

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia telah mengalami perkembangan yang begitu cepat selama kurang lebih dua puluh tahun. Adanya perubahan teknologi, banyak sekali hal yang tidak mungkin menjadi mungkin seperti adanya komunikasi antar dua benua secara *face to face* atau mengirim data hanya dengan hitungan detik. Hal ini dianggap mustahil awalnya, harga yang mahal, dan mungkin hanya beberapa orang tertentu saja yang bisa menikmatinya. Sekarang, semua itu dapat dilakukan dan juga ditawarkan dengan harga yang murah. Adanya perubahan teknologi, perpindahan informasi dari satu sisi dunia ke sisi dunia yang lain bisa ditempuh dengan hitungan detik didukung dengan harga yang murah pula. Tak heran bila orang-orang menyebut ini sebagai informasi.

Hal yang menunjukkan atau menandakan era informasi adalah internet. Di setiap tempat orang membicarakan internet seakan internet menjadi sesuatu hal yang tidak bisa terlepas dari dunia mereka. Sebegitu ampuhnya internet sebagai alat pertukaran informasi, penulis mendapatkan segala akses jurnal, data dan informasi-informasi terkait skripsi ini melalui internet. Tidak hanya itu, bahkan internet sudah menjangkau pikiran berbagai usia, kalangan dan wilayah baik di kota maupun di desa.

Hal yang paling sering didengar di beberapa tempat seperti di mall, kampus, kantor, café, dan tempat nongkrong lainnya tanpa memandang usia mudah

ataupun tua berkata “Nama Facebookmu apa?” Facebook, Google, Gmail, Path, Instagram dan lain-lain adalah contoh pihak-pihak yang mengambil keuntungan dari dunia maya. Mereka mengambil platform website yang lazim disebut sebagai “situs” di Indonesia, dimana semua dibuat dari, untuk dan demi kelangsungan websitenya, tetapi yang akan dibahas penulis disini adalah pihak yang mengambil keuntungan dunia maya itu dari sisi lain, penyedia layanan atau warnet.

Banyak yang tidak mengetahui bahwa teknologi internet berasal dari penemuan ARPA, yaitu paket *switching* pada tahun 1960 sampai terbangunnya aplikasi *world wide web* atau yang lebih dikenal dengan *www* pada tahun 1990 oleh Tim Berners Lee (<http://www.artikelteknologi.com> diakses tanggal 18 Oktober 2016, pukul 23:39 WIB). Di Indonesia sendiri pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun dengan persentase peningkatan yang luar biasa.

Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi netter Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada 2017, e-Marketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan. (<https://kominfo.go.id> diakses tanggal 18 Oktober 2016, pukul 23:43 WIB)

Tabel 1.1 Urutan Negara Pengguna Internet di Dunia

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

*Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed*
Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Sumber: e-marketer, penulis mengambil dari www.keminfo.go.id

Peart menyebutkan bahwa negara berkembang seperti Indonesia dan India masih memiliki ruang pertumbuhan jumlah pengguna internet yang besarnya bisa mencapai dua digit setiap tahun. Di atas Indonesia, untuk saat ini lima besar negara pengguna internet di dunia secara berurutan diduduki oleh Tiongkok, Amerika Serikat, India, Brazil, dan Jepang.

Berdasarkan data yang dihimpun We Are Social, ada kenaikan pengguna internet di Indonesia selama setahun, mulai Januari 2015 sampai Januari 2016, yakni sekitar 15 persen. Kenaikan jumlah pengguna internet tersebut juga berimbas pada pengguna media sosial yang kian banyak. Meskipun tak sebanyak kenaikan pengguna internet, pengguna media sosial yang aktif bertambah sekitar 10 persen dari Januari tahun lalu. (<http://tekno.liputan6.com> diakses tanggal 18 Oktober 2016, pukul 23:48 WIB) .

Melihat pasar yang masih terbuka lebar seperti ini, wajar jika dimana-mana bermunculan warnet atau jasa penyedia layanan internet. Bahkan kurang lebih

tiga tahun ini jaringan telekomunikasi seluler beramai-ramai ikut menjarah ceruk pasar ini. Dalam perkembangannya, ini menjadi permasalahan yang cukup besar untuk para pelaku bisnis warnet. Selain karena bersaing dengan jaringan seluler yang notabene hampir semua orang memilikinya (ponsel), juga karena ketatnya persaingan antar para pengusaha warnet yang mendirikan warnet terutama di kota-kota besar.

