

Manajemen Kualitas Layanan Usaha Mikro pada Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi

Ahmad Azkal Azkiya¹

¹Universitas KH. Mukhtar Syafaat

Ponpes Darussalam Blokagung-Karangdoro-Tegalsari Banyuwangi

082289309300

e-mail : azkal@iaida.ac.id

Mahya Aliya²

²Universitas KH. Mukhtar Syafaat

Ponpes Darussalam Blokagung-Karangdoro-Tegalsari Banyuwangi

085139074309

e-mail : mhrbtndl@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze service quality management in micro-enterprises at the Gajah Oling Batik Center in Banyuwangi using a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, participatory observations, and documentation involving business owners, stakeholders, and consumers. The findings reveal that service quality is strongly influenced by the diverse perspectives of business owners and the varying expectations of consumers. Local consumers tend to evaluate services based on emotional closeness and personal communication, whereas tourists demand greater professionalism, clearer information, and better-organized product displays. Analysis using the KUALITAS LAYANAN dimensions indicates that empathy is the primary strength of culturally rooted services, while tangibles, responsiveness, and assurance still vary significantly. The study concludes that improving service quality requires strengthening the capacity of micro-entrepreneurs, integrating cultural values into modern service standards, and enhancing collaboration among stakeholders to produce more consistent and competitive services.

Keywords: Service Quality, Micro Enterprises, Gajah Oling Batik, Kualitas layanan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis manajemen kualitas layanan pada usaha mikro di Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha, pemangku kepentingan, dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh keragaman pandangan pelaku usaha serta perbedaan ekspektasi konsumen. Konsumen lokal menilai layanan berdasarkan kedekatan emosional dan komunikasi personal, sedangkan wisatawan menuntut profesionalitas, kejelasan informasi, serta penataan ruang yang lebih baik. Analisis melalui dimensi KUALITAS LAYANAN mengungkapkan bahwa empati menjadi kekuatan utama layanan berbasis budaya lokal, sementara tangibles, responsiveness, dan assurance masih menunjukkan variasi yang signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan memerlukan penguatan kapasitas pelaku usaha, integrasi nilai budaya dalam standar pelayanan modern, serta kolaborasi pemangku kepentingan untuk menghasilkan layanan yang lebih konsisten dan kompetitif.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Usaha Mikro, Batik Gajah Oling, Kualitas layanan.

PENDAHULUAN

Perbaikan kualitas layanan merupakan salah satu determinan utama dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing usaha jasa maupun produk kreatif. Secara teoritis, model kualitas layanan oleh Parasuraman et al. (1988) menegaskan bahwa kualitas layanan terdiri dari dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang memengaruhi kepuasan serta loyalitas konsumen (Setiono dan Putra, 2025). Namun, penerapan model ini pada skala usaha mikro terutama yang beroperasi di sentra kerajinan tradisional sering menemui tantangan karena keterbatasan sumber daya, kapabilitas manajerial, dan karakter pasar lokal (Maria et al., 2024).

Secara sosial ekonomi, Sentra Batik Gajah Oling di Banyuwangi memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang jelas; motif Gajah Oling telah diangkat menjadi identitas budaya lokal dan didorong menjadi komoditas ekonomi daerah. Meski demikian, banyak pelaku usaha mikro di sektor batik masih mengandalkan teknik pemasaran tradisional dan transaksi tatap muka, sehingga akses pasar dan persepsi layanan terhadap konsumen modern belum optimal. Kondisi inilah yang menimbulkan kesenjangan antara potensi budaya ekonomi dan realisasi kinerja penjualan serta pengalaman pelanggan (Ongko et al., 2022).

Selain itu, penelitian-penelitian mengenai UMKM di Indonesia mengungkapkan bahwa kendala manajerial misalnya kurangnya literasi digital, pemasaran, dan manajemen mutu layanan menjadi hambatan serius bagi pengembangan usaha. Konsekuensinya, walau produk batik memiliki keunikan budaya, kualitas layanan yang belum konsisten dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan membatasi peluang penetrasi pasar nasional maupun internasional (Nizar et al., 2024). Gap ini menunjukkan kebutuhan penelitian yang fokus pada pengelolaan kualitas layanan khusus untuk

konteks sentra batik tradisional seperti Gajah Oling.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengaplikasikan model kualitas layanan dan ukuran kualitas layanan lainnya pada UMKM dan sektor pariwisata, menemukan hubungan positif antara kualitas layanan, kepuasan, dan niat beli (Firdausy et al., 2024). Penelitian-penelitian ini umumnya menekankan pentingnya dimensi-dimensi layanan pada peningkatan kepuasan konsumen serta perlunya intervensi manajemen untuk memperbaiki aspek-aspek yang lemah. Namun banyak penelitian tersebut bersifat umum pada UMKM atau sektor pariwisata kota besar, bukan fokus pada kerajinan batik dengan akar budaya lokal tertentu (Nengsih et al., 2025).

