

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet di Indonesia saat ini telah berkembang sangat pesat dan dinilai semakin maju, dimana telah terjadi peningkatan pengguna internet daritahun 2000 sekitar 2 jutaan hingga 2008 telah mencapai 25 juta (www.internetworldstats.com di unduh pada tanggal 22 maret 2013). Hal ini dilihat dari banyaknya perusahaan yang melakukan sebagian besar kegiatan operasinya seperti penjualan dengan menggunakan media internet. Internet seolah menjadi kebutuhan bagi banyak orang dengan secara tidak langsung mampu mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, politik, dan budaya.

Seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat banyak fasilitas yang ditawarkan oleh adanya internet, misalnya situs jejaring sosial membuat seseorang menjadi semakin mudah mengekspresikan dirinya, melakukan networking, membentuk komunitas, serta berpartisipasi dalam sebuah kegiatan. Selain untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, internet juga menjadi media untuk membentuk komunitas-komunitas pertemanan, sehingga orang-orang dari berbagai negara dapat menjalin hubungan pertemanan tanpa harus bertemu secara langsung, tetapi melalui media internet. Selain itu fenomena jual beli online di Indonesia kini semakin ramai dengan berbagai jenis produk mulai dari fashion, makanan, keperluan rumah tangga, sampai gadget dll. maka semakin banyak pula e-commerce (layanan untuk sarana jual/beli online).

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Internet

Kota	Jumlah Pengguna	
	2010	2011
Makassar	31.6	30.6
Denpasar	31.9	46
Palembang	32.7	35
Medan	28.8	49
Surabaya	31.8	41.2
Semarang	29.4	44.2

Kota	Jumlah Pengguna	
Bandung	30.4	45.1
Bodetabek	31.5	48.1
Jakarta	33.4	42.7
Total	281.5	381.9

Sumber : www.tekno.kompas.com

Dari data - data diatas, dapat kita simpulkan bahwa pemakaian internet di indonesia selalu meningkat, total semua dari 281,5 menjadi 381.9, naik hingga 100,4 pada tahun 2010 hingga 2011. Hal ini menunjukkan bahwa internet merupakan kebutuhan bagi mayoritas seseorang. Berdasarkan studi lembaga riset Nielsen, konsumen digital Indonesia menghabiskan rata-rata 14 jam per minggu untuk online (Sumber: VIVAnews.com diunduh pada tanggal 22 maret 2013). Situs yang paling banyak dikunjungi adalah situs jejaring sosial, situs penyedia layanan mesin pencari, situs video sharing, situs penyedia blog dan situs penyedia layanan email. Beberapa komunitas yang sangat terkenal di dunia adalah friendster, facebook, twitter, dan termasuk Kaskus *The Largest Indonesian Community*, yang merupakan salah satu forum yang dibuat oleh orang Indonesia

Kaskus adalah situs forum komunitas maya terbesar dan nomor 1 Indonesia dan penggunanya disebut dengan Kaskuser. Kaskus yang dahulunya dapat diakses melalui alamat Kaskus.us, namun berganti domain sejak mengalami gangguan pada *domain name system* (DNS) dengan menggunakan Kaskus.com atau kaskus.co.id. Kaskus memiliki lebih dari 4,5 juta pengguna terdaftar. Pengguna Kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga dewasa. Menurut Wikipedia.org Kaskus dikunjungi oleh sedikitnya 600.000 orang, dengan jumlah page view (nilai rata-rata jumlah halaman yang dilihat oleh pengunjung) melebihi 15.000.000 setiap harinya. Hingga saat ini Kaskus sudah mempunyai lebih dari 200 juta thread (informasi dalam sebuah forum di internet mengenai topik tertentu). Saat ini, total visit untuk Kaskus mobile mencapai 1,8 juta kunjungan dalam satu bulan. Sementara untuk web versi PC kira-kira 6.5 juta visitor setiap bulan. Jumlah kaskuser saat ini sudah mencapai 3 juta orang (www.Okezone.com, di unduh pada tanggal 22 maret 2013). Hal ini menunjukkan bahwa Kaskus memiliki daya tarik yang dapat memberikan kesenangan dan dapat memuaskan

penggunanya. Dimana penggunanya merasa bahwa situs yang digunakan memiliki kemudahan dalam penggunaannya. Sesuai dengan pendapat Nusair dan Kandampully (2008) mendefinisikan *enjoyment* atau kesenangan sebagai devisa yang menarik perhatian pengguna sistem online dengan input menyenangkan, mungkin mencakup fitur seperti animasi, musik, video, dan efek multimedia lainnya.

Kualitas layanan ini terkait dengan kepuasan pengguna dalam sistem informasi dan bidang pemasaran (Yen and Lu, 2008). Kepuasan dalam bidang pemasaran didefinisikan secara umum sebagai perasaan atau penilaian dari pelanggan terhadap produk atau jasa setelah mereka telah digunakan (Jamal and Naser, 2003). Pentingnya kepuasan sebagai faktor dalam pengembangan strategi perusahaan pelanggan dan berorientasi pasar tidak bisa dianggap remeh (Kohli and Jaworski, 1990). E-kepuasan (kepuasan transaksi online) adalah arti penting dalam literatur layanan online terkait, karena kepuasan ini mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan saluran distribusi atau tidak (Lin and Sun, 2009). Kepuasan secara tradisional dianggap sebagai penentu retensi. Hal tersebut didukung dengan penelitian Ranaweera dan Prabhu, (2003) yang menyatakan adanya hubungan antara kepuasan dan tingkat retensi dalam industri yang berbeda

Tabel 1.2

Jumlah Pengunjung Situs Kaskus.co.id

Referensi	Juni 2013
Search Engine : Google	86.600.000
Search Engine : Bing	863.3000
Media Sosial : Facebook	3.035
Media Sosial : Twitter	659
Media Sosial : Gplus	962
Total	86.613.289

Sumber : [www. http://data.any.web.id/kaskus.co.id](http://data.any.web.id/kaskus.co.id)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung situs kaskus melalui *search engine* google, yaitu sebanyak 86.600.000 user.

Setiap hari anggota komunitas Kaskus, yang disebut dengan kaskuser semakin bertambah. Kaskuser memiliki tingkatan pangkat tertentu sesuai dengan jumlah post (komentar dalam sebuah thread) yang dibuat, antara lain newbie (anggota baru dengan jumlah postingan 0-99), kaskuser (100-499), aktivis kaskus

(500-749), kaskus holic (750-999), kaskus addict (1.000-3.999), kaskus maniak (4.000-9.999), kaskus geek (10.000-24.999), kaskus freak (25.000-49.999), dan made in kaskus (>50.000). (Dhianari, 2011:3)

Menurut Davis (1989) minat menerima suatu teknologi akan terbentuk dari persepsi akan kegunaan dan persepsi akan kemudahan yang keduanya akan membentuk suatu sikap terhadap teknologi. Pada saat individu memiliki persepsi bahwa suatu teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan, maka individu akan membentuk suatu sikap positif terhadap teknologi bersangkutan. Sikap terhadap teknologi adalah evaluasi akan keinginan menggunakan suatu teknologi dari calon pengguna teknologi (Moran, 2006). Kemudian sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi akan mendorong minat untuk menggunakan yang pada akhirnya akan menjadi suatu perilaku yang aktual.

Melihat fenomena yang terjadi tersebut maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Desain Fitur dan Enjoyment terhadap e-Retention Melalui e-Kepuasan Pada Pengguna Kaskus.co.id”**

1.2. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Obyek penelitian dibatasi hanya pada komunitas pengguna situs Kaskus.co.id yang berdomisili di Surabaya.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri variabel bebas, variabel *intervening* dan variabel tak bebas.
 - Variabel bebas terdiri dari Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Desain Fitur, *Enjoyment*.
 - Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah e-Kepuasan.
 - Variabel tak bebas dalam penelitian ini adalah *e-Retention*.

1.3. Perumusan Masalah

Fenomena internet telah mengubah pola hidup baru masyarakat Indonesia khususnya di Surabaya. Bagi komunitas pengguna situs Kaskus.co.id akan merasa puas jika kualitas layanan yang diberikan dapat memuaskan kebutuhannya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
2. Apakah variabel Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
3. Apakah variabel Desain Fitur memiliki pengaruh positif terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
4. Apakah variabel *Enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
5. Apakah variabel e-Kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap *e-Retention* pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?

1.4. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentu mempunyai sasaran yang hendak dicapai atau apa yang menjadi tujuan penelitian tentunya jelas diketahui sebelumnya. Dengan demikian adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif variabel Persepsi Kemudahan yang terdiri dari terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
2. Untuk mengetahui pengaruh positif variabel Persepsi Kegunaan yang terdiri dari terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
3. Untuk mengetahui pengaruh positif variabel Desain Fitur yang terdiri dari terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
4. Untuk mengetahui pengaruh positif variabel *Enjoyment* yang terdiri dari terhadap e-Kepuasan pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?
5. Untuk mengetahui pengaruh positif variabel e-Kepuasan yang terdiri dari terhadap *e-Retention* pada pengguna situs Kaskus.co.id di Surabaya?

1.5. Manfaat Penelitian

Selain dari tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, ada juga manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Bagi penulis

Bermanfaat untuk mengembangkan kemampuan menulis karya ilmiah dan menganalisa permasalahan di lapangan. Dan juga menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti mengenai peningkatan kualitas pelayanan pada website untuk dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa internet.

2. Dalam bidang pemasaran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah *khasanah* teori mengenai Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Desain Fitur, *Enjoyment*, e-Kepuasan, dan *e-Retention*

3. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, maka penulisan penelitian di susun secara sistematika kedalam tiga bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik bersifat teoritis maupun praktis serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisikan teori-teori mengenai e-kualitas layanan dan e-kepuasan penelitian terlebih dahulu pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran umum, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisikan simpulan, implikasi, dan rekomendasi.