

ABSTRAK

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, persaingan komersial di tingkat domestik dan internasional menjadi semakin ketat. Demikian pula, *online assessment* yang berkembang pesat dan saat ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan karyawan dengan cepat dan memberikan hasil akurat yang memenuhi standar perusahaan. Keuntungan lain dari *online assessment* adalah kandidat dapat menggunakan komputer atau *smartphone*, menjadikan *online assessment* sebagai pilihan yang baik untuk mendapatkan hasil untuk evaluasi potensi sumber daya manusia secara ekonomis. Talent Fit Indonesia adalah konsultan sumber daya manusia dengan produk *online assessment* melihat peluang besar di bidang ini.

Pada bulan Maret 2020, pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia yang berdampak pada penerapan WFH sehingga semakin banyak perusahaan beralih menggunakan *platform online* untuk kegiatan evaluasi, dan juga menyebabkan banyak pesaing baru dalam bidang *online assessment*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemetaan dan desain layanan pada produk *online assessment* dengan *service blueprint* yang dapat melihat gambaran keseluruhan kegiatan layanan, sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan inovasi layanan *online assessment* di Talent Fit Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menggunakan instrumen kuesioner untuk memperoleh data kuantitatif kualitas layanan pelanggan yang mengacu pada teori *Customer Experience*, *Service Performance*, dan E-S-QUAL. Responden kuisisioner adalah pelanggan Talent Fit Indonesia yang menggunakan *online assessment* dan memulai proses *approaching* di masa pandemi. Menurut hasil penelitian, atribut dengan nilai terendah adalah Pemikiran, Hubungan, Panca Indera, dan *Tangibles*. Atribut tersebut dijadikan sebagai fokus inovasi bagi Talent Fit Indonesia untuk mengembangkan layanan *online assessment*.

Kata kunci: kualitas layanan, E-S-QUAL, *online assessment*, *service blueprint*, kinerja layanan, pengalaman pelanggan.

ABSTRACT

Rapid development of technology, commercial competition at domestic and international level is becoming increasingly tight. Similarly, online assessment is growing rapidly and currently widely used to meet the needs of employees quickly and provide accurate results that meet company standards. Another advantage of online assessment is that candidates can use a computer or smartphone, making online assessment a good choice to get results for economical evaluation of human resource potential. Talent Fit Indonesia is a human resources consultant with online assessment products seeing great opportunities in this field.

In March 2020, COVID-19 pandemic entered Indonesia which impacted the implementation of WFH so that more and more companies switched to using online platforms for evaluation activities, and also led to many new competitors in the field of online assessment. Therefore, it is necessary to do mapping and service design on online assessment products with service blueprint that can see the overall picture of service activities, as one of the strategies to improve the innovation of online assessment services in Talent Fit Indonesia.

This research was conducted using descriptive quantitative method. Using questionnaire instruments to obtain quantitative data on customer service quality that refers to Customer Experience, Service Performance, and E-S-QUAL theory. Questionnaire respondents are Talent Fit Indonesia customers who use online assessment and start the approaching process during the pandemic. According to the results of the study, the attributes with the lowest value are Pemikiran, Hubungan, Panca Indera, and Tangibles. These attributes serve as the focus of innovation for Talent Fit Indonesia to develop online assessment services.

Keywords: service quality, E-S-QUAL, online assessment, service blueprint, service performance, customer experience.