Penelitian mengenai batik di berbagai daerah Indonesia sering berfokus pada aspek produk seperti desain, kualitas kain, teknik pewarnaan atau pada pemasaran kreatif, sementara kajian empiris yang mengeksplorasi manajemen kualitas layanan pada sentra batik dengan mempertimbangkan konteks budaya, struktur usaha mikro, dan interaksi pelanggan di Banyuwangi masih terbatas (Semuel et al., 2022). Untuk Batik Gajah Oling secara khusus, literatur lebih banyak membahas nilai budaya, motif, dan upaya pelestarian; belum banyak penelitian terindeks yang menelaah aspek layanan terhadap konsumen dan implikasinya pada kinerja ekonomi sentra.

Kebaruan penelitian ini terletak pada: (1) penerapan kerangka manajemen kualitas layanan misalnya kualitas layanan yang dimodifikasi sesuai karakter UMKM batik ke dalam konteks sentra Batik Gajah Oling; (2) integrasi perspektif budaya (nilai motif dan identitas lokal) ke dalam indikator layanan sehingga tidak hanya mengukur aspek teknis layanan tetapi juga bagaimana nilai-nilai budaya memengaruhi persepsi konsumen; (3) penggunaan data lapangan dari pelaku dan konsumen di beberapa titik sentra di Banyuwangi untuk menghasilkan

rekomendasi manajerial yang kontekstual dan dapat diimplementasikan oleh pemangku kepentingan lokal. Sumbangan empiris ini diharapkan menutup celah antara penelitian kualitas layanan UMKM umum dan kebutuhan praktis pelaku batik tradisional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kualitas layanan pada Usaha Mikro di Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi, dengan fokus pada (1) mengukur persepsi konsumen terhadap dimensi kualitas layanan yang dimodifikasi untuk konteks batik; (2) mengidentifikasi gap layanan antara harapan dan persepsi konsumen; serta (3) merumuskan rekomendasi manajerial yang mengintegrasikan aspek budaya lokal untuk meningkatkan kepuasan dan kinerja penjualan pelaku UMKM batik di Banyuwangi.

Argumen utama penelitian ini adalah bahwa peningkatan manajemen kualitas layanan yang sensitif terhadap konteks budaya (motif, ritual transaksi lokal, komunikasi etnografis) akan memperkuat nilai tambah produk batik Gajah Oling dan mendorong peningkatan kepuasan pelanggan, loyalitas, serta ekspansi pasar. Dengan kata lain, kualitas produk saja tidak cukup; pengelolaan layanan yang tepat yang menggabungkan standar layanan modern dan penghormatan terhadap nilai-nilai budaya merupakan kunci pengembangan ekonomi sentra batik (Hasibuan et al., 2025).

Penelitian ini penting karena menyediakan bukti empiris dan pedoman manajerial yang aplikatif bagi pelaku UMKM batik, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan pariwisata untuk merancang program pelatihan, intervensi layanan, dan strategi pemasaran yang mempertahankan akar budaya sekaligus meningkatkan kualitas layanan. Hasil penelitian diharapkan membantu memperkuat posisi Sentra Batik Gajah Oling sebagai destinasi budaya-komersial yang berkelanjutan dan bernilai ekonomi tinggi bagi masyarakat Banyuwangi.

Usaha mikro merupakan unit bisnis dengan modal dan tenaga kerja terbatas, namun memiliki peran signifikan dalam pengembangan ekonomi kreatif (Lubis dan Salsabila, 2024). Dalam konteks industri batik, usaha mikro berperan penting dalam pelestarian budaya, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal (Khumair dan Yazid, 2025). Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi merupakan contoh ekosistem bisnis kreatif yang didominasi oleh usaha mikro yang mempertahankan motif tradisional, mengembangkan inovasi desain, dan menyediakan pengalaman wisata belanja bagi pengunjung.

Meskipun usaha mikro memiliki fleksibilitas tinggi, keterbatasan modal, minimnya pelatihan, dan rendahnya kemampuan manajerial sering menjadi hambatan dalam mempertahankan daya saing (Hanif et al., 2023). Produk batik yang berkualitas tidak selalu menjamin peningkatan penjualan apabila pelayanan kepada konsumen tidak dikelola dengan baik. Karena itu, konsep manajemen kualitas layanan menjadi penting untuk meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi usaha mikro, khususnya di daerah wisata budaya seperti Banyuwangi. Manajemen kualitas layanan (service quality management) didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk memastikan layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan melalui penyusunan standar, pengendalian, dan evaluasi kualitas layanan (Zeithaml et al., 2017). Kualitas layanan sering dianggap sebagai faktor dominan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu usaha dan berpengaruh langsung terhadap kepuasan serta loyalitas (Pratiwi, 2021).

