

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat pada saat ini, maka sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan. Keadaan masyarakat saat ini dipengaruhi oleh aspirasi dan lingkungan mereka. Kebudayaan, sub kebudayaan, kelompok acuan dan kecenderungan gaya hidup dapat menyebabkan masyarakat mengubah keadaan sesuai yang mereka inginkan dalam pemenuhan kebutuhannya.

Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis, yang semakin kreatif dan inovatif. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia di proyeksikan tembus 195 juta pada 2019, atau sekitar 65,3 % dari total penduduk 268 juta orang. Angka proyeksi meningkat 32 juta, atau 22,37 % dibandingkan survei terakhir Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 yang mencatat pengguna internet sebanyak 143 jutaan.

Pengguna internet Indonesia tercatat sebagai warganet yang paling banyak membeli barang secara *online* pada Desember 2018. Sebanyak 86% pengguna internet Indonesia melakukan belanja *online* lewat perangkat apapun.

Gaya hidup yang semakin modern dan memudahkan untuk memenuhi kebutuhan, begitu juga makin maraknya manusia yang sibuk dengan pekerjaan sehari - hari sehingga peminat untuk belanja *online* sangat

diminati saat ini. Maka dari itu peneliti memilih untuk meneliti sistem kualitas pelayanan elektronik di situs belanja *online*.

Dalam menghadapi persaingan yang diikuti oleh perkembangan teknologi, perusahaan selalu berusaha untuk mencari dan mempertahankan pangsa pasar lewat berbagai media, salah satunya adalah Kualitas pelayanan elektronik. Menurut Zeithmal, Parasuraman dan Malhotra dalam Messakh (2016:350) mendefinisikan *E-Service Quality* bahwa situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien.

Kualitas pelayanan pada umumnya berbeda dengan kualitas pelayanan elektronik. Kualitas pelayanan dikonsumsi dan diukur melalui transaksi secara langsung yang dilakukan oleh penjual dan pembeli, sedangkan kualitas pelayanan elektronik diukur melalui pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melalui *website*.

Menurut Tjiptono dalam Fadillah (2017:16) *E-Service Quality* atau yang juga dikenal dengan E-SQ, merupakan pengembangan dari model *service quality* (*SERVQUAL*). Pada prinsipnya, model E-SQ merupakan adaptasi dan perluasan model tradisional *SERVQUAL* ke dalam konteks belanja *online*.

Menurut Zeithmal and Parasraman (2005) ada tujuh dimensi Kualitas Pelayanan Elektronik, yaitu: 1) Efisiensi 2) Fleksibilitas 3) *System availability* 4) Privasi 5) *System Reliability* 6) *Compensation* 7) *Contact*. Maksudnya, dimensi-dimensi ini hanya berperan penting dalam situasi pelanggan *online* mengalami masalah atau memiliki sejumlah pertanyaan yang ingin dicarikan solusinya.

Adanya kualitas pelayanan elektronik yang diberikan memberikan nilai kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Buklapak.com adalah suatu perseroan terbatas yang salah satu jenis usahanya bergerak di bidang jasa portal web. Maka dari itu untuk mengetahui kualitas pelayanan (*E-Servoqual*) sistem dari Bukalapak dalam hal ini menyediakan platform perdagangan elektronik (*e-commerce*) dimana pengguna dapat melakukan transaksi jual-beli barang yang menggunakan berbagai fitur serta layanan yang tersedia yaitu : a. *Platform* b. Sistem pembayaran c. *Chat/Kirim pesan* d. Ekspedisi pengiriman barang e. Buka bantuan f. Kode Verifikasi dan Verifikasi dua langkah g. Buka pengiriman h. Ambil sendiri. Apakah dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka disusunlah penelitian berjudul “Eksplorasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan (*E-Servoqual*) Situs Bukalapak.com.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana kualitas pelayanan elektronik (Efisiensi, *Fleksibilitas, System availability, Privasi, System reliability, compensation, contact*) pada situs Bukalapak.com

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk menganalisis kualitas pelayanan elektronik

(Efisiensi, *Fleksibilitas*, *System availability*, privasi, *System reliability*, *Compensation*, *Contact*) pada situs Bukalapak.com

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan serta memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan sehingga dapat mendorong peneliti untuk lebih mempersiapkan diri dalam era globalisasi.

2. Bagi perusahaan atau badan usaha

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.

1.5 Fokus Penelitian dan Keterbatasan

Skripsi ini berfokus pada pengambilan data tentang kualitas pelayanan elektronik disitus Bukalapak.Com yang terdiri dari Efisiensi, *Fleksibilitas*, *System availability*, Privasi, *System reliability*, *Compensation*, *Contact* dan dilengkapi dengan kata dan fakta yang diperlukan. Jika terdapat tambahan informasi diluar fokus penelitian ini maka diambil sebagai data pendukung dengan penyesuaian atas permasalahan yang diajukan.