

RISET DOMAIN CO.ID

LAPORAN TEKNIS

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN KEAMANAN KONSUMEN
DALAM UPAYA PENINGKATAN PENGGUNAAN DOMAIN CO.ID**

**SEBUAH PENELITIAN TERHADAP DOMAIN CO.ID
PADA PERIODE SEPTEMBER - NOVEMBER 2002**

Oleh:

Tim ccTLD-ID:



Didukung Oleh:



**ASOSIASI PENYELENGGARA JASA
INTERNET INDONESIA**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	3
DAFTAR GAMBAR.....	5
SUSUNAN TIM PENELITI	6
KATA PENGANTAR.....	7
BAB 1 PENDAHULUAN.....	8
1.1. Latar Belakang.....	8
1.2. Perumusan Permasalahan.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Konsep Domain Name System	10
2.2. Konsep Generic Top Level Domain (gTLD) dan Country Code Top Level Domain (ccTLD).....	11
2.3. Konsep Kepuasan Konsumen.....	12
2.4. Konsep Keamanan Domain	13
2.5. Hubungan Antara Pelayanan/Dukungan, Kualitas dan Kepuasan Konsumen.....	16
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	17
3.2. Metode Penelitian.....	17
3.3. Populasi dan Sample.....	17
3.4. Disain Penelitian.....	18
3.5. Variabel Penelitian.....	19

BAB 4 HASIL PENELITIAN.....	20
4.1. Responden dan Instrumen.....	20
4.2. Deskripsi Responden.....	20
4.3. Uji Realiabilitas dan Validitas.....	24
4.4. Analisis Hipotesis.....	25
4.4.1. Hipotesis 1	25
4.4.2. Hipotesis 2	26
4.4.3. Hipotesis 3	27
4.4.4. Rekapitulasi Hasil Uji Spearman's Rho.....	27
4.4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
4.4.6. Uji ANOVA dan Koefisien.....	29
4.4.7. Analisis Wilcoxon's Signed Rank 1.....	31
4.4.8. Analisis Wilcoxon's Signed Rank 2.....	32
4.4.9. Rekapitulasi Analisis Wilcoxon's Signed Rank.....	32
4.4.10. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	33
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	 34
5.1. Kesimpulan.....	34
5.2. Implikasi dan Saran.....	35
5.3. Potensi Masalah Terbuka.....	36
 DAFTAR ACUAN.....	 37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.	Data Statistik Sengketa Domain .COM	15
Tabel 3.2.	Statistik DT2 - CO.ID	17
Tabel 3.3.	Rekapitulasi Jenis Hipotesis Penelitian.....	19
Tabel 4.1.	Jenis Responden.....	20
Tabel 4.2.	Sebaran Gender Responden.....	20
Tabel 4.3.	Sebaran Usia Responden	21
Tabel 4.4.	Sebaran Tingkat Pendidikan Responden.	21
Tabel 4.5.	Sebaran Pekerjaan Responden.....	22
Tabel 4.9.	Responden Melakukan Transaksi Kartu Kredit Dalam Media Internet.....	22
Tabel 4.10.	Responden Pernah Menggunakan Layanan Internet Banking	22
Tabel 4.11.	Transaksi Kartu Kredit Atau Penggunaan Internet Banking Sudah Cukup Aman Dalam Media Internet.....	23
Tabel 4.12.	Domisili Badan Usaha Responden di JABOTABEK....	23
Tabel 4.13.	Domisili Badan Usaha Responden Diluar JABOTABEK.....	24
Tabel 4.18.	Korelasi antara antara tingkat kepuasan konsumen dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.....	26
Tabel 4.19.	Korelasi antara antara tingkat keamanan konsumen dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.....	26
Tabel 4.20.	Korelasi antara antara tingkat kepuasan konsumen dengan faktor keamanan konsumen domain CO.ID.....	27

Tabel 4.21.	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis Spearman's rho.....	27
Tabel 4.22.	Jenis Variabel Yang Digunakan.....	28
Tabel 4.23.	Besaran Variabel Berpegaruh.....	29
Tabel 4.24.	Hasil Olah Analisis Variansi (ANOVA).....	29
Tabel 4.25.	Konstanta dan Koefisien Persamaan Regresi.....	30
Tabel 4.26.	Wilcoxon's Signed Ranks Test 1.....	31
Tabel 4.27.	Test Statistic 1.....	31
Tabel 4.28.	Wilcoxon's Signed Ranks Test 2.....	32
Tabel 4.29.	Test Statistic 2.....	32
Tabel 4.30.	Rekapitulasi Analisis Wilcoxon's Signed Ranks.....	32
Tabel 4.31.	Rekapitulasi Hasil Pengajuan Hipotesis.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Bagan Ilustrasi gTLD dan ccTLD.....	11
Gambar 3.1.	Kerangka Disain Penelitian.....	18

***Susunan Tim Peneliti
Riset Domain CO.ID***

Pembimbing Penelitian : Prof. DR. Gerardus Polla M.App.Sc

Pembina : Budi Rahardjo, PhD

Peneliti Utama : Indra K. Hartono, MMIS

Staff Penelitian : S. Suyanto

Adi K

Hengky S

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya ucapkan Alhamdulillah pada ALLAH S.W.T. atas segenap rahmat, hidayah serta karuniaNYA, penelitian ini dapat diselesaikan pada waktunya. Serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. DR. *Gerardus Polla M.App.Sc.*, yang telah memberikan atensi serta waktu pada penelitian ini dengan penuh kesabaran.

Dalam kesempatan ini, saya juga mengucapkan banyak terima kasih atas segenap kontribusi baik secara moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung, antara lain kepada;

1. Rekan-rekan dalam APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) khususnya Sdr. *Johar Alam* dan Sdr. *Heru Nugroho* yang secara proaktif mendukung penelitian ini.
2. Segenap rekan dalam ccTLD-ID (Country Code Top Level Domain - Indonesia), khususnya pada *Budi Rahardjo*, PhD., Ir. *Maman Sutarman* serta seluruh Domain Administrator yang kerap kali memberikan bantuan serta semangat.

Demikian maraknya penggunaan Internet dalam masyarakat kita, namun berbagai aspek penggunaan domain belum secara esensial dipahami oleh sebagian besar masyarakat. Bahkan dalam persepsi masyarakat umum sering ditemukan pandangan yang menganggap bahwa Internet itu identik dengan .COM (*dotcom*), hal tersebut merupakan tantangan untuk memulai mencoba meneliti kondisi domain CO.ID secara obyektif, berdasarkan pada metode riset yang baku, memiliki fundamental empiris disertai data yang valid dan reliabel.

Tidak ada gading yang tidak retak, bilamana dalam penyajian penelitian ini terdapat beberapa kesalahan, baik disengaja maupun tidak, sebelumnya Penulis ingin menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, November 2002

Indra K. Hartono, MMIS

I. PENDAHULUAN

I. 1. Latar Belakang

Dunia Internet tidak mengenal batas negara dan telah menciptakan suatu paradigma baru yang mempermudah interaksi antar individu maupun bisnis. Internet yang semula tumbuh dan berkembang dari kalangan akademisi kemudian berkembang menjadi sarat muatan komersial. Hal ini karena peranan Internet yang berhasil mengubah dan meningkatkan efisiensi maupun efektifitas dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk aspek bisnis.

Dewasa ini, implementasi e-Bisnis telah berkembang dengan pesat. Definisi pada e-Bisnis dapat mengacu sebagai bisnis yang dengan cermat menggunakan teknologi serta suatu bisnis yang menggunakan proses bisnis terpilih melalui transformasi teknologi komputer dan teknologi jaringan (Spring, 1999).

Persepsi pada masyarakat pada umumnya dapat disinyalir bahwa penggunaan domain .COM sebagai representasi atau identitas e-Bisnis di Internet memiliki nilai yang lebih prestisius jika dibandingkan dengan menggunakan domain CO.ID. Tentunya pandangan ini tidak seluruhnya benar. Pada kenyataannya hampir tidak beralasan jika domain CO.ID merupakan jenis domain yang kurang diminati oleh kalangan pelaku e-Bisnis di Indonesia. Sementara itu, dalam dinamika masalah keamanan pengguna domain .COM akhir-akhir ini tidak sedikit ditemukan kasus-kasus penyalahgunaan yang cukup menonjol.

Dilain sisi, kepuasan konsumen dalam menggunakan domain merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan bagi pengelola domain kedua faktor tersebut menjadi fokus pada penelitian ini serta akan ditelaah secara mendalam. Penelitian ini akan menggunakan pengguna domain CO.ID sebagai obyek penelitian, selain itu juga akan mengambil sampling dari beberapa kalangan praktisi Teknologi Informasi dan Penyelenggara Jasa Internet, dimana peneliti berpandangan bahwa dari kalangan ini memiliki pemahaman yang cukup mendalam atas perkembangan domain di Indonesia.

I. 2. Perumusan Permasalahan

Dalam penelitian ini penulis melakukan survei yang berawal dari telaah kajian berbagai teori untuk kemudian dilakukan deduksi logika dalam penyusunan hipotesis. Induksi logika atas generalisasi empiris dalam bentuk kesimpulan akan dilakukan pada akhir penelitian. Adapun pembatasan-pembatasan yang penulis lakukan dalam pembahasan dan permasalahan adalah hal-hal sebagai berikut.