Pada sektor usaha mikro, penerapan manajemen kualitas layanan memiliki tantangan tersendiri karena keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya orientasi pada pelanggan (Suganda dan Purnamasari, 2022). Sebagian besar usaha mikro mengelola layanan secara intuitif tanpa standar tertulis. Namun, penelitian

menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan interpersonal, konsistensi pelayanan, serta penyampaian informasi produk dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Putri et al., 2024).

Dalam konteks industri batik, manajemen kualitas layanan menjadi penting karena konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga mencari pengalaman belanja, edukasi budaya, dan interaksi sosial dengan pengrajin. Pelayanan yang ramah, penjelasan tentang makna motif, dan keterlibatan konsumen dalam melihat proses membatik dapat meningkatkan nilai emosional dan kepuasan pelanggan (Khumair dan Yazid, 2025).

Model kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) masih menjadi rujukan utama dalam menilai kualitas layanan di berbagai sektor, termasuk usaha mikro. Model ini mengukur kualitas berdasarkan lima dimensi: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pertama, tangible mengacu pada bukti fisik layanan seperti fasilitas, peralatan, desain ruang toko, dan penampilan penyedia layanan. Dalam usaha batik, tata letak showroom, ketersihan ruang, serta kerapian display produk berpengaruh pada kenyamanan konsumen (Pambagus, 2024). Kondisi fisik yang profesional dapat menciptakan persepsi kualitas yang positif dan memberi nilai tambah pada produk batik.

Kedua, reliability berkaitan dengan kemampuan usaha memberikan layanan yang konsisten, tepat waktu, dan sesuai janji. Konsumen mengharapkan informasi yang akurat mengenai bahan kain, teknik pembatik, serta harga produk. Konsistensi informasi ini terbukti meningkatkan kepercayaan pelanggan (Febriana et al., 2025).

Ketiga, responsiveness adalah kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat. Penelitian Masrokhan et al. (2024) menegaskan bahwa responsivitas menjadi

faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan, terutama pada usaha yang memiliki banyak kunjungan wisatawan seperti sentra batik.

Keempat, assurance mencakup kemampuan memberikan rasa aman kepada pelanggan melalui pengetahuan dan keterampilan penyedia layanan. Penguasaan informasi terkait proses membatik, pemilihan bahan, dan filosofi motif dapat meningkatkan kredibilitas usaha (Virdyanawaty, 2020).

Kelima, empathy merujuk pada perhatian individual dan keramahan kepada pelanggan. Usaha mikro sering memiliki keunggulan dalam dimensi ini karena hubungan personal antara pengrajin dan pembeli dapat menciptakan suasana kekeluargaan. Interaksi yang hangat terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan (Kusuma et al., 2025).

Model kualitas layanan dinilai relevan untuk usaha mikro batik karena mampu mengukur aspek layanan secara menyeluruh dan memberikan acuan bagi pelaku usaha untuk memperbaiki kualitas pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa usaha mikro dapat meningkatkan kualitas layanan meskipun memiliki keterbatasan sumber daya. Penelitian Iman dan Nitawati (2024) menunjukkan bahwa pelatihan sederhana mengenai komunikasi pelanggan mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dan menghasilkan pelayanan yang lebih profesional. Selain itu, digitalisasi layanan melalui media sosial, katalog digital, atau sistem pemesanan online terbukti meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam mengakses informasi produk (Nugroho et al., 2024).

Standarisasi alur pelayanan juga menjadi strategi penting untuk menjaga konsistensi kualitas layanan (Suganda dan Purnamasari, 2022). Misalnya, prosedur dalam menyapa pelanggan, menjelaskan produk, menangani komplain, dan menyelesaikan transaksi. Pada usaha mikro batik, standarisasi ini dapat

mempercepat proses pelayanan dan mengurangi kesalahan informasi.

Selain itu, strategi storytelling budaya batik juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Mengemas informasi mengenai sejarah batik, filosofi motif Gajah Oling, dan proses pembuatannya dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara emosional (Khumair dan Yazid, 2025). Pendekatan ini bukan hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memberi nilai edukatif yang menjadi keunikan produk batik khas Banyuwangi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami praktik manajemen kualitas layanan pada usaha mikro di Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena layanan secara mendalam melalui interaksi langsung dengan para pelaku usaha, konsumen, dan pemangku kepentingan, sehingga realitas dapat dipahami secara alamiah sesuai konteks sosial yang terjadi (Niam et al., 2024). Desain penelitian diarahkan pada eksplorasi dimensi kualitas layanan berdasarkan konsep kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. (1988), meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Austin, 2021). Dalam penelitian ini, indikator kualitas layanan dimodifikasi sesuai dengan karakteristik budaya dan pola pelayanan khas sentra batik tradisional di Banyuwangi.

