

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan

KASKUS adalah forum diskusi & jual beli *online* terbesar di Indonesia dan sebagai tempat untuk mencari dan berbagi informasi. Nama KASKUS merupakan singkatan dari kata "Kasak-Kusuk". Saat ini KASKUS dikelola oleh PT. Darta Media Indonesia.

KASKUS berlokasi di Menara Palma-Annex Building P11 Jl. H.R. Rasuna Said Blok X2 Kav. 6 Kuningan, Jakarta 12950.



Gambar 1.1 Logo KASKUS

Sumber : www.kaskus.co.id (Diakses pada 24 Maret 2014)

1.1.2 Skala Usaha, Perkembangan dan Strategi Secara Umum

a. Skala Usaha

Menurut support.kaskus.co.id (26 Maret 2014), awal terbentuknya KASKUS adalah sebagai sebuah komunitas untuk mahasiswa Indonesia yang berada di luar Indonesia yang ingin mendapatkan berita-berita Indonesia terjemahan. Skala usaha KASKUS saat ini meliputi Forum, KASAds, KasPay, KASKUS Donatur dan Forum Jual Beli (FJB).

b. Perkembangan KASKUS

KASKUS didirikan pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat yaitu Andrew Darwis, Ronald, dan Budi

Perkembangan KASKUS dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Perkembangan KASKUS

Tahun	Keterangan
1999	KASKUS didirikan oleh Oleh Andrew Darwis, Ronald, dan Budi di Seattle, Amerika Serikat
2005	KASKUS yang saat itu jumlah anggotanya mencapai 110.000 anggota dinobatkan sebagai “ <i>The Best Indonesian Community</i> ” oleh PC Magazine Indonesia
2006	KASKUS berubah <i>domain</i> dari www.kaskus.com menjadi www.kaskus.us karena penebaran virus brontok
2008	Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata memutuskan mengelola KASKUS secara profesional. Situs KASKUS, pegawai, dan infrastruktur dibawa ke Indonesia. Kantor KASKUS pertama berlokasi di daerah Mangga Besar
2009	Kantor KASKUS pindah ke daerah Melawai, dan mengalami peningkatan tenaga profesional hingga lebih dari 60 orang.
2011	KASKUS memulai kerja sama dengan Global Digital Prima, dan memindahkan kantor ke Menara Palma di daerah Kuningan dan menamakannya KASKUS <i>Playground</i>
2012	Meluncurkan versi baru yaitu KASKUS 2.0. dan kembali menggunakan <i>domain</i> www.kaskus.com atau www.kaskus.co.id
Mei 2014	Meluncurkan versi baru yaitu KASKUS Evolution

Sumber : support.kaskus.co.id (Diakses pada 13 Juni 2014)

c. Strategi Umum

Menurut Ken Dean Lawadinata sebagai *Chairman* KASKUS dalam wawancara dengan Daily Social (15 November 2011) “Strategi yang diterapkan pada KASKUS adalah *Social Commerce*, yaitu *Social* meliputi aktifitas

berinteraksi dengan orang lain melalui *Citizen Journalism* dengan saling berbagi informasi atau artikel, sedangkan *Commerce* meliputi aktifitas jual beli, KASKUS bukan tempat untuk *Show Off* seperti jejaring sosial, namun sebagai tempat yang menyampaikan konsep *connectivity between user*".

1.1.3 Produk dan Layanan

Menurut support.kaskus.co.id (26 Maret 2014), produk dan layanan yang ditawarkan KASKUS adalah sebagai berikut :

a. KASADs atau KASKUS *Advertising*

Produk yang ditawarkan oleh KASKUS berupa jasa pemasangan iklan dalam bentuk teks dan/atau gambar di Forum dan Forum Jual Beli (FJB) KASKUS. Iklan akan ditampilkan setelah thread pertama. Menjamin iklan tersebut langsung terlihat jelas oleh Kaskuser. Pengguna KASADs bisa mengatur sendiri, gambar, teks, anggaran beriklan dan penempatan iklan di halaman forum yang diinginkan.

b. KasPay

KasPay adalah sistem pembayaran online resmi dari PT. Darta Media Indonesia. Saat ini layanan KasPay dapat digunakan di KASKUS dan situs-situs lain yang berafiliasi dengan KasPay. Dalam waktu dekat KasPay akan menjadi sistem pembayaran utama di KASKUS *marketplace* yang akan segera diluncurkan.

c. KASKUS Donatur

KASKUS Donatur adalah sebuah layanan bagi Pengguna KASKUS terutama yang aktif di Forum Jual Beli (FJB) KASKUS untuk menikmati beberapa fasilitas lebih di KASKUS seperti :

- 1) Kapasitas *inbox* pada *Private Message* (PM) yang lebih besar yaitu 500 pesan.
- 2) Dapat menggunakan fitur *Quick Reply* untuk langsung merespon thread tanpa *Captcha*.
- 3) Dapat melihat pemberi *Reputation*.
- 4) Akses ke forum khusus KASKUS Donatur.

d. Forum

Forum KASKUS berisi tentang artikel informasi untuk saling berbagi dan diskusi antara pengguna KASKUS. Secara umum Forum KASKUS terbagi menjadi 3, antara lain :

- 1) Forum : memiliki 48 sub forum
- 2) Regional : memiliki 6 sub forum
- 3) KASKUS *Corner* : memiliki 5 sub forum

e. Forum Jual Beli (FJB)

Forum Jual Beli merupakan forum yang menjadi favorit dan paling sering banyak dikunjungi, forum ini berisi tentang jual beli produk atau jasa yang ditawarkan/dicari oleh calon produsen dan calon konsumen.