- Pertama :** Apakah ada *hubungan* maupun *pengaruh* antara faktor kepuasan konsumen domain CO.ID dengan upaya peningkatan penggunaan domain CO.ID?.
- Kedua :** Apakah ada *hubungan* maupun *pengaruh* antara faktor keamanan dalam domain CO.ID dengan upaya peningkatan penggunaan domain CO.ID?.

Sedangkan lembaga pengelola domain Indonesia yang dimaksud sebagai pengelola domain adalah ccTLD-ID (Country Code Top Level Domain-ID) atau lebih populer dengan istilah IDNIC (Indonesia Network Information Centre).

Jenis Domain yang akan diteliti ialah hanya domain CO.ID, dimana jenis domain ini didelegasikan pada jenis Badan Usaha yang terdaftar resmi di wilayah hukum Republik Indonesia.

Penelitian dalam riset ini dilakukan dengan berfokus pada para pengguna domain CO.ID melalui beberapa aspek penelitian yang berdasarkan pada variabel kepuasan, keamanan serta beberapa upaya dalam peningkatan penggunaan domain CO.ID sebagai pilihan alternatif dalam implementasi e-Bisnis di Indonesia.

Peneliti juga akan mengambil sampling dari beberapa kalangan praktisi Teknologi Informasi dan Penyelenggara Jasa Internet, dimana peneliti berpandangan bahwa dari kalangan ini memiliki pemahaman yang cukup mendalam atas perkembangan domain di Indonesia.

I. 3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan dalam rangka penyusunan riset ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- ◆ Penelitian ini bertujuan agar secara obyektif dapat memberikan penilaian yang ilmiah atas domain *CO.ID* dimana hal tersebut sangat relevan sebagai sumber informasi bagi kalangan praktisi bisnis dimana sebagian besar masih cenderung “*dotcom minded*”.
- ◆ Penelitian ini juga tidak memberikan perbandingan yang menyeluruh antara domain “*dotcom*” maupun domain CO.ID dari sisi teknis maupun operasionalnya, namun penekanannya lebih kepada analisis kuantitatif dimana konsumen (*end-user*) domain CO.ID akan menjadi obyek penelitian secara ilmiah.
- ◆ Penelitian ini juga bertujuan agar dapat membuka dimensi baru serta pengertian yang lebih komprehensif pada domain CO.ID. Kaidah ilmiah penelitian maupun penilaian yang obyektif harus tetap dijaga serta dapat menjadi standar kajian pada penelitian jenis domain tingkat dua di Indonesia lainnya.

I. 4. Manfaat Penelitian

Dari hasil akhir penelitian ini akan diketahui variabel-variabel yang memiliki hubungan dengan upaya peningkatan penggunaan domain CO.ID, sehingga kemudian yang diharapkan adalah:

- ◆ **Bagi perusahaan** yang akan (atau sudah) menggunakan e-Bisnis sebagai sarana perluasan usaha mereka, dapat digunakan untuk memahami posisi domain CO.ID secara lebih mendalam.
- ◆ **Pada masyarakat luas** yang belum begitu jelas atau mengerti apa dan bagaimana domain *CO.ID* setidaknya akan mendapat pemaparan yang cukup mendalam dan proporsional atas domain *CO.ID* ini.

- ◆ **Bagi pengelola domain**, Penelitian ini juga akan memberikan informasi yang komprehensif sebagai bahan kajian strategis, khususnya di Indonesia dan pada umumnya pengelola Country Code Top Level Domain lainnya di dunia.
- ◆ **Bagi Pemerintah** Penelitian ini juga akan memberikan input sebagai bahan kajian strategis bagi pengambil kebijaksanaan publik pada umumnya.
- ◆ **Bagi lembaga profesional** dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan kajian strategis bagi pola e-Bisnis secara umum, seperti: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) maupun lembaga lainnya yang membutuhkannya.
- ◆ Memberikan **sumber informasi** yang bermanfaat bagi para konsultan maupun praktisi Teknologi Informasi.
- ◆ **Sebagai sumber referensi** bagi para peneliti lainnya yang akan mengembangkan jenis penelitian ini kelak dikemudian hari.

II. LANDASAN TEORI

II. 1. Konsep Domain Name System

Sayang sekali banyak pelaku Internet yang belum mengerti masalah teknis dari pengelolaan nama domain ini. Setiap komputer yang terhubung ke Internet (dengan menggunakan protokol TCP/IP) memiliki “alamat” atau nomor yang disebut nomor IP. Contoh nomor IP adalah 167.205.21.82. Hubungan antar komputer dilakukan dengan menggunakan nomor IP ini. Namun manusia memiliki kelemahan untuk mengingat angka, maka akan sulit diingat jika alamat email adalah berupa nomor seperti 7825@167.205.21.82.

Sebuah domain pada prinsipnya akan menjadi sebuah simbol yang merupakan suatu sarana interaksi yang peranannya cukup dominan bagi kalangan pelaku bisnis. Benturan antara sesama pelaku bisnis, dalam memilih nama dan jenis domain tak pelak lagi menjadi hal biasa. Simbol atau ciri badan usaha berlomba-lomba dijadikan bagian dari domain. Cenderung terdapat suatu persepsi yang keliru, bahwa nama domain berkaitan erat dengan faktor sukses dalam implementasi e-Bisnis di Internet. Bahkan tidak dapat dipungkiri karena makin maraknya pelaku bisnis yang menganggap dengan menggunakan domain .COM (*dot com*) menjadi semacam justifikasi bahwa memang penggunaan domain .COM lebih jauh menarik jika dibandingkan dengan menggunakan jenis domain lainnya.

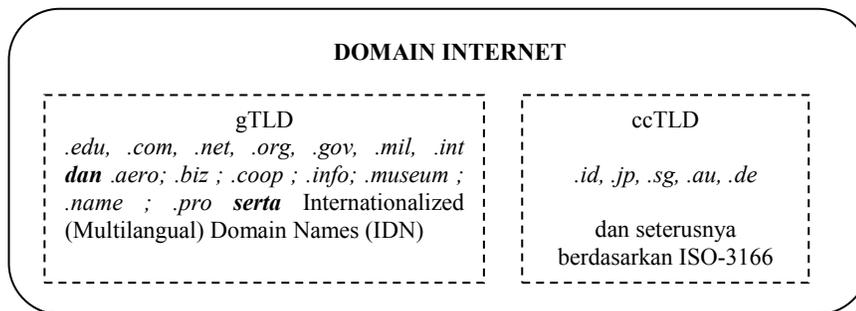
Dengan kata lain, Domain Name System (DNS) memberikan layanan translasi nomor IP ke nama secara terdistribusi. Selain layanan translasi ini ada juga layanan lain di DNS seperti informasi tentang mail server (yang disebut *MX record*), jenis komputer dan sistem operasinya, serta lokasi dari server tersebut. Sistem DNS mendelegasikan pengelolaan nama komputer dengan menggunakan mekanisme “nama domain” (Rahardjo, 2002). Konsep DNS ini terus berkembang hingga saat ini. Implementasi DNS yang paling populer adalah spesifikasi dari perangkat lunak Berkeley Internet Name Domain (BIND) yang pada awalnya dikembangkan oleh Universitas of California di Berkeley sebagai sebuah proyek yang disponsori oleh US Defense Advanced Research Projects Administration (DARPA).

II. 2. Konsep Generic Top Level Domain (gTLD) dan Country Code Top Level Domain (ccTLD)

Domain di Internet dapat diklasifikasikan menjadi dua kelas, yaitu gTLD (Generic Top Level Domain) dan ccTLD (Country Code Top Level Domain). Mending Jon Postel adalah seorang pelopor dalam pembentukan gTLD dalam sebuah konsep yang dituangkannya pada RFC-1591, *Domain Name System Structure and Delegation* dimana konsep tentang aspek pengelolaan sebuah TLD (Top Level Domain) diusulkan beberapa nama umum atau *generic* sehingga hingga kini lebih dikenal sebagai gTLD serta konsep dasar dalam pengelolaan TLD hingga sekarang masih digunakan sebagai tolok ukur standar.

Domain yang termasuk kedalam gTLD adalah domain yang berakhiran dengan kata *.edu*, *.COM*, *.net*, *.org*, *.gov*, *.mil*, dan *.int*. Pada mulanya pengelolaan gTLD dilakukan oleh IANA yang kemudian mendelegasikan operasionalnya kepada Network Solutions Inc. atau InterNIC. Saat ini pengelolaan gTLD dikoordinir oleh ICANN dan beberapa registrar (yang terakreditasi oleh ICANN). Daftar lengkap registrar dan informasi tentang gTLD dapat diperoleh di situs ICANN (Budi Rahardjo, 2002). Pada pertemuan 16 November 2000, ICANN telah memilih tujuh buah Generic Top Level Domain baru yaitu: *.aero*; *.biz*; *.coop*; *.info*; *.museum*; *.name*; *.pro*. Implementasi dan operasionalisasi ketujuh gTLD baru tersebut hingga saat riset ini disusun masih dalam proses persiapan.

ccTLD adalah kumpulan domain yang berbasis nama negara yang didefinisikan di ISO-3166. Sebagai contoh Indonesia memiliki top level domain dengan akhiran “.id”, Sebagai ilustrasi, susunan gTLD dan ccTLD dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1. Bagan Ilustrasi gTLD dan ccTLD

Sedangkan pada jenis domain Internationalized (Multilingual) Domain Names (IDN) ialah jenis domain yang mengacu pada karakter-karakter khusus (non romawi) seperti nama domain yang menggunakan: huruf Kanji, huruf Cina, huruf Arab dan sebagainya. Namun demikian, jenis domain ini masih dapat digolongkan pada jenis domain gTLD, karena memang IDN masih mengacu pada gTLD sebagai *second-level domain* nya.