Penelitian dilakukan di Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi, yang tersebar pada beberapa titik utama, termasuk daerah Kemiren, Glagah, dan lokasi lain yang menjadi pusat produksi dan pemasaran batik. Penelitian berlangsung selama tiga bulan mulai Agustus hingga Oktober 2025.

Pada bulan Agustus dilakukan observasi awal serta penentuan informan, bulan September difokuskan pada pengumpulan data lapangan melalui wawancara dan observasi, sedangkan bulan Oktober

digunakan untuk verifikasi data, pelaksanaan member checking, serta proses analisis awal. Rentang waktu ini memungkinkan peneliti memahami dinamika layanan secara komprehensif.

Informan penelitian berjumlah 20 orang yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan pertimbangan pengalaman dan relevansi informan terhadap topik penelitian (Mulyana et al., 2024). Informan tersebut terdiri dari pelaku usaha mikro batik, konsumen produk batik Gajah Oling, serta tokoh dan pemangku kepentingan dari kelompok batik maupun lembaga terkait UMKM. Seluruh informan dipilih dengan kriteria pengalaman minimal dua tahun dalam aktivitas usaha dan memiliki interaksi langsung dengan konsumen.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 30 hingga 60 menit, sehingga peneliti dapat mengeksplorasi pengalaman informan terkait praktik layanan, pola interaksi, tantangan usaha, serta integrasi nilai budaya Gajah Oling dalam proses pelayanan (Nurhayati et al., 2024). Observasi partisipatif dilakukan pada aktivitas pelayanan di gerai batik, termasuk cara pelaku usaha menyambut konsumen, menjelaskan produk, melakukan transaksi, hingga mengatur ruang display.

Observasi ini juga mencatat aspek-aspek layanan sesuai indikator kualitas layanan seperti ketepatan informasi, keramahtamahan, kebersihan gerai, dan kesigapan dalam merespons kebutuhan konsumen. Dokumentasi berupa foto produk, catatan promosi digital, dan dokumen usaha digunakan untuk memperkaya dan menguatkan data lapangan.

Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri sebagai pengumpul dan penganalisis informasi, sebagaimana lazim dalam penelitian kualitatif (Pakpahan et al., 2021). Selain itu, pedoman wawancara,

lembar observasi berbasis indikator kualitas layanan, rekaman audio, dan catatan lapangan digunakan sebagai instrumen pendukung. Seluruh instrumen disiapkan untuk memastikan konsistensi pengumpulan data dan meningkatkan ketelitian proses interpretasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (Nabila dan Nadlir, 2025), yang mencakup proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara ditranskripsi dan direduksi sesuai tema, kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan matriks tematik yang menggambarkan pola pelayanan, persepsi konsumen, dan integrasi nilai budaya dalam kualitas layanan. Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan mengenai pola, makna, dan implikasi dari temuan lapangan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber melalui perbandingan informasi dari pelaku usaha, konsumen, dan pemangku kepentingan; triangulasi metode melalui kombinasi wawancara, observasi, dan dokumentasi; serta member checking untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman informan (Laila, 2024). Proses diskusi dengan rekan sejawat dilakukan untuk meningkatkan objektivitas dan konsistensi temuan, sebagaimana dianjurkan oleh Lincoln dan Guba (1985) (Suganda et al., 2025). Penelitian ini juga mengikuti prinsip etika penelitian, termasuk pemberian persetujuan kepada informan (informed consent), jaminan kerahasiaan identitas, serta komitmen bahwa data digunakan murni untuk kepentingan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai Manajemen Kualitas Layanan Usaha Mikro pada Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi menunjukkan bahwa praktik pelayanan yang berlangsung di lapangan mencerminkan kombinasi antara nilai budaya lokal, kemampuan manajerial

pemilik usaha, serta persepsi konsumen terhadap mutu layanan yang diterima. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 20 informan, observasi partisipatif selama tiga bulan, dan dokumentasi yang meliputi foto gerai, pencatatan aktivitas pelayanan, serta arsip promosi usaha.

Temuan pertama menunjukkan bahwa para pelaku usaha dan pemangku kepentingan memiliki pendapat yang beragam terkait kualitas layanan yang diterapkan di sentra batik. Beberapa pelaku usaha menyatakan bahwa kualitas layanan sudah cukup baik karena mereka mempertahankan keramahan, komunikasi langsung yang personal, dan penggunaan bahasa lokal untuk membangun kedekatan dengan konsumen. Namun, sebagian pemilik gerai lain mengakui bahwa layanan masih belum konsisten, terutama pada momen ramai kunjungan wisatawan. Beberapa ketua kelompok batik juga menekankan pentingnya peningkatan kompetensi pelayanan, terutama terkait kecepatan respons, penataan ruang display, serta kemampuan memberikan informasi detail mengenai motif Gajah Oling yang sarat filosofi.

Observasi lapangan memperlihatkan perbedaan signifikan antara pelaku usaha yang sudah mengikuti pelatihan UMKM dengan yang belum, terutama dalam aspek ketelitian pelayanan, keramahtamahan, dan standar kebersihan toko.

Dokumentasi berupa foto gerai menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha memiliki ruang display yang rapi dan modern, sementara sebagian lainnya masih sederhana dan kurang tertata. Keragaman kondisi ini menghasilkan pandangan beragam terhadap kualitas layanan di antara pemilik usaha dan pemangku kepentingan.

Temuan kedua terlihat dari perspektif konsumen yang memberikan penilaian berbeda terhadap pengalaman pelayanan di sentra batik. Konsumen lokal umumnya menilai pelayanan memuaskan karena ada unsur kedekatan emosional dan

komunikasi yang mudah dipahami. Sementara itu, konsumen wisatawan luar daerah maupun mancanegara menunjukkan ekspektasi yang lebih tinggi, terutama terkait kejelasan informasi harga, edukasi tentang jenis kain, serta profesionalitas dalam melayani. Beberapa konsumen menyatakan bahwa pengalaman mereka positif karena pelaku usaha mampu menjelaskan filosofi motif Gajah Oling dan mempersilakan mereka mencoba produk secara leluasa. Namun, ada pula konsumen yang merasa kurang diperhatikan ketika gerai dipadati pengunjung, terutama pada akhir pekan. Observasi peneliti menunjukkan bahwa tingkat kesigapan pelaku usaha dalam merespons pertanyaan konsumen tidak selalu seragam; beberapa pelaku usaha tampak sangat aktif memberikan penjelasan, sedangkan yang lain cenderung pasif. Dokumentasi percakapan singkat dengan konsumen menguatkan temuan bahwa kepuasan layanan dipengaruhi oleh cara pelaku usaha menyampaikan informasi dan keterampilan interpersonalnya.

Temuan memadukan konsep kualitas layanan dengan data empiris yang diperoleh. Analisis menunjukkan bahwa dimensi tangibles seperti kebersihan ruang, kerapian display, dan kualitas penyajian produk cukup bervariasi antar gerai. Dimensi reliability cenderung kuat pada aspek ketepatan informasi motif dan proses produksi, namun masih lemah pada aspek konsistensi waktu pelayanan. Dimensi responsiveness menunjukkan variasi yang paling mencolok; sebagian pelaku usaha sangat cepat merespons kebutuhan konsumen, sedangkan sebagian lainnya tampak kewalahan ketika situasi ramai. Pada dimensi assurance, kepercayaan konsumen meningkat ketika pelaku usaha mampu menjelaskan perbedaan kualitas kain, teknik pewarnaan, serta keaslian batik tulis. Dimensi empathy menjadi keunggulan utama sentra batik karena pendekatan budaya dan komunikasi personal sangat terasa dalam proses

pelayanan. Hasil akademik ini menunjukkan adanya jarak antara teori kualitas layanan standar modern dan praktik layanan berbasis budaya yang berkembang di Banyuwangi, sehingga memberikan ruang untuk kebaruan analisis dan pengembangan model layanan khas UMKM batik tradisional.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa manajemen kualitas layanan di Sentra Batik Gajah Oling dipengaruhi oleh keragaman kompetensi pelaku usaha, ekspektasi konsumen yang berbeda-beda, serta konteks budaya lokal yang memperkuat karakter personal dalam pelayanan. Penelitian ini menegaskan bahwa meskipun terdapat unsur kekhasan budaya yang menjadi nilai tambah, tetap diperlukan upaya peningkatan manajemen layanan agar mampu memenuhi standar yang lebih profesional tanpa menghilangkan identitas budaya Banyuwangi.

Temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan pada Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi dipengaruhi oleh beragam pandangan dari pelaku usaha, pemangku kepentingan, dan konsumen. Keragaman pandangan ini sejalan dengan teori bahwa kualitas layanan adalah konsep multidimensional yang dipengaruhi oleh kompetensi individu, ekspektasi konsumen, dan konteks budaya (Nuraini et al., 2025).

