

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dunia komunikasi dan komputer cukup pesat, batasan-batasan dan halangan-halangan yang dahulu sangat terasa sekarang semakin transparan. Internet yang merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking* disebut juga *Cyberspace* merupakan salah satu pemicu terjadinya revolusi dunia komunikasi yang berawal dari ARPANET yaitu jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1970-an.

Penggabungan teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi telah berhasil menempatkan internet sebagai suatu media yang mengubah struktur komunikasi masyarakat dan membuka begitu banyak alternatif kemungkinan baru dalam menikmati informasi yang ada di seluruh dunia. Dengan internet, bisa melakukan pertukaran teks dan berbagai pesan dengan berjuta manusia dalam bisnis, akademis, pemerintahan, dan organisasi, memajang informasi produk, gambar dan berbagai informasi lainnya di seluruh dunia.

Pemakai jasa internet pada awalnya hanya terbatas pada dunia akademis dan riset, tapi saat ini sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting di kalangan perusahaan public, bisnis, serta lembaga pendidikan (Info Komputer, Vol. XI-No.2, 1997: 58). Pemanfaatan internet sebagai media alternatif untuk melakukan komunikasi dengan pihak luar pada tahun 1997

makin besar. Hal itu menimbulkan minat dari pelaku usaha, pebisnis, maupun lembaga pendidikan untuk memanfaatkan internet sebagai media alternatif untuk kepentingan kegiatan bisnis mereka. Di internet (*Internet presence*), banyak di antara mereka yang memanfaatkan jasa *outsourcing* mulai dari perancangan, produksi maupun menjadi tuan rumah (*hosting*). Kebanyakan dari mereka sudah mempunyai situs web dan sudah terkoneksi internet.

Semakin banyaknya permintaan akan informasi yang serba cepat, telah membuka peluang bisnis internet menjadi semakin terbuka. Peluang tersebut mengakibatkan menjamurnya Warung Internet (biasa yang disebut dengan Warnet) yang tumbuh dan berkembang di Surakarta. Hal ini mengakibatkan persaingan yang tajam dari lingkungan pengusaha warnet sendiri.

Latar belakang yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana pengusaha Warung Internet (Warnet) dapat bertahan dan mampu bersaing dengan pengusaha warnet yang berada di lingkungan sekitar. Dengan menjamurnya bisnis warnet maka para pengusaha warnet dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Hal ini disebabkan produk atau jasa yang ditawarkan semakin kompetitif, sedangkan konsumen semakin selektif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penelitian ini mengambil obyek di Moels Net yang berlokasi di Jalan Slamet Riyadi 2 Sukoharjo.

Moels Net sebagai salah satu warnet di antara sekian banyak warnet di Surakarta, selalu berusaha untuk memenangkan persaingan yang ketat karena pada dasarnya tiap perusahaan selalu ingin lebih baik di masa mendatang. Untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat, Moels Net dituntut

untuk dapat memberikan jasa atau layanan yang menjamin kepuasan bagi pelanggan yang lebih baik dari yang diberikan pesaingnya. Pelanggan yang puas dengan jasa atau layanan yang diberikan akan setia dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Dalam persaingan yang tajam di antara bisnis warnet, maka kepuasan menjadi prioritas utama dimana harapan konsumen dan kinerja yang dihasilkan penyedia jasa warnet haruslah sesuai. Untuk itu Moels Net sebagai pihak penyedia jasa warnet harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya.

Sejalan dengan hal itu, penelitian ini membatasi empat faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa warnet yaitu, kenyamanan warnet, kecepatan akses, biasa akses internet, dan lokasi warnet. Harapan konsumen dapat diidentifikasi seperti empat faktor tersebut, yang akhirnya mempengaruhi kepuasan.

Kenyamanan warnet adalah kemampuan pengusaha untuk menciptakan kondisi yang nyaman bagi pada pemakai jasa warnet sehingga menimbulkan rasa puas. Unsur-unsur yang dinilai antara lain: suasana dan kondisi warnet (penerangan, AC), lay out ruangan, fasilitas pendukung (parkir, WC, dan lain-lain).

Kecepatan akses adalah kemampuan pengusaha terhadap penyediaan perangkat komputer guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Unsur-unsur yang dinilai antara lain kecepatan akses komputer dan perbandingan kecepatan akses komputer dengan pesaing.

Biasa akses internet adalah pengorbanan atau sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk layanan jasa warnet. Unsur-unsur yang dinilai antara lain kepuasan terhadap tarif, kesesuaian antara biasa akses internet dengan manfaat yang diperoleh, dan kestabilan tarif.

Lokasi warnet adalah pertimbangan konsumen untuk memperoleh produk layanan jasa warnet. Unsur-unsur yang dinilai antara lain strategis tidaknya lokasi warnet, jarak lokasi dengan tempat tinggal konsumen dan kemudahan transportasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mencoba membahas masalah manajemen pemasaran mengenai kepuasan konsumen pengguna jasa warnet yang berjudul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA WARNET PADA MOELS NET JL. SLAMET RIYADI 2 SUKOHARJO.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Apakah faktor kenyamanan warnet, kecepatan akses, biaya akses internet, dan lokasi warnet berpengaruh dan mempunyai hubungan yang erat terhadap kepuasan konsumen dan faktor apakah yang paling dominant dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa warnet Moels Net.

C. Pembatasan Masalah

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemakai jasa warnet dalam penelitian ini dibatasi pada empat faktor yaitu kenyamanan warnet, kecepatan akses, biaya akses internet, dan lokasi warnet.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh faktor kenyamanan warnet, kecepatan akses, biaya akses internet, dan lokasi warnet terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui keeratan hubungan faktor kenyamanan warnet, kecepatan akses, biaya akses internet, dan lokasi warnet terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, di antaranya:

1. Warnet Moels Net

Diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi guna menentukan kebijakan pemasaran warnet khususnya dalam upaya

memenuhi kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan warnet Moels Net.

2. Pihak Lain

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada masalah yang sama, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori tentang pemasaran, seperti pengertian pemasaran, konsep pemasaran, pemasaran jasa, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan teori-teori relevan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi kerangka teoritik, hipotesis, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASANNYA

Bab ini berisi gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab penutup merupakan kesimpulan dari serangkaian pembahasan skripsi, keterbatasan atau kendala-kendala dalam penelitian serta saran-saran.