Di Jogjakarta terkenal dengan kota pendidikan, artinya tidak lepas dari penggunaan internet, sehingga para pebisnis membaca kondisi di Jogjakarta dan membuka warnet. Banyak Universitas atau kampus besar yang ada di Jogjakarta, salah satu di daerah Babarsari, banyak warnet di buka, karena dekat dengan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Universitas Pembangunan Nasional, Universitas Proklamasi 45 dan universitas lainnya.

Tabel 1.2 Daftar Warnet Sepanjang Jalan Babarsari-Jogjakarta

Nama Warnet	Alamat
SatriaNet	Jln raya babarsari no 91
ChaNet	Jl.Babarsari blok PIKA no 4 Depoksleman ,Yogyakarta
TrinityNet	Jl Tambakbayan Tb 1/7 babarsari
TomNet	Jl Tambakbayan IX A10 babarsari

Sumber: Hasil Pra Survey Tanggal 19 Oktober 2016

Dapat dilihat, dengan panjang jalan utama yang tidak sampai 100 meter , sudah terdapat 4 warnet di sepanjang jalan utama. Dengan kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini, perusahaan jasa seperti SatriaNet seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka.

Melihat uraian di atas, perusahaan jasa seperti SatriaNet seharusnya memiliki rancangan kualitas jasa yang tepat dalam mencapai tujuan mempertahankan pelanggan dan membuat mereka setia terutama karena produk jasanya yang tak berwujud (*intangible*). Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, produk jasa harus ditaruh di lokasi yang tepat serta menempatkan orientasi kepada kualitas jasa dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama untuk merebut hati pelanggan dan membuat mereka setia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penulisan laporan ini:

Bagaimana pengaruh kualitas jasa Satrianet di Jalan Raya Babarsari nomor 91 terhadap kepuasan pelanggan yang memakai jasa warnet baik secara parsial maupun simultan?

1.3 Batasan Masalah Dan Definisi Operasional

1. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang ada atau dirasakan langsung oleh pelanggan. Alasan penulis memilih variabel kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan pelanggan.

Customer satisfaction terdiri dari:

- a. Pelayanan
- b. Kecepatan internet pada warnet
- c. Kualitas tempat

2. Kualitas Jasa menjadi variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas akan mendorong konsumen atau pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen ke depannya pada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Dimensi kualitas yang terdiri dari:

- a. *Tangible*
- b. *Emphaty*
- c. *Reliability*
- d. *Responsiviness*
- e. *Assurance*

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa satrianet terhadap kepuasan pelanggan memakai jasa warnet di jalan raya babarsari nomor 91.

1.5 Manfaat Dan Kerangka Penulisan Skripsi

1. Manfaat penelitian

a. Bagi penulis

Sebagai studi banding antara ilmu yang diperoleh di kampus dengan di dunia kerja. Penelitian ini merupakan syarat bagi peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

b. Bagi Manajemen Warnet

Untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa, terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan sebagai pertimbangan dan masukan bagi manajemen warnet dalam membuat dimensi kualitas jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berimbas pada meningkatnya tingkat jumlah penjualan jangka panjang.

c. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan.

2. Kerangka Penulisan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, dan definisi operasional, tujuan penelitian, manfaat dan kerangka penulisan skripsi

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang kerangka-kerangka teoritis yang berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian yang dijadikan sebagai acuan dasar dalam melakukan penelitian serta melakukan analisa terhadap hasil penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang definisi lokasi penelitian, populasi dan sampel, metode sampling, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data dan kesulitan yang timbul selama penelitian. Pada bab ini dimuat juga definisi-definisi operasional untuk memudahkan peneliti dalam menyusun alat ukur.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi tentang hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan warnet SatriaNet.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membuat tentang analisis data penelitian serta pembahasan hasil yang sudah diperoleh melalui proses perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 16.00, untuk menjawab permasalahan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang memuat tentang kesimpulan peneliti terhadap perhitungan dan analisis data yang diperoleh dari penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat tentang saran-saran penulis yang ditujukan kepada para pemasar, terutama peritel serta mahasiswa lain yang hendak melakukan penelitian dengan topik yang sama.