Pelaku usaha yang memandang layanan sebagai bagian dari nilai budaya lokal cenderung mengutamakan keramahan, komunikasi personal, dan penggunaan bahasa daerah. Sementara itu, pelaku usaha yang telah mengikuti pelatihan UMKM menunjukkan orientasi layanan yang lebih modern, seperti penataan display dan prosedur pelayanan yang lebih sistematis. Perbedaan orientasi ini menciptakan variasi standar layanan antar gerai, yang merupakan fenomena umum dalam UMKM tradisional bahwa keterbatasan pelatihan dan budaya usaha menyebabkan variasi kualitas layanan dalam skala mikro (Mohungo, 2024).

Pandangan pemangku kepentingan, seperti ketua kelompok batik dan pengelola sentra, turut memperkuat pemahaman bahwa standardisasi layanan masih menjadi tantangan utama. Mereka memandang perlunya peningkatan kapasitas, terutama pada aspek responsiveness dan tangibles, agar mutu layanan tidak hanya bergantung pada kemampuan personal pelaku usaha. Dalam teori kualitas layanan, dimensi layanan yang baik memerlukan konsistensi performa, bukan sekadar keramahan individual (Kapiso dan Andriana, 2025). Temuan ini sejalan dengan (Sastradinata, 2024) yang menegaskan bahwa UMKM dengan standar layanan yang tidak seragam sering menghadapi kesulitan memenuhi ekspektasi pasar yang semakin modern. Oleh karena itu, dialog antara temuan empiris dan teori menunjukkan bahwa disparitas kompetensi pelaku usaha menjadi salah satu penyebab utama ketidaksamaan kualitas layanan di sentra batik.

Perspektif konsumen memberikan gambaran tambahan bahwa ekspektasi terhadap kualitas layanan dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan tujuan kunjungan. Konsumen lokal cenderung melihat pelayanan sebagai bentuk keakraban dan keramahan, sementara wisatawan domestik dan mancanegara menuntut profesionalitas, sistem informasi harga yang jelas, serta kemampuan edukatif dari pelaku usaha. Ekspektasi yang berbeda ini menegaskan argumen dalam teori expectation-disconfirmation yang menyatakan bahwa kepuasan muncul dari kesesuaian antara ekspektasi awal dan kinerja layanan yang diterima (Bafadhal, 2022). Konsumen wisatawan sering membawa standar layanan yang lebih tinggi karena terbiasa dengan layanan modern di destinasi wisata lain, sehingga ketika layanan di sentra batik tidak konsisten, hasilnya adalah pengalaman yang beragam. Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Mukarrama et al., 2025) yang menemukan bahwa wisatawan

menilai kualitas layanan UMKM tradisional berdasarkan kejelasan informasi dan keterampilan interpersonal pelayan.

Sementara itu, hasil akademik yang bervariasi berasal dari analisis lima dimensi kualitas layanan menunjukkan bahwa kualitas layanan di Sentra Batik Gajah Oling tidak dapat dinilai secara seragam. Dimensi tangibles dan responsiveness menunjukkan variasi terbesar antar pelaku usaha, sedangkan dimensi empathy tampak menjadi kekuatan utama yang konsisten. Kondisi ini relevan dengan temuan (Muin, 2021) bahwa UMKM berbasis budaya memiliki keunggulan pada dimensi empati, karena interaksi pelanggan didasari nilai-nilai sosial lokal seperti kesantunan, kedekatan emosional, dan relasi komunal. Namun, dimensi lain seperti assurance dan reliability sering bergantung pada tingkat literasi produk, pengalaman usaha, dan pelatihan. Artinya, pelayanan berbasis budaya mampu menciptakan hubungan emosional yang kuat, tetapi belum tentu memenuhi standar pelayanan profesional modern tanpa adanya intervensi kapasitas usaha.

Dialog antara teori dan temuan empiris menunjukkan bahwa kualitas layanan pada usaha mikro tradisional berada pada persimpangan antara nilai budaya dan kebutuhan standardisasi profesional. Pada satu sisi, budaya Gajah Oling memberikan kekuatan khas dalam hal keramahan dan kedekatan personal; pada sisi lain, standar modern menuntut konsistensi, kecepatan respons, informasi produk yang lengkap, serta penataan ruang yang efektif. Ketidakseimbangan ini juga dikonfirmasi oleh penelitian (Endayani et al., 2024) yang menyatakan bahwa UMKM heritage sangat kuat pada diferensiasi budaya tetapi lemah pada sisi manajerial layanan. Oleh karena itu, pembahasan ini menegaskan bahwa variasi kualitas layanan pada Sentra Batik Gajah Oling merupakan konsekuensi logis dari perbedaan kompetensi pelaku usaha, ekspektasi konsumen yang

beragam, serta integrasi nilai budaya yang tidak selalu sejalan dengan teori standar layanan modern.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada Usaha Mikro di Sentra Batik Gajah Oling Banyuwangi dipengaruhi oleh beragam pandangan pelaku usaha, pemangku kepentingan, dan konsumen. Variasi pemahaman pelaku usaha terhadap pelayanan mulai dari orientasi budaya hingga orientasi layanan modern menunjukkan bahwa standar kualitas layanan masih belum seragam. Pemangku kepentingan memandang perlunya standardisasi untuk menyeimbangkan antara keramahan berbasis budaya dan kebutuhan pelayanan yang lebih profesional, terutama pada aspek responsiveness dan tangibles. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan dalam kompetensi pelayanan antar pelaku usaha yang berdampak langsung pada mutu layanan yang diterima konsumen.

Dari sisi konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh perbedaan ekspektasi. Konsumen lokal cenderung menilai layanan berdasarkan kedekatan emosional, sedangkan wisatawan menuntut kejelasan informasi, profesionalitas, dan penataan ruang yang lebih baik. Perbedaan ekspektasi ini menimbulkan pengalaman layanan yang bervariasi, sejalan dengan teori expectation disconfirmation yang menekankan hubungan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja layanan. Konsistensi pelayanan menjadi tantangan utama, terutama pada momen kunjungan wisatawan yang lebih padat.

Secara akademik, hasil penelitian memperlihatkan bahwa dimensi kualitas layanan tidak sepenuhnya terpenuhi secara merata. Dimensi empathy menjadi kekuatan utama usaha mikro karena dipengaruhi oleh nilai budaya Gajah Oling yang menonjolkan keramahan dan

kedekatan personal. Namun, dimensi lain seperti tangibles, responsiveness, dan assurance masih menunjukkan variasi yang signifikan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan di sentra batik perlu dilakukan melalui penguatan kapasitas pelaku usaha, integrasi budaya dalam standar layanan modern, dan upaya kolaboratif antar-pemangku kepentingan untuk mencapai kualitas layanan yang konsisten, kompetitif, dan tetap berakar pada nilai lokal Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Austin, T., 2021. Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Paten Masa New Normal Di Kecamatan Sako. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 6(1).
- Bafadhal, A.S., 2022. Manajemen komplain dan kualitas layanan pariwisata. Deepublish.
- Endayani, F., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2024). Transformasi UMKM Kajoetangan Heritage: Peran Pelatihan Kewirausahaan Kreativitas dan Motivasi dalam Meningkatkan Pengembangan Usaha. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(3), 364-376.
- Febriana, V., Juliana, J., Rahmatillah, R., Akbar, F. and Hayati, F., 2025. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Usaha Laundry Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Sahabat Laundry Coin Medan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), pp.1211-1216.
- Firdausy, S. B. K., Maharani, D. D., & Sakti, D. B. (2024). Pengaruh Persepsi Qualitas, Brand trust, dan Brand satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada UMKM di Sektor Pemasaran Produk Makanan. *Sanskar Manajemen Dan Bisnis*, 2(03), 179-190.

- Hanif, H., Hidayat, T. and Haryadi, R.N., 2023. Pelatihan keterampilan manajemen operasional bagi UMKM: Peningkatan efisiensi dan produktivitas. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), pp.34-38.
- Hasibuan, R.P.A., Harahap, A.R. and Rizka Ar Rahmah, M.E., 2025. Pengembangan UMKM Berbasis Budaya Sebagai Pondasi Ekonomi. PT Penerbit Qriiset Indonesia.
- Iman, N. and Nitawati, E.Y., 2024. Pendampingan Kelompok UMKM Binaan Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan Melalui Implementasi Manajemen Pelayanan Surabaya Timur. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), pp.692-699.
- Kapiso, L. and Andriana, R., 2025. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan D'Talaga Restaurant dan Villa's Kotamobagu. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), pp.6806-6814.
- Khumair, M. and Yazid, M., 2025. Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif terhadap Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3), pp.156-169.
- Kusuma, A.M.I.W., Laksmi, P.A.S. and Putra, I.K.J.P., 2025. Faktor Emosional dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi di Kota Denpasar: Emotional Factors in Increasing Customer Loyalty at Coffee Shops in Denpasar City. *Review of Management, Accounting and Tourism Studies*, 1(2), pp.136-149.
- Laila, F.R., 2024. Peran Penerapan Prinsip 5C+ 1S Dalam Upaya Mengurangi Pembiayaan Bermasalah Di KSPPS BtmTMKabupaten Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Lubis, P.S.I. and Salsabila, R., 2024. Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), pp.91-110.
- Maria, V., Situmeang, T. and Ardana, R.F., 2024. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(2), pp.12-36.
- Masrokhah, S., Suripto, S., Imron, A. and Syafi'ah, S.A., 2024. Keunggulan Bersaing Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Berdampak Keberlanjutan Pengunjung Umkm Batik Wastralingga Purbalingga. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), pp.249-260.
- Mohungo, Y., 2024. Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Estetika: Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM. Penerbit NEM.
- Muin, S.A., 2021. Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makassar: Suatu Tinjauan Kemampuan Usaha, Budaya Berusaha, Modal Sosial dan Kewirausahaan. Penerbit Adab.
- Mukarrama, I.H., Khoiron, K. and Abidin, A.Z., 2025. Pelayanan Informasi di Malang Tourist Information Center (MTIC). *Respon Publik*, 19(2), pp.50-59.
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarrahmanto, P.A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., Fitra, F., Aryawati, N.P.A., Ridha, N.A.N., Milasari, L.A. and Siagian, A.F., 2024. Metode penelitian kualitatif. Penerbit Widina.
- Nabila, S. and Nadlir, N., 2025. Evaluasi Pelaksanaan Kurikulum Merdeka Menggunakan Model CIPP (Context, Input, Process, dan