Sebagai contoh:

网域.com, 例子.com

Pada saat riset ini disusun, jenis domain IDN ini masih dalam fase standarisasi pada protokol maupun resolusi akhir lainnya serta belum diimplementasikan secara umum.

II. 3. Konsep Kepuasan Konsumen

Secara hakiki, manusia pada dasarnya tidak akan merasa puas. Dalam konteks pengukuran kepuasan konsumen, tidak dapat digunakan ukuran absolut namun sebagai parameter pengukuran ini dapat digunakan beberapa pandangan yang sebagaimana disimpulkan dari literatur dan interview yang sudah divalidasi baik secara personal maupun grup, ada 3 komponen penting atas kepuasan konsumen, yaitu:

- ◆ Ringkasan respon afektif yang intensitasnya bervariasi.
- ◆ Fokus kepuasan disekitar pilihan produk, pembelian dan konsumsi.
- ◆ Penentuan waktu yang beragam tergantung situasi, namun umumnya terbatas pada durasi (Giese & Cote, 2000).

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Gerson, 1993, hal 3). Sedangkan menurut Kotler, tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang karena adanya perbandingan antara kesan terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan dari orang tersebut. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan (Kotler, 1995, hal 458). Dalam penelitian ini, yang dimaksud pelanggan adalah konsumen atau pengguna (*end-user*) jasa domain yang menggunakan domain CO.ID sebagai sarana e-Bisnis.

Yoeti (2000, hal 32) juga membahas terhadap 3 kemungkinan kepuasan yang berhubungan dengan performansi (*performance*) dan harapan (*expectation*) yaitu:

a. *Performance < Expectation*

Bila hal ini terjadi, maka pelanggan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan jelek, karena harapan pelanggan tidak terpenuhi atau pelayanannya kurang baik, belum memuaskan pelanggan.

b. *Performance = Expectation*

Tidak istimewa, pelayanan yang diberikan biasa saja karena belum memuaskan pelanggan.

c. *Performance > Expectation*

Terjadi bila, pelayanan terhadap pelanggan baik dan memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan optimal, bila kita selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan berusaha melebihi harapan pelanggan.

Dalam penelitian ini, obyek penelitian yaitu produk domain Internet dapat dikategorikan produk fisik, namun produk ini sarat akan muatan yang berbentuk jasa.

Tidak seperti perusahaan yang menghasilkan produk fisik seperti TV misalnya, yang penanganan konsumen produk tersebut sudah memiliki kriteria baku. Domain CO.ID memiliki beberapa kriteria yang unik dalam penanganannya, antara lain dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Domain CO.ID bersifat didelegasikan kepada pengguna/konsumennya.

Pada prinsipnya domain tidak perjual belikan dan analogi yang cocok ialah seperti Hak Guna Bangunan (HGB) pada industri perumahan (*real-estate*).

2. Layanan purna jual pada domain CO.ID berupa aktifitas perubahan database yang meliputi: ubah atau hapus data.
Domain CO.ID tidak seperti produk konvensional lainnya yang besar kemungkinan memerlukan proses servis atau perawatan berkala.
3. Sebagian besar konsumen (*end-user*) domain CO.ID memiliki keterikatan pada pihak lain, dalam hal ini ialah: Penyelenggara Jasa Internet, Webhosting atau konsultan teknis dimana mereka menempatkan domain mereka.

Dengan demikian, biasanya paket layanan dari pihak lain memberikan kontribusi yang cukup dominan bagi arah serta pengembangan e-Bisnis konsumen yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini, fokus pengamatan dalam segi kepuasan konsumen secara umum adalah bertitik tolak dari pendapat, reaksi serta pengalaman konsumen pengguna domain CO.ID. Dalam hal ini peneliti memiliki asumsi bahwa parameter kepuasan konsumen dapat diukur dan diuji melalui perbandingan tingkat kepuasan antara kedua jenis domain yang berbeda. Dengan demikian dapat ditemukan suatu pola yang dapat memberikan gambaran dalam bentuk tataran makro dari sisi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan domain CO.ID maupun dari sisi penggunaan domain .COM (atau jenis domain gTLD lainnya).

Adapun beberapa parameter utama yang menjadi obyek penelitian pada segi kepuasan konsumen domain CO.ID ialah:

- Pada periode Pra Registrasi Domain:
 - Informasi, biaya, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.
- Pada periode Pasca Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.

II. 4. Konsep Keamanan Domain

Berdasarkan atas kompilasi mengenai konsep keamanan Internet oleh Parmar dan Duncan yang kemudian ditranslasikan dalam format html oleh Manson (2000), secara umum telah mendefinisikan beberapa kategori ancaman (*threats*) yang dapat diimplementasikan pada pengelolaan domain CO.ID ialah berbagai ancaman, sebagai berikut:

- ◆ Kesalahan atau penghilangan (data).
- ◆ Penipuan dan pencurian (data).
- ◆ (Rasa) ketidakpuasan karyawan.
- ◆ Fisik dan infrastruktur.
- ◆ Kejahatan hacker.
- ◆ Spionase industri.
- ◆ Kejahatan kode.
- ◆ Kejahatan perangkat lunak.
- ◆ Spionase negara asing.

Atas beberapa ancaman tersebut diatas, maka faktor keamanan dalam pengelolaan domain CO.ID memerlukan sinergi maupun koordinasi dengan berbagai pihak lainnya.

Berdasarkan atas observasi peneliti, jenis ancaman butir kedua yaitu: *penipuan dan pencurian (data)* merupakan jenis ancaman yang paling menonjol, jika dibandingkan jenis ancaman lainnya. Walaupun tidak tertutup kemungkinan jenis ancaman lainnya juga turut berpotensi mengganggu pengelolaan domain CO.ID. Upaya antisipasi terhadap ancaman tersebut ialah dengan tegas telah dilakukan melalui cara:

a. Penolakan terhadap permohonan domain yang tidak memenuhi kriteria.

b. Validasi data pendaftar, baik untuk proses: baru, ubah atau hapus.

Sejauh ini, pengelolaan domain CO.ID dilakukan dengan menganut asas kehati-hatian (*prudence*) serta selalu melakukan proses evaluasi dari beberapa kesalahan yang terjadi dalam pengelolaan domain .COM. Prinsip liberalisme dalam pengelolaan .COM tidak mungkin ditiru mentah-mentah dalam pengelolaan domain CO.ID karena memiliki potensi resiko sangat signifikan, diantaranya ialah: penggunaan kata sebagai nama domain diluar kaidah atau norma yang sesuai dengan budaya Indonesia. Kondisi ini merupakan implikasi atas begitu populernya serta begitu mudahnya pendelegasian domain .COM sehingga pembiasaan pemahaman tersebut dapat menjadi suatu obyek penelitian yang cukup menarik bagi peneliti. Ketika riset ini disusun, sudah terbukti terjadi banyak kasus penyalahgunaan domain .COM pada pengguna di Indonesia yang cukup merugikan bagi beberapa pihak. Mengingat domain .COM memiliki pola yang sangat rapuh dari sisi keamanannya, apapun motivasi dibalik penyalahgunaan tersebut, hal itu membuktikan bahwa domain .COM memiliki potensi kelemahan keamanan yang sangat besar.

Dalam domain .COM (atau gTLD lainnya) dikenal Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy (lebih dikenal sebagai UDRP), dimana jika terjadi perselisihan dalam domain ini maka perselisihan tersebut diajukan pada beberapa Lembaga Arbitrase, seperti:

- Asian Domain Name Dispute Resolution Centre [ADNDRC]
- CPR Institute for Dispute Resolution [CPR]
- eResolution [eRes]
- The National Arbitration Forum [NAF]
- World Intellectual Property Organization [WIPO]

Fungsi lembaga tersebut adalah sebagai mediator atas sengketa yang terjadi dalam domain .COM (atau gTLD lainnya), dimana lembaga tersebut memiliki tambahan (suplemen) peraturan yang disesuaikan masing-masing kedaulatan hukum.

Sedangkan jika ditinjau dari jumlah perselisihan atau sengketa atas domain .COM (atau jenis gTLD lainnya), berikut ini adalah data statistik sejumlah status persengketaan yang telah diproses lebih lanjut.

Tabel 2.2. Data Statistik Sengketa Domain .COM (atau gTLD lainnya)
 Statistical Summary of Proceedings Under Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
 Summary of Status of Proceedings

Proceedings	Domain Names	Proceeding Status
445	663	Pending
24	34	Case suspended at complainant's request
20	22	Case suspended, other
489	719	Total undisposed proceedings
5053	8700	Name transfer
43	56	Registration cancelled
1293	1593	Decision for respondent
41	587	Split decision
6430	10936	Dispositions by decision
8	15	Settlement with transfer
20	20	Settlement, unspecified result
4	7	Dismissal with prejudice
587	873	Dismissal without prejudice
159	187	Dismissal, unspecified
778	1102	Dispositions without decision
14	16	Proceedings terminated for recommencement

Sumber: ICANN Corp, [Online] Available: <http://www.icann.org/udrp/proceedings-stat.htm> [2003, Jan 10]

Dalam penelitian ini, fokus pengamatan dalam segi keamanan konsumen secara umum adalah bertitik tolak dari pendapat, reaksi serta pengalaman konsumen pengguna domain CO.ID. Dalam hal ini peneliti memiliki asumsi bahwa parameter keamanan konsumen dapat diukur dan diuji melalui perbandingan tingkat keamanan antara kedua jenis domain yang berbeda.

Dengan demikian dapat ditemukan suatu pola yang dapat memberikan gambaran dalam bentuk tataran makro dari sisi tingkat keamanan konsumen dalam menggunakan domain CO.ID maupun dari sisi penggunaan domain .COM (atau jenis domain gTLD lainnya). Adapun beberapa parameter utama yang menjadi obyek penelitian pada keamanan konsumen domain CO.ID ialah:

- Pada periode Pra Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.
- Pada periode Pasca Registrasi Domain:
 - Informasi, kemudahan pelayanan maupun persepsi secara umum lainnya dari para pengguna domain.

II. 5. Hubungan antara pelayanan/dukungan, kualitas dan kepuasan konsumen

Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara yang dirasakan dengan yang diharapkan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Sebaliknya makin rendah tingkat kesesuaian antara yang dirasakan dengan yang diharapkan, maka makin rendah tingkat kepuasan pelanggan.

Menurut Zeithaml, terdapat 10 aspek kualitas layanan secara umum (Zeithaml, 1990, hal 178) yaitu :

- ◆ *Tangible*: penampilan fisik peralatan, personalia dan materi komunikasi.
- ◆ *Reliability*: kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan secara bertanggung jawab dan akurat.
- ◆ *Responsiveness*: keinginan untuk membantu pengguna dan menyediakan layanan yang cepat.
- ◆ *Competency*: penguasaan kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan.
- ◆ *Courtesy*: sopan santun, respek dan bersahabat dari personalia penghubung
- ◆ *Credibility*: dapat dipercaya akan pemurah dari penyedia layanan
- ◆ *Security*: bebas dari bahaya resiko dan keraguan
- ◆ *Access*: kemudahan dihubungi dan dedikasi
- ◆ *Communication*: menjaga pengguna selalu diinformasikan dalam bahasa yang mudah dimengerti, dan selalu mau mendengarkan keluhan pengguna
- ◆ *Understanding the customer*: selalu berusaha untuk mengerti pengguna dan kebutuhannya.

Kesepuluh aspek ini dapat memberikan gambaran kualitas yang dapat memuaskan pelanggan atau pengguna. Zeithaml mengidentifikasi penyebab kegagalan dalam kualitas layanan dalam 5 kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan penyedia (Zeithaml, 1990, hal 180), yaitu bentuk kesenjangan dalam hal:

- ◆ Antara layanan yang diharapkan dengan persepsi manajemen ekspektasi pengguna.
- ◆ Antara kualitas layanan.
- ◆ Antara hasil penyerahan layanan dengan spesifikasi kualitas layanan.
- ◆ Antara hasil penyerahan layanan dengan nilai komunikasi eksternal pengguna.
- ◆ Antara layanan yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Beberapa aspek hubungan ini akan memperkaya indikator penelitian serta dapat memberikan input yang positif bagi pengelolaan domain CO.ID. Mengingat bahwa produk domain CO.ID memiliki ciri yang unik jika dibandingkan dengan produk konvensional lainnya, maka penerapan aspek kualitas layanan secara umum maupun aspek kegagalannya belum tentu sepadan dan dapat digunakan semuanya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

III. 1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif serta bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan dan keamanan konsumen dalam upaya peningkatan penggunaan domain CO.ID di Indonesia ini mengambil waktu untuk pengambilan sampel antara bulan Agustus - Oktober 2002.

Tempat yang peneliti tentukan sebagai objek penelitian untuk mengetahui hubungan tersebut adalah pada bersumber konsumen domain CO.ID dan kalangan praktisi Teknologi Informasi serta Penyelenggara Jasa Internet dari beberapa kota besar di Indonesia.

III. 2. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam riset *deskriptif* agar dapat menjawab bagaimana hubungan dan pengaruh objek penelitian, sedangkan metoda penelitian yang dipakai adalah metoda dengan melalui pendekatan *kuantitatif* dan dengan cara melakukan *survei* untuk mendapatkan data *primer* yang akan digunakan untuk memperoleh hasil analisa atas penelitian ini. Survei dilakukan kepada responden dengan mengirimkan alamat URL (*Universal Resource Locator*) serta Password pada responden yang terpilih.

III. 3. Populasi dan Sample

Populasi penelitian ini adalah sebagian dari konsumen domain CO.ID, kalangan praktisi Teknologi Informasi dan Penyelenggara Jasa Internet dari beberapa kota besar di Indonesia. Berikut ini tabel jumlah populasi domain CO.ID ketika riset ini disusun:

Tabel 3.2. Statistik DT2 - CO.ID

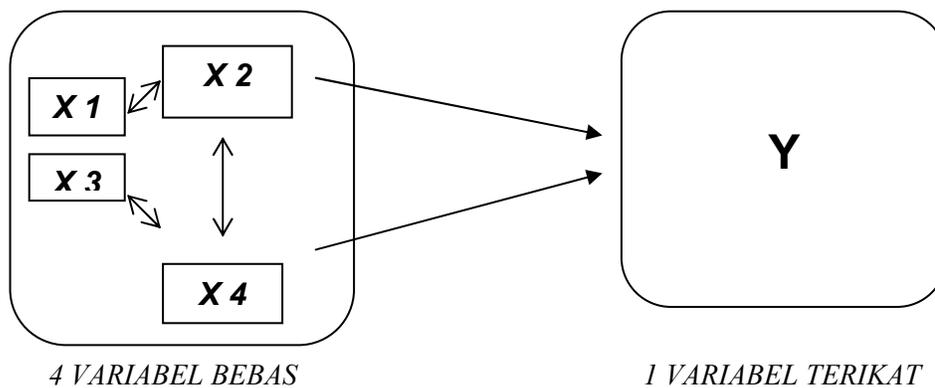
Tahun	Bulan												Total
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	
1995	1				11		6	3	2	11	11	8	53
1996	3	2	5	14	9	11	16	20	30	28	17	46	201
1997	40	8	57	22	55	45	57	47	107	68	28	62	596
1998	132	86	71	72	63	87	81	101	100	153	125	119	1190
1999	57	138	162	103	125	121	130	97	163	116	145	143	1500
2000	92	229	187	199	184	200	150	245	168	160	229	111	2154
2001	150	172	89	147	211	161	155	200	145	153	158	74	1815
2002	132	123	117	178	142	120							812
Total													8321

Pada tabel 3.2 ini nampak bahwa pada 2 tahun terkahir (2000 - 2002) terjadi trend perlambatan pertumbuhan. Dimana diperkirakan karena terjadinya redefinisi pola e-Bisnis diseluruh dunia. Hal tersebut sedikit banyak merubah e-Bisnis konvensional di Indonesia.

Dalam menentukan ukuran sampel, karena populasi pada saat riset ini disusun adalah sekitar 8.300-8.500 pengguna domain, namun _ tidak diketahui secara persis distribusi populasi lainnya, maka hampiran normal untuk \bar{x} (nilai rata-rata sampel) umumnya akan tetap baik bila $n \geq 30$ (Walpole, hal. 180).

III. 4. Disain Penelitian

Disain penelitian perlu peneliti gambarkan untuk memberikan deskripsi penelitian yang dilakukan secara keseluruhan sehingga diperoleh kerangka persepsi yang sama untuk menerangkan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan. Desain penelitian disusun untuk menggambarkan hubungan antarvariabel yang diteliti sebagai gambar 3.1 dan tabel 3.3. berikut ini;



Gambar 3.1. Kerangka Disain Penelitian

III. 5. Variabel Penelitian

Variabel-variabel penelitian dibentuk dengan memperhatikan pengajuan hipotesis yang dalam penelitian ini dapat disebutkan dalam tabel dalam halaman berikut ini.

Tabel 3.3. Rekapitulasi Jenis Hipotesis Penelitian

No	JENIS HIPOTESIS		ANALISIS ANTAR VARIABEL
	H ₀	H ₁	
1	Tidak ada <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID	X2 \longrightarrow Y <i>Analisis Spearman's Rank</i>
2	Tidak ada <i>hubungan</i> antara tingkat <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID	X4 \longrightarrow Y <i>Analisis Spearman's Rank</i>
3	Tidak ada <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan faktor <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan faktor <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID	X2 \longleftrightarrow X4 <i>Analisis Spearman's Rank</i>
4	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> Dilakukan untuk mengetahui atau memprediksi besaran Dependen Variabel dengan menggunakan data Independen Variabel yang telah diketahui besarnya. Analisis ini juga akan mengukur <i>pengaruh</i> antar variabel-variabel tersebut.		X2, X 4 \longrightarrow Y
5	<i>Kepuasan</i> konsumen domain .COM > <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID	<i>Kepuasan</i> konsumen domain .COM < <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID	X1 \longleftrightarrow X2 <i>Analisis Wilcoxon's Signed Rank</i>
6	<i>Keamanan</i> konsumen domain .COM > <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID	<i>Keamanan</i> konsumen domain .COM < <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID	X3 \longleftrightarrow X4 <i>Analisis Wilcoxon's Signed Rank</i>

IV. HASIL PENELITIAN

IV. 1. Responden dan Instrumen

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data dari responden yang telah mengirimkan nama beserta alamat e-mail dengan tujuan agar dapat berpartisipasi dalam penelitian domain CO.ID. Informasi atas adanya penelitian ini telah disebarluaskan melalui portal media *DETIK.COM*, *Harian Bisnis Indonesia* dan beberapa *mailing-list* yang berkaitan dengan praktisi Internet Indonesia, serta menggunakan beberapa buah secara acak (*random*) data dari database konsumen domain CO.ID.

Periode penyebarluasan informasi 9-14 September 2002. Animo maupun umpan balik (*feedback*) responden yang mendaftarkan ternyata cukup menggembirakan. Dari 212 pendaftar, terdapat umpan balik yang valid sejumlah 182 responden. Tabel 4.1 dibawah ini menunjukkan hasil dari penyebarluasan informasi penelitian domain CO.ID.

Tabel. 4.1. Jenis Responden

Jenis Responden	Jumlah
Calon Responden Yang Mendaftar	212
Calon Responden Tidak Valid	30
<i>Jumlah Responden yang dinyatakan valid</i>	182

Kriteria validitas responden adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan alamat e-mail yang dapat dihubungi.
2. Responden tidak melakukan pengisian data lebih dari satu kali.
3. Responden mengisi kuesioner sebelum batas waktu yang ditetapkan.

IV. 2. Deskripsi Responden

Sebelum responden memberikan jawaban pada kuesioner, terlebih dahulu responden diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang secara garis besar dapat menerangkan latar belakang responden, jenis kelamin, usia, pendidikan, lama menggunakan internet, jumlah domain co.id dan domain .com yang pernah didaftarkan, penggunaan kartu kredit maupun jasa Inter Banking melalui media Internet. Begitu pula dengan pertanyaan mengenai jenis bidang usaha, domisili badan usaha dimana responden bekerja. Hasil dari berbagai pertanyaan tersebut disajikan melalui tabel dan grafik sebagai berikut;

Tabel. 4.2. Sebaran Gender Responden

Gender	Jumlah	Persentase
Pria	170	93.41%
Wanita	12	6.59%
Jumlah	182	100%

Jenis kelamin / gender responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini persentase dominan adalah pria, yaitu sebesar 93,41%, sedangkan wanita adalah sebesar 6,59%.

Dari sisi kelompok usia responden seperti tabel di bawah ini maka data usia yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini adalah kelompok usia antara 20 hingga 30 tahun dengan total sejumlah 106 responden atau 58.24% dari 182 responden terpilih.

Tabel. 4.3. Sebaran Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah	Persentase
20-30 Tahun	106	58.24%
31-40 Tahun	69	37.91%
41-50 Tahun	7	3.85%
>50 Tahun	0	0.00%
Jumlah	182	100%

Indikator ini memberikan ini merepresentasikan mayoritas pengguna Internet yang aktif serta telah memahami aspek domain secara umum berada dalam kisaran usia 20 - 40 tahun. Dimana dapat dipahami bahwa kisaran tersebut adalah kelompok usia produktif, sehingga wajar jika mayoritas kelompok usia produktif ini mendominasi jumlah responden dalam penelitian.

Dari segi jenjang pendidikan responden, pada Tabel 4.4. dibawah maka data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden terbanyak diwakili dari kelompok yang berasal dari jenjang Strata 1 (S1) yaitu sebanyak 68.68%.

Tabel 4.4. Sebaran Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SLTP / SLTA	8	4.40%
Akademi / D I - D III	28	15.38%
Strata 1 (S1)	125	68.68%
Strata 2 (S2)	20	10.99%
Strata 3 (S3)	1	0.55%
Jumlah	182	100%

Data menunjukkan bahwa hasil penelitian ini cukup menarik, karena semua jenjang sudah terwakili. Dari tingkat pendidikan Menengah hingga jenjang paling tinggi yaitu tingkat Sarjana Strata 3 (S3), jadi penyebaran dari sisi ini dapat dikatakan cukup merata serta telah memberikan representasi pada semua kelompok pendidikan responden. Sedangkan jika dilihat dari sisi kelompok pekerjaan responden seperti tabel di bawah ini maka data kelompok pekerjaan yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini adalah kelompok Karyawan / Pegawai dengan total sejumlah 124 responden atau 68.13% dari 182 responden terpilih.

Tabel 4.5. Sebaran Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	3	1.65%
Karyawan / Pegawai	124	68.13%
Profesional (Konsultan /Pengacara/lainnya)	27	14.84%
Pengajar/Dosen/Akademisi	1	0.55%
Wiraswasta	27	14.84%
Jumlah	182	100%

Indikator ini memberikan petunjuk bahwa jenis pekerjaan responden didominasi oleh kelompok karyawan. Pada hatekatnya merupakan representasi dari para pengguna domain CO.ID, dimana memang domain tersebut dialokasikan pada segmen perusahaan.

Tabel. 4.9. Responden Melakukan Transaksi Kartu Kredit Dalam Media Internet

Pernah melakukan transaksi dengan menggunakan Kartu Kredit melalui media Internet	Jumlah	Persentase
Ya	123	67.58%
Tidak	59	32.42%
Jumlah	182	100%

Penelitian ini memberikan temuan menarik bagi berbagai kalangan, karena ada indikasi bahwa responden tidak enggan menggunakan kartu kredit melalui media internet. Indikator ini didominasi kelompok responden yang merespon "Ya" yaitu sebesar 123 atau 67.58% dari 182 responden terpilih.

Tabel. 4.10. Responden Pernah Menggunakan Layanan Internet Banking

Pernah menggunakan Layanan Internet Banking	Jumlah	Persentase
Ya	146	80.22%
Tidak	36	19.78%
Jumlah	182	100%

Indikator ini memberikan temuan bahwa responden tidak ragu menggunakan jasa Internet Banking, dengan didominasi kelompok responden yang merespon "Ya" yaitu sebesar 146 atau 80.22% dari 182 responden terpilih.. Indikator ini memiliki arti yang positif bagi kalangan perbankan yang telah mulai gencar memberikan jenis layanan Internet Banking.

Indikator tersebut diperlukan bagi peneliti guna memberikan pemahaman atas persepsi serta penilaian responden, jika pada saatnya diperlukan mekanisme atau pola pembayaran registrasi domain CO.ID melalui media Internet Banking.

Tabel 4.11. Transaksi Kartu Kredit Atau Penggunaan Internet Banking Sudah Cukup Aman Dalam Media Internet

Transaksi Kartu Kredit Atau Penggunaan Internet Banking Sudah Cukup Aman Dalam Media Internet	Jumlah	Persentase
Ya	78	42.86%
Tidak	104	57.14%
Jumlah	182	100%

Indikator ini merupakan suatu hal yang kontradiktif. Bahwa responden tidak ragu menggunakan kartu kredit maupun jasa Internet Banking, namun sebagian besar dari responden memilih bahwa kedua jenis transaksi tersebut belum cukup aman. Indikator ini didominasi kelompok responden yang merespon "*Tidak*" yaitu sebesar 104 atau 57.14% dari 182 responden terpilih.

Indikator tersebut juga memberi petunjuk bahwa peranan faktor keamanan dalam transaksi melalui media internet merupakan suatu faktor penting. Kiranya aspek keamanan transaksi melalui media kartu kredit maupun Internet Banking selayaknya menjadi perhatian utama bagi kalangan perbankan maupun bagi banyak perusahaan yang telah menggunakan e-Bisnis sebagai sarana perluasan usaha di internet.

Tabel. 4.12. Domisili Badan Usaha Responden

Domisili Badan Usaha	Jumlah	Persentase
JABOTABEK (<i>Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi</i>)	122	67.03%
<i>Diluar Jabotabek *</i>	60	32.97%
Jumlah	182	100%

Sebagai indikator tingkat sebaran domisili badan usaha responden pada beberapa kota besar di Indonesia, tampak sangat signifikan bahwa kawasan JABOTABEK masih mendominasi dengan jumlah 122 atau 67.03 % dari 182 responden terpilih.

Hal ini memberikan indikasi yang cukup kuat, bahwa kemungkinan dari badan usaha tersebut memiliki kantor pusat di daerah JABOTABEK. Selain itu, tersedianya kondisi, fasilitas maupun infrastruktur internet di kawasan JABOTABEK kemungkinan lebih baik jika dibandingkan dengan daerah diluar JABOTABEK. Sebagai indikator pendukung, pada tabel 4.13. berikut ini daftar dari berbagai kota lainnya yang merupakan lokasi domisili dari badan usaha responden diluar JABOTABEK.

Tabel. 4.13. *Domisili Badan Usaha Responden Diluar JABOTABEK*

No	*) <i>Domisili Badan Usaha Diluar JABOTABEK</i>	Jumlah	Persentase
1	Bandung	16	26.67%
2	Surabaya	12	20.00%
3	Malang	5	8.33%
4	Semarang	5	8.33%
5	Palembang	3	5.00%
6	Cirebon	2	3.33%
7	Medan	2	3.33%
8	Pekalongan	2	3.33%
9	Yogyakarta	2	3.33%
10	Balikpapan	1	1.67%
11	Berau, Kaltim	1	1.67%
12	Bontang	1	1.67%
13	Denpasar	1	1.67%
14	Gorontalo	1	1.67%
15	Magelang	1	1.67%
16	Makassar	1	1.67%
17	Manado	1	1.67%
18	Padang	1	1.67%
19	Pekanbaru	1	1.67%
20	Samarinda	1	1.67%
Jumlah		60	100%

Melalui indikator ini dapat kita ketahui sebaran dari sejumlah kota besar diluar JABOTABEK, dimana saja domisili dari badan usaha responden berada. Tabel ini memberikan indikasi sebaran yang cukup merata, dimana responden merupakan representasi kondisi makro yang berasal dari 20 kota besar di Indonesia selain JABOTABEK.

IV. 3. Uji Reliabilitas dan Validitas

Reliabilitas atau kehandalan suatu instrumen penelitian (dalam hal ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang terkandung di dalam kuesioner/angket penelitian) perlu dilakukan pengujian di awal suatu analisa sebelum atau sebelum dilakukan pengujian-pengujian tahap berikutnya. Hal ini bertujuan karena Uji Reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden terhadap pertanyaan kuesioner yang diajukan atau dapat juga dikatakan menunjukkan adanya kesamaan jawaban (yang selanjutnya menjadi data) dalam waktu yang berbeda.

Dengan demikian, uji reliabilitas ini menjadi salah satu syarat penting yang berlaku pada metoda penyebaran kuesioner. Bila dari uji reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi yang rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dapat ditangkap dengan baik oleh responden sehingga bila diajukan dalam waktu yang berbeda, jawabannya pun akan berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan di awal sebelum pengolahan berikutnya karena rendahnya konsistensi dan kehandalan instrumentasi penelitian adalah sebagai petunjuk awal dan akan memberikan pengaruh dalam mengukur hubungan-hubungan yang pada dasarnya tidak terlalu kuat digunakan sebagai estimator.

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS dan hasilnya dapat ditunjukkan sebagaimana tabel 4.16. dalam halaman berikut.

Tabel. 4.16. Hasil Uji Realibilitas

VARIABLE	MEAN	VARIANCE	STANDARD DEVIATION	N of VARIABLE	ALPHA
X1 (Tingkat Keamanan Konsumen Domain .COM)	32.3242	19.9772	4.4696	10	0.6068
X2 (Tingkat Keamanan Konsumen Domain CO.ID)	34.8681	39.2864	6.2679	10	0.8661
X3 (Tingkat Kepuasan Konsumen Domain .COM)	26.1538	16.6502	4.0805	10	0.5548
X4 (Tingkat Kepuasan Konsumen Domain CO.ID)	39.2582	36.2147	6.0179	10	0.8942
Y (Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID)	108.6538	195.5756	13.9848	30	0.9043

Nilai batas Alpha sebagai indikator reliabilitas secara umum menggunakan batas 0.7 sebagai batas tingkat kehandalan yang baik. Dari hasil pengujian di atas diperoleh bahwa nilai Alpha semua variabel berada diatas 0.7. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan mengukur variabel X2 dan X4 terhadap Y, sedangkan variabel X1 dan X3 akan digunakan pada perbandingan dengan variabel X2 dan X4.

IV. 4. Analisis Hipotesis

Beberapa hipotesis akan dianalisis sesuai dengan jenis variabel yang akan diteliti..

IV. 4. 1. Hipotesis 1

H₀ : Tidak ada *hubungan* antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

H₁ : Terdapat *hubungan* antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

Sedangkan hipotesis uji Korelasi *Spearman's Rank Correlation Coefficient* adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{H}_0 : \rho = 0$$

$$\mathbf{H}_1 : \rho \neq 0$$

Jika signifikan level > 0,05, maka **H₀** ditolak dan **H₁** diterima.

Tabel 4.18. Korelasi antara antara tingkat **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID

Correlations			AVG-X2	AVG-Y
Spearman's rho	AVG-X2	Correlation Coefficient	1.000	.763**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	182	182
	AVG-Y	Correlation Coefficient	.763**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	182	182

** . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

Keputusan:

Signifikan level (0.000) < 0.05 maka H_0 ditolak.

Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat **hubungan** yang kuat antara tingkat **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

IV. 4. 2. Hipotesis 2

H_0 : Tidak ada **hubungan** antara tingkat **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

H_1 : Terdapat **hubungan** antara tingkat **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

Sedangkan hipotesis uji Korelasi *Spearman's Rank Correlation Coefficient* adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

Jika signifikan level > 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.19. Korelasi antara antara tingkat **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID

Correlations			AVG-X4	AVG-Y
Spearman's rho	AVG-X4	Correlation Coefficient	1.000	.614**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	182	182
	AVG-Y	Correlation Coefficient	.614**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	182	182

** . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

Keputusan:

Signifikan level (0.000) < 0.05 maka H_0 ditolak.

Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat **hubungan** yang kuat antara tingkat **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.

IV. 4. 3. Hipotesis 3

H_0 : Tidak ada *hubungan* antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan tingkat *keamanan* konsumen domain CO.ID

H_1 : Terdapat *hubungan* antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan tingkat *keamanan* konsumen domain CO.ID

Sedangkan hipotesis uji Korelasi *Spearman's Rank Correlation Coefficient* adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

Jika signifikan level $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.20. Korelasi antara antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan faktor *keamanan* konsumen domain CO.ID

Correlations

		AVG-X2	AVG-X4	
Spearman's rho	AVG-X2	Correlation Coefficient	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.	
		N	182	
	AVG-X4	Correlation Coefficient	.628**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	182	182

** . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

Keputusan:

Signifikan level $(0.000) < 0.05$ maka H_0 ditolak.

Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat *hubungan* yang kuat antara tingkat *kepuasan* konsumen domain CO.ID dengan tingkat *keamanan* konsumen domain CO.ID.

IV. 4. 4. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis Spearman's rho

Tabel 4.21. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis Spearman's rho

SPEARMAN'S RHO			
JENIS	HIPOTESIS 1	HIPOTESIS 2	HIPOTESIS 3
HIPOTESIS 1	0,763		
HIPOTESIS 2		0,614	
HIPOTESIS 3			0,628

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis Spearman's rho diatas, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel, membuktikan bahwa seluruh indikator memiliki hubungan yang kuat antara variabel independen (tingkat kepuasan dan tingkat keamanan konsumen domain CO.ID) dan variabel dependen (peningkatan penggunaan domain CO.ID).

Pada hatekatnya, tingkat kepuasan dan keamanan tidaklah diukur melalui suatu paramater yang bersifat absolut. Namun melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa korelasi antar variabel tersebut cukup signifikan. Sehingga dapat memberikan merepresentasikan kondisi makro, dimana tingkat kepuasan dan keamanan domain CO.ID memiliki hubungan yang cukup signifikan dalam konteks peningkatan penggunaan domain CO.ID secara umum.

IV. 4. 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Metoda Backward dimulai dengan memasukkan semua variabel penelitian kemudian dilakukan penyeleksian pada setiap variabel tersebut dimana variabel yang tidak sesuai kecenderungannya di dalam regresi yang ditentukan, akan dikeluarkan satu per-satu.

Dari hasil pengolahan data diperoleh satu model persamaan, hal ini memberi makna bahwa tidak ada variabel yang dibuang dan berarti semua variabel di dalam penelitian ini dapat dimasukkan ke dalam model persamaan regresi yang akan ditentukan pada tahapan berikutnya.

Tabel 4.22. Jenis Variabel Yang Digunakan

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan Konsumen Domain CO.ID, Kepuasan Konsumen Domain CO.ID ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID

Dengan demikian, semua variabel bebas di dalam penelitian ini yaitu: Kepuasan dan Keamanan Konsumen Domain CO.ID dapat digunakan untuk memprediksi seberapa jauh hubungannya terhadap variabel terikat, yaitu Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID.

Tahap berikutnya di dalam pengolahan ini adalah ingin diketahuinya seberapa jauh model persamaan regresi dari variabel-variabel bebas yang telah diketahui kelayakannya tersebut di atas untuk dapat menjelaskan hubungannya dengan variabel terikat penelitian. Semakin jauh model dilihat dari seberapa besar koefisien yang diperoleh dan semakin besar koefisien tersebut berarti semakin besar pengaruh atas kontribusi sampel pada model persamaan regresi itu.

Untuk melihat besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut maka dapat dilihat dari *Adjusted R Square* dari tabel 4.23. (*model summary*) sebagai berikut:

Tabel 4.23. Besaran Variabel Berpegaruh

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.590	*****

a. Predictors: (Constant), Keamanan Konsumen Domain CO.ID, Kepuasan Konsumen Domain CO.ID

Dalam statistik, besaran ini menunjukkan proporsi variansi total dalam respon Y yang diterangkan oleh model yang dicocokkan atau dengan lain perkataan, menunjukkan besarnya persentase variasi yang diterangkan oleh model yang dipostulasikan. Secara lebih sederhana, besaran yang ditunjukkan dalam tabel yaitu sebesar 59% adalah menunjukkan bahwa persentase hubungan dengan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebanyak 59% melalui prediktor dari konstanta variabel Kepuasan dan Keamanan Konsumen Domain CO.ID. Sedangkan sisanya sebesar 41% dijelaskan oleh variabel lain, selain ketiga variabel penelitian ini.

Melalui ini juga dapat dianalisa bahwa lebih kecilnya nilai *Standard Error of The Estimate* dibandingkan dengan standar deviasi variabel terikat (lihat kembali Tabel 4.16. *Hasil Uji Realibilitas*), yaitu sangat kecil (≈ 0.00000) dibandingkan dengan 13.9848 maka berarti model regresi di atas mempunyai besaran simpangan yang lebih kecil. Dengan demikian, hal ini memberikan petunjuk bahwa keluaran model tersebut masih lebih baik untuk digunakan sebagai prediktor.

IV. 4. 6. Uji ANOVA dan Koefisien

Hipotesis statistik untuk uji ANOVA ini adalah:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_1 : \text{Tidak semua } \beta_1, \beta_2 = 0$$

Dari uji Anova atau F-test diperoleh hasil tingkat signifikan adalah 0.000, jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$, jadi dapat disimpulkan bahwa model ini cukup layak digunakan untuk regresi, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.24. Hasil Olah Analisis Variansi (ANOVA)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.378	2	11.689	131.140	.000 ^a
	Residual	15.955	179	8.913E-02		
	Total	39.332	181			

a. Predictors: (Constant), Keamanan Konsumen Domain CO.ID, Kepuasan Konsumen Domain CO.ID

b. Dependent Variable: Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID

Sedangkan koefisien dari model dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dalam kolom B dimana terlihat bahwa semua variabel memiliki tingkat signifikansi yang sangat kuat untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu: Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID (pada $\alpha = 0.05$).

Tabel 4.25. Konstanta dan Koefisien Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.428	.152		9.424	.000
	Kepuasan Konsumen Domain CO.ID	.488	.047	.656	10.48	.000
	Keamanan Konsumen Domain CO.ID	.126	.048	.162	2.594	.010

a. Dependent Variable: Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut bermakna bahwa ada pengaruh yang cukup signifikan antara Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID dengan faktor Kepuasan dan Keamanan Konsumen Domain CO.ID.

Persamaan regresi dari model ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 \\ \hat{Y} &= 1.428 + 0.488 x_1 + 0.126 x_2 \end{aligned}$$

Dimana dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

\hat{y} adalah Peningkatan Penggunaan Domain CO.ID

x_1 adalah Tingkat Kepuasan Konsumen Domain CO.ID

x_2 adalah Tingkat Keamanan Konsumen Domain CO.ID

Dapat diamati bahwa konstanta penggunaan domain CO.ID mempunyai nilai koefisien paling besar, yaitu sebesar 142,8%. Dimana secara umum dapat diartikan bahwa penggunaan domain CO.ID meningkat yang secara positif dipengaruhi oleh tingkat kepuasan konsumen yaitu sebesar 48,8%. Sedangkan tingkat keamanan konsumen adalah sebesar 12,6% ternyata berpengaruh paling kecil diantara variabel dalam penelitian ini.

Sedangkan pada penelitian ini ditemukan bahwa tingkat kepuasan dan keamanan konsumen domain CO.ID tidak menunjukkan angka negatif. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa tingkat kepuasan dan keamanan konsumen domain CO.ID memiliki penilaian positif yang cukup signifikan dimana kedua faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh cukup kuat bagi peningkatan penggunaan domain CO.ID, dimana hasil penelitian ini merupakan representasi kondisi makro dari kalangan pengguna Internet yang tersebar di seluruh Indonesia.

IV. 4. 7. Analisis Wilcoxon's Signed Rank 1

H_0 : Kepuasan konsumen domain .COM > kepuasan konsumen domain CO.ID

H_1 : Kepuasan konsumen domain .COM < kepuasan konsumen domain CO.ID

Hipotesis uji *Wilcoxon's Signed Rank* adalah sebagai berikut:

$$H_0 : Z_{hitung} > Z_{\alpha/2}$$

$$H_1 : Z_{hitung} < Z_{\alpha/2}$$

Dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 182$

Tabel 4.26. Wilcoxon's Signed Ranks Test 1

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
AVG-X2 - AVG-X1	Negative Ranks	66 ^a	77.84	5137.50
	Positive Ranks	108 ^b	93.40	10087.50
	Ties	8 ^c		
	Total	182		

a. AVG-X2 < AVG-X1

b. AVG-X2 > AVG-X1

c. AVG-X1 = AVG-X2

Tabel 4.27. Test Statistic 1

Test Statistics^b

	AVG-X2 - AVG-X1
Z	-3.722 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Dari analisis tersebut didapat:

$$Z_{hitung} = -3.722$$

$$Z_{\alpha/2} = 1.6932$$

Keputusan:

$$Z_{hitung} (-3.722) < Z_{\alpha/2} 1.6932, \text{ maka } H_0 \text{ ditolak dan } H_1 \text{ diterima.}$$

Hasil hipotesis: Tidak ditemukan bukti yang cukup signifikan dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa tingkat kepuasan konsumen domain .COM lebih besar dibandingkan tingkat kepuasan konsumen domain .CO.ID.

IV. 4. 8. Analisis Wilcoxon's Signed Rank 2

H_0 : Keamanan konsumen domain .COM > Keamanan konsumen domain CO.ID

H_1 : Keamanan konsumen domain .COM < Keamanan konsumen domain CO.ID

Hipotesis uji *Wilcoxon's Signed Rank* adalah sebagai berikut:

$$H_0 : Z_{hitung} > Z_{\alpha/2}$$

$$H_1 : Z_{hitung} < Z_{\alpha/2}$$

Dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 182$

Tabel 4.28. Wilcoxon's Signed Ranks Test 2

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
AVG-X4 - AVG-X3	Negative Ranks	19 ^a	27.39	520.50
	Positive Ranks	160 ^b	97.43	15589.50
	Ties	3 ^c		
	Total	182		

a. AVG-X4 < AVG-X3

b. AVG-X4 > AVG-X3

c. AVG-X3 = AVG-X4

Tabel 4.29. Test Statistic 2

Test Statistics^b

	AVG-X4 - AVG-X3
Z	-10.856 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

Dari analisis tersebut didapat:

$$Z_{hitung} = -10.856$$

$$Z_{\alpha} = 6932$$

Keputusan:

$$Z_{hitung} (-10.856) < 6932, \text{ maka } H_0 \text{ ditolak dan } H_1 \text{ diterima.}$$

Hasil hipotesis: Tidak ditemukan bukti yang cukup signifikan dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa tingkat keamanan konsumen domain .COM lebih besar dibandingkan tingkat keamanan konsumen domain .CO.ID.

IV. 4. 9. Rekapitulasi Analisis Wilcoxon's Signed Rank

Tabel 4.30. Rekapitulasi Hasil Analisis Wilcoxon's Signed Rank

Wilcoxon's Signed Rank		
JENIS	Z Hitung	Z_{α}
HIPOTESIS 1	- 3.722	6932
HIPOTESIS 2	- 10.856	6932

HIPOTESIS 1:**H₀** : Kepuasan konsumen domain .COM > kepuasan konsumen domain CO.ID**H₁** : Kepuasan konsumen domain .COM < kepuasan konsumen domain CO.ID $Z_{hitung} (-3.722) < 6932$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.**HIPOTESIS 2:****H₀** : Keamanan konsumen domain .COM > Keamanan konsumen domain CO.ID**H₁** : Keamanan konsumen domain .COM < Keamanan konsumen domain CO.ID $Z_{hitung} (-10.856) < 6932$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis Wilcoxon's Signed Rank diatas, dapat dibuktikan bahwa tingkat kepuasan dan tingkat keamanan pada konsumen domain CO.ID terbukti lebih besar jika dibandingkan dengan tingkat kepuasan dan tingkat keamanan pada konsumen domain .COM. Pada hatekatnya tingkat kepuasan dan keamanan tidaklah diukur melalui suatu paramater yang bersifat absolut, namun melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa perbedaan antar variabel tersebut sangat signifikan., sehingga dapat merepresentasikan kondisi makro tingkat kepuasan dan keamanan konsumen domain CO.ID jika dibandingkan dengan konsumen domain .COM.

IV. 4. 10. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Beberapa hasil penelitian maupun pengujian hipotesis yang telah dijabarkan sebelumnya, maka jika dilakukan rekapitulasi atas pengujian tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.31. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

NO	PENGUJIAN HIPOTESIS	HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS
1	H₀ : Ditolak H₁ : Diterima	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID
2	H₀ : Ditolak H₁ : Diterima	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID
3	H₀ : Ditolak H₁ : Diterima	Terdapat <i>hubungan</i> antara tingkat <i>kepuasan</i> konsumen domain CO.ID dengan faktor <i>keamanan</i> konsumen domain CO.ID
4	H₀ : Ditolak H₁ : Diterima	Keamanan konsumen domain .COM < Keamanan konsumen domain CO.ID
5	H₀ : Ditolak H₁ : Diterima	Kepuasan konsumen domain .COM < kepuasan konsumen domain CO.ID

V. KESIMPULAN

V. 1. Kesimpulan

Dari temuan, paparan, perhitungan serta analisis yang dilakukan pada penelitian domain CO.ID ini dapat diintisarikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- ◆ Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat **hubungan** yang kuat antara faktor **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.
- ◆ Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat **hubungan** yang kuat antara faktor **keamanan** konsumen domain CO.ID dengan peningkatan penggunaan domain CO.ID.
- ◆ Hasil analisis hipotesis membuktikan bahwa terdapat **hubungan** yang kuat antara faktor **kepuasan** konsumen domain CO.ID dengan faktor **keamanan** konsumen domain CO.ID.
- ◆ Penggunaan domain CO.ID meningkat, yaitu sebesar 142,8% yang secara positif dipengaruhi oleh faktor Kepuasan Konsumen, yaitu sebesar 48,8%. Namun faktor Keamanan Konsumen ternyata berpengaruh paling kecil, yaitu sebesar 12,6% diantara semua variabel penelitian.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa faktor Kepuasan dan Keamanan konsumen domain CO.ID tidak menunjukkan koefisien negatif.

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa faktor Kepuasan dan Keamanan konsumen domain CO.ID memiliki nilai positif pada representasi kondisi makro dari kalangan pengguna Internet yang tersebar di seluruh Indonesia. Dimana kedua faktor ini secara bersama-sama berpengaruh cukup signifikan bagi peningkatan penggunaan domain CO.ID secara umum.

- ◆ Tidak ditemukan bukti yang cukup signifikan bahwa tingkat kepuasan konsumen domain .COM lebih besar dibandingkan tingkat kepuasan konsumen domain .CO.ID.
- ◆ Tidak ditemukan bukti yang cukup signifikan bahwa tingkat keamanan konsumen domain .COM lebih besar dibandingkan tingkat keamanan konsumen domain .CO.ID.

V. 2. Implikasi dan Saran

Atas temuan penelitian ini, maka ada beberapa implikasi yang timbul pada beberapa segmentasi dan bidang, yaitu antara lain:

A. Bagi Para Praktisi Internet dan Bagi Para Pimpinan Perusahaan di Indonesia

Dengan semakin meningkatnya penggunaan Internet sebagai media bagi perusahaan saat ini, mungkin ada baiknya agar segmen praktisi serta para pimpinan perusahaan untuk mempertimbangkan menggunakan domain CO.ID sebagai penunjang aktifitas e-Bisnis.

Hendaknya pola pikir yang kemungkinan masih memiliki kecenderungan dalam golongan tipikal "*dotcom minded*" dapat mulai berorientasi pada penggunaan domain lokal. Dimana terbukti bahwa konsumen domain CO.ID secara relatif cukup puas dan merasa cukup aman jika dibandingkan dengan menggunakan domain .COM.

B. Bagi Pengguna Internet di Indonesia

Dengan adanya kasus-kasus penyalahgunaan yang cukup banyak terjadi pada domain .COM dapat menjadi pelajaran yang berharga agar kasus-kasus tersebut tidak terjadi pada komunitas Internet di Indonesia. Mungkin ada baiknya jika kita bercermin pada negara-negara tetangga, seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Philippina maupun Brunai Darussalam yang sudah sangat apresiatif pada domain lokal mereka.

Dalam konteks domain Internet maupun e-Bisnis secara umum, hal tersebut mungkin memerlukan proses dan waktu yang relatif cukup panjang, dimana tidak mudah untuk merubah paradigma serta pandangan masyarakat yang kadangkala masih membanggakan produk asing. Dimana bila dicermati pada salah satu temuan yang berharga dalam penelitian domain CO.ID, ialah bahwa penggunaan domain lokal .CO.ID secara umum lebih aman serta cukup memuaskan jika dibandingkan dengan penggunaan domain asing.

C. Bagi Kalangan Institusi Pendidikan Indonesia

Agar perkembangan dan dinamika pertumbuhan industri Internet Indonesia dapat meningkat, institusi pendidikan perlu memberikan pemahaman komprehensif bagi para siswa maupun mahasiswanya akan pentingnya penggunaan domain lokal.

Dimana pada dasarnya dengan semakin sedikit masyarakat kita menggunakan domain asing, maka akan semakin sedikit pula devisa yang terbuang ke negara asing tersebut. Oleh karena itu, selayaknya dapat dibentuk pola pikir yang bersifat edukatif serta memberikan petunjuk bagi generasi muda agar tidak cenderung lebih terpesona oleh semua produk asing.

D. Bagi Pemerintah Indonesia

Pemerintah perlu memberikan iklim usaha yang kondusif bagi para pengguna infrastruktur maupun pola tarif yang tidak monopolistik. Mengingat tidak begitu banyak masyarakat yang dapat menggunakan Internet karena berbagai hambatan dari segi infrastruktur serta mahalnya tarif. Memang tidak mudah mewujudkan hal tersebut, namun tidak ada salahnya jika Pemerintah dapat mendukung terbentuknya sistem dan pola usaha yang *non monopolistik* bagi para penyelenggara jasa Internet.

Bilamana tercipta suatu iklim usaha e-Bisnis yang cukup kondusif serta mendapat perhatian yang serius oleh Pemerintah, maka potensi pertumbuhan e-Bisnis akan meningkat secara signifikan serta memberikan nilai tambah bagi produk barang maupun jasa.

V. 3. Potensi Masalah Terbuka

Dalam penelitian ini, permasalahan dibatasi hanya pada faktor Kepuasan dan Keamanan konsumen domain. Hasil penelitian bahwa prediktor (kedua faktor) baru bisa menjelaskan sebesar 59% terhadap peningkatan penggunaan domain CO.ID.

Oleh karena itu, ada beberapa hal yang dapat diangkat untuk menjadi bahan penelitian selanjutnya, yaitu antara lain:

- a) Menyelidiki berbagai faktor lain yang memiliki dugaan maupun potensi sebagai pendorong peningkatan penggunaan domain CO.ID. Baik faktor itu merupakan pengaruh kondisi domestik maupun yang disebabkan oleh pengaruh kondisi dari faktor regional maupun multilateral.
- b) Penelitian dengan cakupan lebih luas maupun durasi waktu yang lebih panjang dapat memberikan bentuk generalisasi dari berbagai faktor yang masih belum terungkap dimana secara langsung maupun tak langsung dapat memberikan pengaruh bagi peningkatan penggunaan domain CO.ID.
- c) Perkembangan dari sisi teknologi, peningkatan pelayanan serta kondisi internal pengelolaan domain di negara asing, dapat dijadikan parameter pembandingan yang cukup menarik bagi kondisi maupun infrastruktur pengelolaan domain di Indonesia. Ada baiknya jika masalah tersebut dapat diselidiki pada penelitian lanjutan mengenai domain pada umumnya dan domain CO.ID pada khususnya.

DAFTAR ACUAN

- Aczel, Amir D., (1999), *Complete Business Statistics*, 4th Ed., The Irwin/McGraw-Hill, Singapore.
- Albitz. P and C. Liu, (1998), *DNS and BIND*, O'Reilly and Associates.
- Chekland & Scholes, (1999), *Soft Systems Methodology in Action*, Wiley, Chichester;
- Cooper D.R & Schindler, (2001), *Business Research Methods*, McGraw Hill/Irwin.
- Flood. R & Jackson. M, (1991), *Creative Problem Solving*, Wiley, Chichester.
- Gerson, Richard F., Ph.D., (1993), *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Giese, Joan L. and Joseph A. Cote, *Defining Consumer Satisfaction*, *Academy of Marketing Science Review* [Online] Available: <http://www.amsreview.org/amsrev/theory/giese01-00.html> [2002, June 18]
- Guilford & Ruchter, (1973), *Fundamental Statistic in Psychology and Education* 5th edition, New York, McGraw Hill
- ICANN Corporation, *Statistical Summary of Proceedings Under Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy Summary of Status of Proceedings* [Online] Available: <http://www.icann.org/udrp/proceedings-stat.htm> [2003, January 12]
- Junge, M., *Wilcoxon's Signed-Rank Distribution*, [Online] Available: http://www.geocities.com/junge_m [2002, June 18]
- Kotler, P., 1995, *Manajemen Pemasaran*, Buku Satu, Edisi kedelapan, Jakarta, Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher H., (1994), *Managing Services*, Prentice Hall, New Jersey.
- Lucas, Henry C. Jr, (1981) , *Implementation : The Key to Successful Information Systems*, Columbia University Press, New York.
- Masrun, (1972), *Realibilitas dan Cara Penentuannya*, Gajah Mada Univ. Press, Yogyakarta
- McFarlan, Applegate & Kenney, (1999), *Corporate Information Systems Management* 5th Ed : *Text and Case*, Irwin McGraw Hill.
- Mockapetris. P, (1987), RFC 1034: Domain Names - Concepts and Facilities, Oct. [Online] Available: <http://www.ietf.org/rfc/rfc1034.txt> [2002, June 18]
- Pearce, John A, Robinson; Richard B, (2000), *Strategic Management-Formulating, Implemation and Control 7th Ed*, McGraw Hill.
- Peters, Glen, (1994), *Benchmarking Customer Service*, Pitman Publishing, London
- Postel, Jon, (1994), *RFC 1591: Domain Name System Structure and Delegation*, [Online] Available: <http://www.idnic.net.id/index.html> [2002, June 18]
- Parma S.K., Cst & N. Cowichan Duncan RCMP Det, *Information Resource Guide: Computer, Internet and Network Systems Security An Introduction to Security, Security Manual* [Online] Available: <http://downloads.securityfocus.com/library/index.html> [2002, June 15]
- Rahardjo, Budi, Ph.D., *Aspek Teknis Nama Domain*, [Online] Available: <http://budi.insan.co.id/presentations/index.html> [2002, June 18]
- Rosenhead, (1989), *Rational Analysis for a Problematic World*, Pitman, London.

- Santoso, Singgih, (2000), *SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Spring, Michael B. PhD., [Online] Available: <http://bazaar.sis.pitt.edu/E-Business/theory.htm>
[2002, June 15]
- Schwalbe, Kathy, (2000), *Information Technology Project Management*, Thomson Learning,
- VeriSign, Inc., *General Information Paper on Internationalized Domain Name Resolution, Version 1.1 April 3, 2001* [Online] Available: <http://www.verisign-grs.com/idn/> [2002, June 18]
- Walpole, Ronald E., (1995), *Pengantar Statistika*, Edisi ke 3, Gramedia, Jakarta.
- Whitten, Jeffrey I, (2000), *System Analysis & Design 7th Ed*, Irwin McGraw Hill.
- Yoeti, Oka A, (2000), *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*, Cetakan kedua, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Zeithaml, Valerie A., (1990), *Delivery Quality Service*, The Free Press, New York.