produk, dan harga. Selain itu, sediakan juga layanan desain.
11.	Sejauh ini, apakah Anda pernah menemui kendala atau hambatan selama proses pemesanan produk di <i>startup</i> percetakan digital?	Hambatan untuk menjangkau informasi yang tidak tersedia di media sosial dan tidak adanya layanan desain.
12.	Bagaimana pendapat Anda mengenai estimasi waktu pengiriman yang diberikan oleh <i>startup</i> percetakan digital? Apakah sesuai dengan kenyataan?	Pengiriman produk sesuai dengan perjanjian di awal pembelian
13.	Sejauh ini, apakah Anda puas dengan layanan yang diberikan?	Sangat puas, kualitas produk, layanan pelanggan yang baik, dan proses yang cepat.
14.	Apakah Anda memiliki saran atau rekomendasi untuk meningkatkan proses pemesanan produk percetakan di <i>startup</i> percetakan digital?	Platform digital seperti aplikasi web dan jasa desain produk.
15.	Jika sebuah <i>startup</i> percetakan digital memiliki Web App dan toko offline, apakah ada fitur khusus di platform online printing yang Anda harapkan atau Anda rasakan sangat membantu dalam proses pemesanan produk?	Untuk aplikasi web, sediakan fitur katalog produk, <i>pricelist</i> , fitur pengiriman, fitur chat dengan admin, fitur review pembelian sebelumnya, fitur pengiriman dan pembayaran yang fleksibel, fitur lacak kurir, fitur

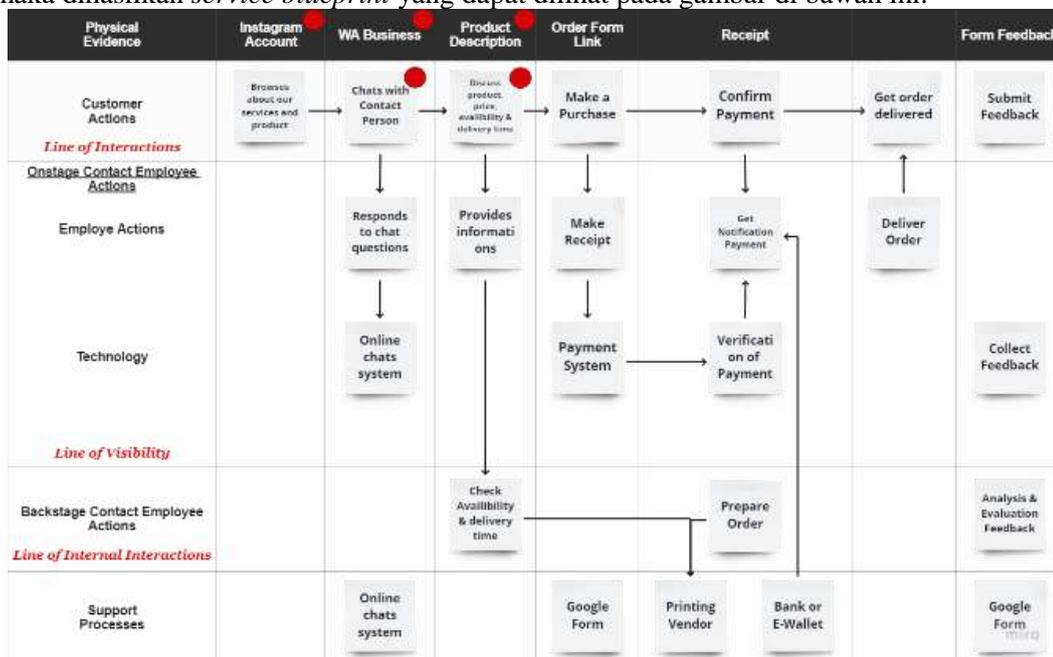
total harga, dan fitur-fitur pendukung lainnya. Sedangkan toko offline pilihlah lokasi yang strategis, area parkir yang luas, sampel produk, jasa desain, serta tempat yang nyaman dan aman.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen dan pelanggan yang pernah bertransaksi di *startup* percetakan digital di daerah Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat, merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dari segi kecepatan dan ketepatan pengiriman, harga produk, kualitas produk yang tajam dan sesuai pesanan. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa konsumen dan pelanggan merasa tidak puas dengan respon admin yang lambat, konten Instagram yang dinilai kurang lengkap karena tidak ada katalog produk dan *pricelist*, serta tidak tersedianya jasa desain. Maka dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi apa saja yang dapat menjadi poin untuk merancang *service blueprint* dan mengidentifikasi poin-poin kegagalan pada *service blueprint* yang sudah ada untuk dilakukan perbaikan lebih lanjut.

Perancangan Service Blueprint

Service Blueprint berbentuk diagram alir yang lebih rinci, yang memungkinkan untuk mendesain dan mendesain ulang proses layanan yang menjelaskan interaksi antara pelanggan dan karyawan yang menyajikan solusi berdasarkan layanan yang diberikan yang didukung dalam penelitian (Dinata, 2022). Selain itu, cetak biru layanan juga menjelaskan bagaimana aktivitas di depan layar dan di belakang layar. Dengan menekankan hubungan antara peran karyawan, proses operasional, teknologi informasi, dan interaksi pelanggan.

Service blueprint juga merupakan kesempatan bagi para pemimpin untuk mengidentifikasi titik-titik kegagalan potensial dalam proses (Liang et al., 2013). Titik kegagalan merupakan titik dimana terdapat risiko tinggi terjadinya kesalahan yang dapat menurunkan kualitas layanan. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen dan pelanggan *startup* percetakan digital terkait layanan atau *service blueprint* pada jasa percetakan, maka dihasilkan *service blueprint* yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Rancangan *Service Blueprint*

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa terdapat interaksi di setiap aktivitas antara pelanggan dengan karyawan dan proses pembantu lainnya. Selain itu, dapat dilihat juga aktivitas yang memiliki titik kegagalan berdasarkan hasil wawancara yang perlu diperhatikan untuk perbaikan lebih lanjut. Aktivitas yang memiliki titik kegagalan adalah "Discuss product, price, availability & delivery time" mengenai tidak tersedianya layanan desain, detail produk atau katalog, dan *pricelist* serta aktivitas "Chats

with Contact Person" dimana pelanggan merasa contact person kurang responsif. Selain itu, seperti pada penelitian (admin and Kusuma, 2020), terdapat titik kegagalan pada komponen bukti fisik yaitu pada "Akun Instagram", "WA Bisnis", dan "Deskripsi Produk" dimana konten yang tersedia kurang lengkap, serta tidak terdapat detail produk dan daftar harga.

Berikut ini adalah upaya perbaikan yang dilakukan *startup* percetakan digital pada beberapa titik kegagalan yang terjadi, antara lain:

a. *Physical Evidence*

- 1) *Instagram Account*, perbaikan dilakukan dengan menambahkan konten terkait promo, detail produk, dan harga. Membuat *highlight* yang berisi katalog dan pricelist produk, proses cetak, testimoni konsumen, dan produk jadi.
- 2) *WA Business*, perbaikan dilakukan dengan lebih responsif, dan menyesuaikan pengaturan fitur yang tersedia di *WA Business* dengan menambahkan detail produk dan harga.
- 3) *Product Description*, perbaikan dilakukan dengan membuat katalog produk dan daftar harga dan mengunggahnya ke media sosial *startup* percetakan digital.

b. *Customer Actions*

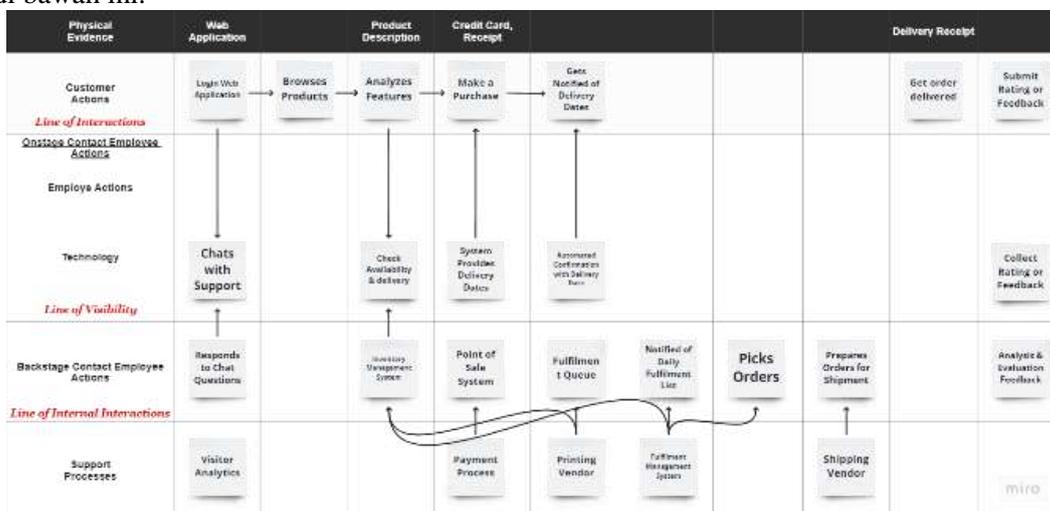
- 1) *Discuss Product*, harga, ketersediaan & waktu pengiriman, pada bagian ini akan dilakukan perbaikan berupa penyediaan katalog dan harga produk serta jasa desain oleh tim *startup* percetakan digital dengan mempekerjakan tenaga ahli desain.
- 2) *Chats with Contact Person*, pada bagian ini akan dilakukan perbaikan berupa admin atau contact person akan lebih responsif dengan memanfaatkan teknologi seperti chatbot atau sistem customer service berbasis AI untuk memberikan respon otomatis atau bantuan awal kepada konsumen, dan menetapkan standar waktu respon yang realistis pada media sosial *startup* percetakan digital.

PEMBAHASAN

Redesign Service Blueprint

Dalam konteks *startup* percetakan digital, di mana persaingan semakin sengit, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan melakukan perbaikan pada layanan atau perancangan ulang *service blueprint* sama halnya dengan penelitian terdahulu (Leila, 2023). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih mulus mulai dari tahap pemesanan hingga pengiriman produk, yang didukung oleh penelitian sebelumnya (Bakhitah dan Nafik, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa sebagian besar konsumen dan pelanggan menginginkan adanya Aplikasi Web untuk mempermudah pemesanan dengan fitur-fitur pendukung seperti; fitur pengiriman, katalog dan daftar harga produk, pelacakan kurir, pembayaran yang fleksibel dan fitur untuk melihat review pembeli sebelumnya sehingga dihasilkan sebuah blueprint layanan seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Perbaikan *Service Blueprint*

Berdasarkan cetak biru layanan di atas dilakukan perancangan ulang dari rancangan sebelumnya, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Physical Evidence*, pada bagian ini telah terjadi perubahan dari yang semula berupa Akun Instagram dan WA Bisnis menjadi Aplikasi Web. Dimana pada aplikasi web dilengkapi dengan fitur-fitur pendukung antara lain fitur katalog produk, pricelist, fitur pesan antar, fitur chat dengan admin, fitur review pembelian sebelumnya, fitur pengiriman dan pembayaran yang fleksibel, fitur pelacakan kurir, fitur total harga, dan fitur-fitur pendukung lainnya. Perubahan ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen dan pelanggan *startup* percetakan digital.
- b. *Customer Actions*, pada bagian tersebut terdapat perubahan dari yang awalnya konsumen dan pelanggan memesan produk digital printing melalui Instagram dan WA Bisnis menjadi mereka dapat memesan langsung melalui web aplikasi *startup* percetakan digital dengan cara login pada web aplikasi *startup* percetakan digital dan mencari produk dengan fitur-fitur yang tersedia pada web aplikasi *startup* percetakan digital dan dapat berinteraksi dengan admin jika ada yang ingin ditanyakan.
- c. *Onstage Contact Employee Actions*, pada bagian ini terjadi perubahan dari yang awalnya konsumen dan pelanggan berinteraksi langsung dengan contact person menjadi berinteraksi langsung dengan teknologi aplikasi web dimana teknologi akan menerima pertanyaan, mengecek persediaan dan pengiriman, memberikan tanggal pengiriman secara sistem, memberikan notifikasi tanggal pengiriman dan mengakomodasi umpan balik dari konsumen dan pelanggan.
- d. *Backstage Contact Employee Actions*, pada bagian ini terdapat perubahan dimana bagian *backstage* akan merespon pertanyaan, menyediakan sistem pengelolaan *inventory*, POS, antrian pesanan, menerima notifikasi penyelesaian pesanan setiap hari, mengambil dan menyiapkan pesanan, serta menganalisa dan mengevaluasi *feedback* yang sudah terkumpul.
- e. *Support process*, bagian ini bertugas untuk membantu dan mendukung proses atau aktivitas pada bagian karyawan *backstage contact person* yang memberikan dukungan berupa analisa pengunjung, proses pembayaran, vendor percetakan, *fulfillment management system*, dan vendor pengiriman.

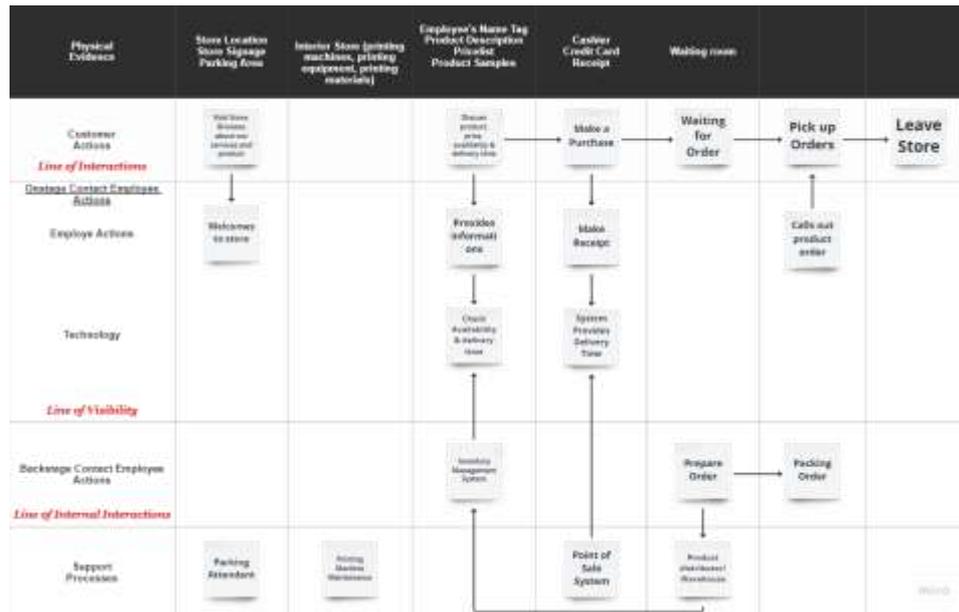
Perancangan Service Blueprint Offline

Merancang cetak biru layanan atau *service blueprint* toko offline merupakan langkah penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional serta memberikan layanan yang memuaskan bagi konsumen dalam *startup* percetakan digital. Keandalan operasional menjadi faktor kunci untuk menjamin kelancaran aktivitas perusahaan, dan efisiensi operasional menjadi landasan untuk mencapai tujuan tersebut yang didukung oleh penelitian terdahulu (Raldianingrat, 2014). Dalam konteks ini, toko offline dapat menjadi salah satu jalur distribusi yang memungkinkan konsumen untuk secara langsung melihat dan memilih produk cetak yang mereka butuhkan. Penerapan *service blueprint* bertujuan untuk memfokuskan pada kepentingan pelanggan dan penyedia layanan, termasuk aspek seperti kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sesuai dengan penelitian terdahulu (Anugrah et al., 2020).

Dalam merancang cetak biru layanan toko offline, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain tata letak toko yang memudahkan konsumen dalam mencari produk, ketersediaan staf yang dapat memberikan bantuan dan informasi kepada konsumen, proses pemesanan dan pembayaran di toko, dan integrasi antara toko offline dengan sistem lain seperti sistem pembayaran, manajemen inventori dan platform digital seperti aplikasi web.

Selain itu, layanan khusus seperti layanan desain produk, mesin cetak, dan produk jadi yang dapat dilihat langsung oleh konsumen, serta kemungkinan adanya workshop atau event promosi di toko offline juga perlu dipertimbangkan dalam merancang cetak biru layanan untuk toko offline. Dengan demikian, toko offline dapat menjadi salah satu elemen penting dalam memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen dan meningkatkan efektivitas operasional *startup* percetakan digital.

Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil wawancara, ditemukan bahwa dibutuhkan sebuah toko offline untuk meningkatkan pelayanan dan penjualan *startup* percetakan digital ke depannya. Maka peneliti dan tim *startup* percetakan digital melakukan *brainstorming* untuk merancang blueprint layanan toko offline.



Gambar 3. Service Blueprint Offline

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *startup* percetakan digital di daerah Bojongsong, Bandung, Jawa Barat telah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti peningkatan kelengkapan informasi, layanan pelanggan yang lebih responsif, dan penyediaan toko offline di masa depan. Oleh karena itu, perancangan *service blueprint* diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *startup* percetakan digital perlu terus melakukan inovasi dan perbaikan untuk memastikan pelayanan yang optimal bagi konsumen serta meningkatkan daya saing di pasar percetakan digital.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1. Kelengkapan informasi: menyediakan katalog produk dan daftar harga yang lengkap pada aplikasi web dan platform media sosial untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan yang tepat.
2. Layanan pelanggan yang responsif: meningkatkan daya tanggap layanan pelanggan untuk mengatasi masalah lambatnya respon dan memastikan pertanyaan pelanggan segera ditanggapi baik dengan bantuan teknologi maupun tidak.
3. Layanan desain produk: menawarkan dan memberikan layanan desain untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang membutuhkan bantuan dalam mendesain produk mereka.
4. Efisiensi operasional: mengoptimalkan cetak biru layanan untuk meningkatkan efisiensi dan memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan dengan membuat atau menyediakan aplikasi web *startup* percetakan digital.
5. Menyediakan toko offline di masa depan untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
6. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan metode lain untuk memberikan rekomendasi perbaikan yang lebih sesuai dengan keinginan pelanggan dan menambahkan teknik analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- admin, admin, and Irawinne Kusuma. 2020. "Service Blueprint Sebagai Sarana Penunjang Loyalitas Customer." *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel* 3(1):28–32. doi: 10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v2i1.36.
- Andrew. 2022. *Pengertian Bisnis Startup: Karakteristik, Peluang, Tips, Dan Contoh*.

- Anugrah, Gita, Rifi Wijayanti, Dual Arifin, Diah Kusumastuti, and Selma Karamy. 2020. “Cetak Biru Nilai Pelayanan Museum: Pandangan Yang Lebih Baik Terhadap Pengalaman Pengunjung.” 2152:87–93. doi: <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i1.13>.
- Ardianto, Heni, and Saharuddin Kaseng. 2021. “Pengaruh Strategi Operasional Terhadap Daya Saing Industri Rotan Di Kota Palu.” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 7(2):162–71. doi: 10.22487/jimut.v7i2.234.
- Bakhitah, Qonitah, and Muhammad Nafik. 2019. “Efisiensi Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan (Studi Kasus: Bmt Ugt Sidogiri Cabang Lumajang) 1.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 6(6):1287–1303.
- Dhiyaulhaq, M. Yazid et. a. 2017. “Perancangan Service Blueprint Layanan Jasa Ekspedisi Barang PT. XYZ Dengan Menggunakan Integrasi Service Quality Dan Model Kano.”
- Dinata, Egi Putra. 2022. “Perancangan Mitigasi Risiko Dalam Penerapan Service Blueprint Terhadap Proses Bisnis B2C Dengan Pendekatan House Of Risk (Studi Kasus PT. Lumintu Logic Indonesia).”
- Fatmawati, Indah, Sabila Ayu Bestari, and Rokhima Rostiani. 2021. “Key Success Factors’ Identification of Farm Tourism: A Case from Indonesia” edited by Juwaidah, P. Saiyut, M. M. Tjale, and Z. Rozaki. *E3S Web of Conferences* 232:02020. doi: 10.1051/e3sconf/202123202020.
- Hardiansyah, Rudi, and Dodie Tricahyono. 2019. “Jurnal Ekonomi Identifikasi Faktor-Faktor Kesuksesan Start Up Digital Di Kota Bandung.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 27:134–45.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kikie. 2021. “Perubahan Tren Pencetakan Komersial Tahun 2021.” Retrieved (<https://indonesiaprintmedia.com/fokus-berita/899-perubahan-tren-pencetakan-komersial-tahun-2021.html>).
- Leila, Sundell. 2023. “Pengembangan Operasi Layanan Penjualan Dengan Bantuan a Cetak Biru Layanan.”
- Liang, Ting-Peng, Yu-Wen Wang, and Ping-Ju Wu. 2013. “A System for Service Blueprint Design.” Pp. 252–53 in *2013 Fifth International Conference on Service Science and Innovation*. IEEE.
- Mujab, Syaeful, Rio Aurachman, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Service Blueprint, and Service Quality. 2017. “Perancangan Service Blueprint Layanan Jasa Pabrik Genteng ‘ Rhm Sokka ’ Menggunakan Metode Service Quality Dan Kano Designing the Service Blueprint ‘ Rhm Sokka ’ Tile Factory Using Service Quality and Kano Method.” 4(3):4344–52.
- Raldianingrat, Welis, and . Wuryanti. 2014. “UPAYA PENINGKATAN KINEJA INDUSTRI KREATIF KERAJINAN MELALUI PEOPLE EQUITY DAN STRATEGI INOVASI DI KABUPATEN KONAWE.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 15(2):102. doi: 10.30659/ekobis.15.2.102-112.
- Susanto, Bagus Pratama, and Febriana Wurjaningrum. 2019. “Service Blueprint and Quality Function Deployment in Designing Service Quality Improvement in Hospital.” *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 9(8):287–99.
- W. H. Young, Scott, Sara Mannheimer, Doralyn Rossmann, David Swedman, and Justin D. Shanks. 2020. “Service Blueprinting: A Method for Assessing Library Technologies within an Interconnected Service Ecosystem.” *Public Library Quarterly* 39(3):190–211. doi: 10.1080/01616846.2019.1637222.