Pada Forum Jual Beli terdapat berbagai kategori produk atau jasa yang memudahkan para penjual atau pembeli untuk menjual/membeli suatu produk atau jasa, kategorinya yaitu alat-alat musik, alat-alat olahraga, *fashion*, elektronik, dan lain-lain.

1.1.4 Pengelolaan Sumber Daya

Menurut support.kaskus.co.id (26 Maret 2014), menyatakan bahwa saat ini KASKUS memiliki 30 pegawai yang terbagi dalam tim pemasaran (*marketing*), *sales*, IT dan kreatif dan KASKUS memiliki 122 moderator, adapun susunan organisasi dan *jobdesk* sebagai berikut :

- a. *Chief Executive Owner* (CEO). Saat ini CEO KASKUS adalah Sukan Makmuri. CEO bertugas sebagai perencanaan dan mengevaluasi semua kinerja pegawai.
- b. *Chairman*. Saat ini yang menjabat sebagai *Chairman* adalah Ken Dean Lawadinata. Tugas *Chairman* hampir sama dengan CEO yaitu perencanaan kinerja pegawai, mengevaluasi semua kinerja pegawai dan perwakilan organisasi dalam hubungan dengan pihak luar.
- c. *Administrator* atau *Chief Community Officer* (CCO). Saat ini yang menjabat sebagai *Administrator* atau *Chief Community Officer* (CCO) adalah Andrew Darwis. Tugas CCO sebagai penghubung antara KASKUS dan penggunanya, dan mendesain produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

- d. Pemasaran (*marketing*). Tugas Pemasaran yaitu mengenalkan KASKUS kepada calon pengguna melalui berbagai *event* dan *customer relationship*.
- e. *Sales*. Bertugas melakukan penjualan produk.
- f. *Information Technology*. Bertugas mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan IT seperti *maintenance server*, *web developer* dan *IT Solution*.
- g. Kreatif. Bertugas membuat ide-ide yang menarik untuk pengembangan KASKUS.
- h. Moderator dan hansip. Bertugas mengawasi dan mengatur setiap forum pada KASKUS.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini penggunaan internet sudah semakin beragam, mulai dari untuk mencari informasi, mengirim *e-mail*, bermain *game*, mengunggah atau mengunduh *video*, hingga digunakan untuk bisnis. Perkembangan teknologi internet telah mengundang pebisnis untuk mengganti atau menambah sistem pemasaran, dari sistem pemasaran bertatap muka langsung antara penjual atau pembeli, hingga menjadi sistem pemasaran *online* yang tidak mengharuskan penjual atau pembeli untuk bertemu langsung.

Kegiatan jual beli online memudahkan penjual atau pembeli yang mengalami jauhnya jarak wilayah untuk tetap bertransaksi, yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pasar internet sangat luas, tidak hanya di dalam negeri, siapapun dapat bertransaksi hingga luar negeri. Selain hal tersebut, kelebihan dari belanja *online* adalah biaya yang dikeluarkan oleh penjual lebih hemat, seperti biaya pramuniaga, sewa tempat, brosur dan lain-lain.

Saat ini muncul berbagai macam situs belanja *online* yang ramai dikunjungi orang setiap harinya, salah satu situs jual beli online terbesar adalah eBay.com dan amazon.com dan di dalam negeri, Indonesia mempunyai olx.co.id, berniaga.com, lazada.co.id, dan juga kaskus.com atau kaskus.co.id dengan Forum Jual Beli nya. Situs-situs tersebut bisa diakses kapan saja dan dimana saja bahkan saat ini sudah tersedia versi *mobile*.

KASKUS merupakan salah satu situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dan termasuk dalam “*The Top 500 Sites in Indonesia*” pada peringkat ke-7 versi Alexa.com.

Tabel 1.2
The Top 10 Sites in Indonesia Versi Alexa.com

No	Nama Situs	Peringkat versi alexa.com
1.	Google.com	1
2.	Facebook.com	2
3.	Google.co.id	3
4.	Youtube.com	4
5.	Blogspot.com	5
6.	Yahoo.com	6
7.	Kaskus.co.id	7
8.	Detik.com	8
9.	Wordpress.com	9
10.	Twitter.com	10

Sumber : www.alex.com/topsites/countries/ID (Diakses pada 26 Maret 2014)

KASKUS menjadi peringkat pertama situs jual beli *online* yang paling sering dikunjungi di Indonesia dibandingkan situs lainnya, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3

