

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama berabad-abad kegiatan pelayanan bisnis menjadi kunci utama dalam kehidupan sehari-hari. Tidak sedikit dari masyarakat yang telah menggunakan bisnis sebagai mata pencarian. Data dari BPS menunjukkan bahwa jasa perorangan dan lain sebagainya yang tergolong dalam penggunaan teknologi, khususnya pertumbuhan pemakaian internet di rumah tangga diikuti oleh peningkatan jumlah populasi yang memanfaatkan ponsel genggam pada tahun 2020, mencapai angka sebesar 62,84 persen. Sebaliknya, telah terjadi penurunan proporsi kepemilikan telepon kabel tetap di lingkungan rumah tangga dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016, sekitar 3,49 persen rumah tangga menggunakan telepon kabel, akan tetapi jumlah tersebut mengalami penurunan menjadi 1,65 persen pada tahun 2020 (BPS, 2021).

Rita (2019) menjelaskan “Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang menghubungkan antara pemilik perusahaan dengan konsumen atau klien. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik terhadap nilai kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan keputusan pembelian dari pelanggan.” Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap persaingan suatu perusahaan di dalam suatu. Sehingga kualitas pelayanan memiliki dampak baik atau buruk terhadap kepuasan pelanggan maupun keputusan pembelian produk.

Penggunaan *E-Service Quality* memungkinkan transaksi dilakukan oleh konsumen atau pengguna tanpa perlu melakukan interaksi secara langsung

dengan penyedia layanan. Selain itu, penerapan *E-service quality* juga bisa menjadi taktik bisnis yang memberikan keunggulan bersaing. Perilaku para konsumen pada era industri digital saat ini telah mengalami perubahan, pada era industri digital saat ini para konsumen tidak mendapatkan pelayanan secara langsung oleh para karyawan perusahaan, pemilik toko dsb. Para konsumen melakukan seluruh kegiatan pembelian melalui layanan yang disediakan oleh website/aplikasi sehingga tanpa adanya kontak fisik langsung.

E-service quality mengukur tingkat pelayanan digital dalam dunia bisnis baik itu efektif maupun efisien. (Bressolles & Durrieu, 2011, p.4). Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan melalui platform internet (*e-service*) mempengaruhi perbedaan dalam pembelian baik secara tatap muka maupun secara digital. Penelitian yang telah dilakukan terkait pembelian dengan sarana layanan internet telah mengungkapkan hasil yang signifikan yang dapat memberikan dukungan kepada pemasar dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap pengalaman berbelanja melalui kanal online dan juga meningkatkan kepuasan dalam berbelanja secara daring.

Ali B.J dan Saleh, dkk (2021) menjelaskan “Dalam dunia *digital marketing*, pelayanan terhadap privasi menjadi titik fokus paling penting dalam pelayanan.” Sehingga, pemberian pelayanan secara baik yang memuaskan merupakan suatu prioritas paling utama khususnya untuk digunakan memasarkan produk lokal ke luar negeri. Hal ini ditunjukkan secara nyata oleh pelayanan jasa desainer grafis yang awalnya dari pemasaran lokal hingga dapat menembus ke luar negeri. Pemasaran produk yang baik ke luar negeri yang diharapkan mampu memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi klien yang

merupakan jawaban yang muthakhir untuk dilakukan dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis dan menawarkan kenyamanan kepada konsumen.

Salah satu perusahaan jasa pengelolaan teknologi digital adalah perusahaan Fiverr. Perusahaan ini menghubungkan antara pihak pengelola yang memiliki keahlian dengan beberapa pelanggan. Sebagai platform jasa, Fiverr menghubungkan para *freelancer* dan pencari kebutuhan jasa yang berkaitan dengan beberapa bidang jasa. Jasa yang dihasilkan berupa desain grafis, *digital marketing*, menulis dan terjemahan, video dan animasi, musik dan audio, pemrograman dan teknologi, data, bisnis, gaya hidup.

Perusahaan Fiverr merupakan perusahaan digital yang tersebar di seluruh Indonesia tidak terkecuali di Kota Blitar. Para penggunanya adalah para warga mancanegara maupun warga lokal. Data menunjukkan bahwa pelaku perusahaan jasa di Kota Blitar meningkat sebanyak 1.9% pengguna dari tahun 2020-2021. Peningkatan ini menjadi perhatian secara khusus penulis untuk mengetahui reputasi dari perusahaan Fiverr di Kota Blitar.

Peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan dapat dicapai dengan memperhatikan kepuasan konsumen sebagai elemen penting. Karena semakin banyak konsumen yang menilai positif suatu kinerja dari sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut akan terus memberikan yang terbaik bagi para konsumennya. Kepuasan pelanggan bagi perusahaan sangat berarti karena itu merupakan salah ukuran kesuksesan dari suatu Perusahaan.

Dengan mempertimbangkan informasi sebelumnya, penulis membuat penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *customer satisfaction* Pada Perusahaan Fiverr Di Kota Blitar”.

B. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh dimensi *E-Service Quality* yang terdiri dari: *Website design*, *Fulfillment*, *Customer Service* dan *Security/ Privacy* secara parsial terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar ?
2. Bagaimana signifikansi pengaruh tersebut secara simultan terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar?
3. Manakah diantara keseluruhan dimensi yang paling berpengaruh terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disajikan, tujuan serta manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan

Adapun tujuan penelitian yang dapat dilihat dibawah ini.

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi *E-Service Quality* yang terdiri dari : *Website design*, *Fulfillment*, *Customer Service* dan *Security/ Privacy* secara parsial terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar.
2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh dimensi tersebut secara simultan terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar
3. Untuk diantara keseluruhan dimensi yang paling berpengaruh terhadap *customer satisfaction* perusahaan Fiverr Kota Blitar.

2. Manfaat

a. Bagi Peneliti

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana *Customer Satisfaction* dipengaruhi *E-Service Quality* pada perusahaan Fiverr di Kota Blitar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menerapkan konsep-konsep yang telah diperoleh selama proses pembelajaran di perguruan tinggi diimplementasikan ke dalam pelaksanaan penelitian.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai evaluasi perusahaan yang berkaitan dengan sistem *E-Service quality* telah dilaksanakan oleh perusahaan, dan temuan dari penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai masukan dan data informatif mengenai pengaruh pemberlakuan sistem pemberian *reward, punishment* dan motivasi terhadap kinerja karyawan.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan literasi/pengetahuan mengenai bidang keilmuan khususnya pada bisnis digital yang mencakup *Customer Satisfaction* pada Perusahaan Fiverr Di Kota Blitar yang dipengaruhi , dan menambah referensi ataupun perbandingan bagi penelitian lain di waktu yang akan datang.