- Product). Journal of Education Research, 6(2), pp.302-309.
- Nengsih, D.A.W., Nikmah, M.A. and Aqidah, W., 2025. Peran Industri Batik Dewi Rengganis Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Kabupaten Probolinggo. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), pp.2271-2277.
- Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). Transformasi Digital Bisnis Batik: Membangun Kapabilitas Digital pada Batik Canting Khas Gempol Pasuruan. Yayasan Rahmazar Kurnia Jaya.
- Nugroho, L., Briandana, R., Hidayah, N. and Jamil, A., 2024. Buku referensi kewirausahaan pada era digital tata kelola dan komunikasi.
- Nuraini, V., Hermawan, H. and Rahayu, J., 2025. Entrepreneurship Strategy Based On Creativity And Product Innovation: An Empirical Study On The Sustainability Of Banyuwangi Traditional Batik MSMES. Dynamic Management Journal, 9(2), pp.572-593.
- Nurhayati, N., Apriyanto, A., Ahsan, J. and Hidayah, N., 2024. Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ongko, E.S., Syahrurridhani, A. and Sutrisno, A.A., 2022. Kajian motif batik Gajah Oling dalam busana tari Gandrung khas Banyuwangi dengan pendekatan etnosemiotika dan estetika. Jurnal Kajian Seni, 9(1), p.41.
- Pakpahan, A.F., Prasetio, A., Negara, E.S., Gurning, K., Situmorang, R.F.R., Tasnim, T., Sipayung, P.D., Sesilia, A.P., Rahayu, P.P., Purba, B. and Chaerul, M., 2021. Metodologi penelitian ilmiah.
- Parasuraman, A.B.L.L., Zeithaml, V.A. and Berry, L., 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), pp.12-40.
- Pratiwi, A., 2021. Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Kota Pinang (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Putri, N.F.E., Arsyad, A.W., Dwivayani, K.D. and Boer, K.M., 2024. Analisis kualitas komunikasi interpersonal customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank PT. BPD Kaltim Kaltara kantor cabang utama Samarinda. Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi, 5(2), pp.1695-1703.
- Sastradinata, B.L.N., 2024. Strategi UMKM dan bisnis kreatif. Bumi Aksara.
- Semuel, H., Mangoting, Y. and Hatane, S.E., 2022. Makna kualitas dan kinerja tenun tradisional Indonesia kolaborasi budaya nasional dan budaya organisasi. Makna Kualitas dan Kinerja Tenun Tradisional Indonesia Kolaborasi Budaya Nasional dan Budaya Organisasi.
- Setiono, B.A. and Putra, R.N.P., 2025. The Influence of Service Quality (Reliability, Responsiveness, Tangibles, Empathy and Assurance) on Student Satisfaction Port Management and Maritime Logistics Study Program Vocational Faculty of Shipping Hang Tuah University. Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan, 15(2), pp.327-339.
- Suganda, D.A., Haura, R., Widodo, S. and Datu, Y.A., 2025. Buku Referensi Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran Teori dan Implementasi.
- Suganda, F.R. and Purnamasari, I., 2022. Analisis Wilayah Manajemen Operasional pada UMKM Bintang Langit. Journal of Knowledge Management, 16(1), pp.1-12.

- Pambagus, F.A.P., 2024. Kajian Penataan Ruang dan Display Produk Kerajinan Batik pada Galeri Batik Danar Hadi Surabaya. *Journal of Education Research*, 5(2), pp.2035-2043.
- Virdyanawaty, R.I., 2020. Desain Sistem Pelayanan Berbasis Benefit dan Experience (Studi Kasus di IKM Batik Keraton).
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D., 2017. Services marketing 7th ed.