Peringkat Situs Jual Beli *Online* di Indonesia Versi Alexa.com

No	Nama Situs Jual Beli Online	Peringkat versi alexa.com
1.	Kaskus.co.id	7
2.	OLX.co.id	15
3.	Berniaga.com	22
4.	Lazada.co.id	26
5.	Tokopedia.com	27
6.	Bukalapak.com	42
7.	Bhinneka.com	62
8.	Indonetwork.co.id	72
9.	Elevenia.co.id	82
10.	Zalora.co.id	140

Sumber : www.alexacom/topsites/countries/ID (Diakses pada 27 Maret 2014)

Menurut support.kaskus.co.id (26 Maret 2014), bahwa KASKUS dengan slogan “*The Largest Indonesian Community*” juga merupakan rumah bagi siapa saja untuk menemukan segala hal yang dibutuhkan. Jutaan orang menggunakan KASKUS untuk mencari informasi, pengetahuan, bergabung dengan komunitas baru, hingga jual beli segala jenis barang dan jasa dengan harga terbaik.

KASKUS terbagi kedalam dua jenis forum yaitu Forum & Forum Jual Beli (FJB). Forum adalah tempat untuk mendiskusikan segala hal. Forum Jual Beli adalah tempat untuk bertransaksi jual beli segala macam produk atau jasa.

Forum diskusi KASKUS kerap memberitakan informasi yang tidak bisa ditemukan di portal-portal berita lain. Forum Jual Beli juga terbukti sebagai tempat paling lengkap untuk menemukan segala macam produk & jasa.

Di KASKUS juga tercipta jargon & istilah-istilah khas yang akhirnya menjadi budaya pengguna internet di Indonesia. Beberapa diantaranya adalah Juragan, Pertamina, Rekber, COD, Afgan dan istilah-istilah lainnya.

Forum Jual Beli juga mempunyai kelebihan tersendiri, antara lain, pengguna Forum Jual Beli bisa memasang foto barang dagangan sebanyak mungkin tanpa dibatasi minimal foto, dan bisa memberikan keterangan secara jelas terhadap produk/jasa yang ditawarkan dengan maksimal 20.000 huruf pada satu *post*.

Banyaknya situs jual beli *online* di Indonesia menyebabkan banyak pula alternatif pilihan untuk menggunakan situs tersebut. Pada situasi inilah peranan merek sangat dibutuhkan. Menurut Keller dalam Tjiptono (2011:40) sebuah merek lebih dari sekedar produk. produk adalah sesuatu yang diproduksi di pabrik, sedangkan merek adalah sesuatu yang dibeli konsumen.

Doyle dalam Tjiptono (2011:42) menyatakan bahwa merek sukses sebagai nama, simbol, desain atau kombinasi di antaranya yang mengidentifikasi produk organisasi tertentu dengan keunggulan diferensial berkesinambungan, yaitu pelanggan memiliki alasan kuat untuk lebih menyukai merek bersangkutan dibandingkan merek pesaing dan merek mempunyai keunggulan yang tidak mudah ditiru para pesaing.

Rangkuti (2009:15) menyatakan bahwa merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. *Brand equity* menjadi sangat penting bagi pemasar dikarenakan dapat meningkatkan preferensi konsumen terhadap sebuah merek. Analisis *brand equity* merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi untuk menyusun strategi agar merek tersebut menjadi merek yang kuat.

Menurut Aaker dalam Rangkuti (2009:39) menyatakan bahwa ekuitas merek (*brand equity*) adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh suatu barang atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan.

Aaker dalam Rangkuti (2009:39) mengklasifikasikan elemen *brand equity* kedalam empat kategori yang terdiri dari kesadaran merek (*brand awareness*), asosiasi merek (*brand association*), persepsi kualitas (*percieved quality*) dan loyalitas merek (*brand loyalty*).

Hal tersebut menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *BRAND EQUITY* KASKUS TERHADAP PENGGUNAAN FORUM JUAL BELI”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada halaman sebelumnya, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *brand equity* KASKUS pada *user* KASKUS ?
2. Berapa besar pengaruh simultan *brand equity* KASKUS terhadap penggunaan Forum Jual Beli ?
3. Berapa besar pengaruh parsial *brand equity* KASKUS terhadap penggunaan Forum Jual Beli ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *brand equity* KASKUS pada *user* KASKUS
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh simultan *brand equity* KASKUS terhadap penggunaan Forum Jual Beli.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh parsial *brand equity* KASKUS terhadap penggunaan Forum Jual Beli.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan secara teoritis maupun praktis.

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya pada kajian *brand equity* dalam bidang jual beli *online*. Selain itu, penelitian ini pada nantinya dapat digunakan sebagai bahan referensi, acuan dan tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan bahan masukan sebagai landasan dalam menentukan kebijakan pemasaran perusahaan selanjutnya, dan sebagai tambahan informasi bagi manajemen PT. Darta Media Indonesia selaku pengelola KASKUS untuk mengetahui *brand equity* terhadap penggunaan Forum Jual Beli.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan dari penelitian ini disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum tentang isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis yang meliputi : ringkasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari data-data yang didapatkan dalam penelitian dan kemudian diolah serta dilakukan pembahasan dari hasil penelitian tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian.