BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha industri jasa warung internet atau biasa disingkat "Warnet" dalam beberapa tahun terakhir terus bergairah dengan semakin bertambah dan meningkatnya warnet khususnya di daerah yang cukup padat penduduk. Saat ini, sudah ada banyak warnet mulai dari warnet *standard*, G-Warnet, Warnet *Cyberindo*, Warnet Mewah dan Warnet Dota 2 (warnet khusus *game* Dota 2). Bahkan ada beberapa warnet yang sering dijadikan *"Venue"* untuk turnamen dan kompetisi skala nasional dan dengan berbagai fasilitas mewah. Pertumbuhan warnet begitu terasa karena keberadaannya semakin dibutuhkan. Suasana warnet yang nyaman serta dilengkapi dengan penjualan makanan di dalamnya mempunyai daya tarik sendiri. Konsumen cenderung untuk menikmati pemakaian jasa internet diiringi dengan pembelian makanan yang membuat mereka berlama-lama untuk memakai jasa internet. Hal tersebut sudah menjadi kebiasaan bagi kebanyakan konsumen warnet bahwa menikmati internet bisa sambil makan dan minum atau hanya sekedar menggunakan internet saja (Ahmad; 2016).

Berkembangnya industri warnet berpengaruh terhadap persaingan antar warnet. Dimana setiap warnet berusaha untuk menarik minat para pengunjung dengan menciptakan berbagai inovasi baik tempat maupun konsep hingga berinovasi dalam pencahayaan tempat. Dalam hal ini, setiap warnet berlomba untuk menciptakan daya tarik yang dapat menarik pengunjung untuk datang ke tempat mereka. Tentunya, konsumen akan mencari warnet yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dengan memperhatikan fasilitas, kenyamanan dan juga *benefit game* yang diberikan. Perubahan gaya hidup konsumen yang semakin sensitif terhadap kemajuan teknologi serta tingginya keinginan untuk lebih maju dalam penggunaan teknologi semakin mendorong para pengusaha warnet kepada ide-ide baru yang dianggap lebih *modern* dan mengerti keinginan konsumen. Pengusaha warnet dituntut untuk terus berinovasi memadukan suatu bentuk kreativitas karena para

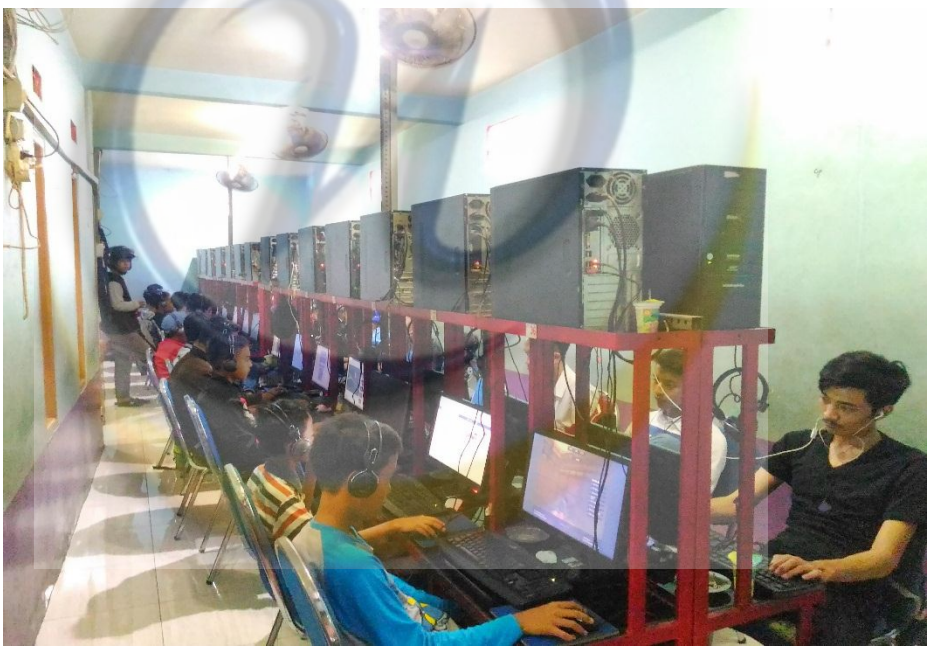
pengusaha menyadari bahwa konsumen mulai tertarik konsep yang unik (Ahmad; 2016).

Di Indonesia sendiri, pertumbuhan industri warnet meningkat setiap tahunnya. Semakin majunya teknologi membuat masyarakat peka terhadap perkembangan teknologi saat ini. Dari segi permainan *visual* seperti *game online*, juga terkena dampak dari kemajuan teknologi tersebut yang membuat para pemainnya atau biasa dipanggil *gamers* menjadi lebih bersemangat untuk memainkannya. Saat ini, jumlah pengguna *game online* yang sebagian besar konsumen bermain di warnet telah meningkat antara lima persen - sepuluh persen per tahunnya. Hal ini disebabkan karena semakin pesatnya infrastruktur dan fasilitas internet di kota maupun desa. Dampak pelaku industri warnet di negara ini sudah sanggup menghasilkan pendapatan sebesar kurang lebih dua koma empat triliun pada tahun 2013 dengan tingkat pertumbuhan sebesar tiga puluh lima persen apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Diperkirakan ada lebih dari 25 juta pemain *game online* di negara ini yang sebagian besar bermain di warnet yang menunjukkan bahwa tren *gamers* sedang menjamur. Angka ini tentunya akan terus bertambah setiap tahunnya (Reyhan dan Fauzi; 2014).

Dampak semakin pesatnya bisnis warnet, sudah sampai merambat dari kota-kota besar seperti Kota Bandung ke daerah-daerah yang berada disekitarnya, salah satunya Kabupaten Bandung. Seiring dengan perkembangannya, Kabupaten Bandung menjadi kota yang potensial untuk mengembangkan industri warnet. Terlihat dari pertumbuhan jumlah penduduk di Kabupaten Bandung selama tiga tahun terakhir sampai tahun 2010 mencapai empat koma lima persen atau satu koma lima persen tiap tahunnya. Peningkatan jumlah tersebut tentunya akan menjadi sasaran bagi pelaku bisnis warnet untuk lebih mengembangakan usahanya agar dapat menarik *gamers* yang datang (Saeful; 2011).

Evanet adalah salah satu warnet yang berada di Kabupaten Bandung dan telah berdiri sejak tahun 2009. Nama Evanet sendiri terinspirasi dari nama anak pemiliknya sendiri yaitu Eva. Banyak sekali rintangan yang dihadapi pemilik dalam membangun Evanet menjadi lebih baik sampai saat ini. Warnet ini terletak di jalan Pasir Paros No. 79 Baleendah, Kabupaten Bandung. Letaknya sangat strategis dan

mudah dijangkau dari berbagai arah. Selain itu, letak Evanet yang berada di pinggir penmengunjungi Evanet. Lokasi Evanet juga sangat dekat dengan beberapa sekolah di wilayah Baleendah diantaranya SDN Pasir Paros 1, SMP/SMA Bina Bangsa, SMP KP Baleendah, SMPN 1 Baleendah, SMAN 1 Baleendah SMKN 3 Baleendah, SMKN 2 Baleendah dan SMK Widya Utama. Secara logika tentunya lokasi yang dimiliki Evanet saat ini akan memudahkan mereka untuk menarik *gamers* datang ke tempat mereka. Evanet tak hanya menyewakan jasa internet saja, tetapi mereka juga menjual berbagai macam jenis makanan untuk menemani *gamers* ketika sedang menggunakan internet. *Gamers* bisa menikmati beberapa makanan ringan, makanan berat dan minuman dingin. Untuk lebih jelasnya lagi, berikut disajikan foto yang menggambarkan ruangan pada Evanet.



Gambar 1.1
Foto di Evanet Kabupaten Bandung
Sumber : Observasi Tanggal 9 Agustus 2016

Pada gambar diatas, memperlihatkan keadaan dimana *gamers* sedang menggunakan komputer. Terlihat bahwa suasana tempat Evanet sudah cukup baik, dari segi pencahayaan pun terbilang baik, tata letak komputer yang baik serta kebersihan yang terjaga pun membuat *gamers* merasa nyaman berada di Evanet.

Ada hal menarik yang tersedia di tempat ini, koneksi internet yang dimiliki Evanet sangatlah cepat. Jika *gamers* yang datang berkunjung ingin sekedar ingin meng-unduh, tentunya Evanet memberikan koneksi yang bisa dinikmati *gamers* untuk meng-unduh dengan kecepatan 17 Mbps (*Mega bit per second*) dan disela unduhan tersebut, *gamers* bisa melakukan hal lain seperti bermain *game online*, *browsing* dan kegiatan *online* lainnya secara bersamaan. Kecepatan tersebut tentunya menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki Evanet saat ini. Tidak hanya koneksi internet cepat, Evanet juga memiliki musholla bagi *gamers* yang ingin menjalankan ibadah disela penggunaan internet. Warna interiornya pun sengaja didominasi oleh warna cerah juga disertai tempelan poster-poster *game online*. Penjualan makanan serta minuman pun terbilang lengkap, banyak jenis makanan serta minuman yang bisa *gamers* pilih sesuai selara masing-masing. Serta keadaan warnet yang bersih dan nyaman membuat *gamers* merasa lebih betah untuk berlama-lama di Evanet.

Untuk lebih memperkuat keunggulan yang dimiliki oleh Evanet saat ini, peneliti melakukan perbandingan terhadap pesaing Evanet yang berada tidak jauh dari Evanet. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada tanggal 21 Agustus 2016, dibandingkan dengan pesaing Evanet yaitu Nero Net yang berjarak 1,5 kilometer dari lokasi Evanet, Nero Net memiliki 47 komputer. Dari segi aspek untuk meng-unduh, Nero Net tidak memilikinya, Nero Net hanya bisa melakukan aktivitas *game online* saja tanpa bisa melakukan unduhan. Dari aspek tersebut jelas Evanet lebih unggul dibandingkan Nero Net. *Hardware* yang dimiliki Nero Net pun seperti *headset* serta *keyboard* sebagian besar sudah kotor dan tidak membuat nyaman penggunanya. Warna interiornya cukup gelap yang membuat *gamers* merasa mengantuk ketika bermain *game online*. Nero Net pun tidak memiliki musholla serta penjualan makanan yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan Evanet. Untuk lebih melihat jelas bagaimana perbedaan yang dimiliki oleh kedua warnet tersebut, berikut ini adalah perbandingan antara Evanet dan Nero Net.

Tabel 1.1

Perbandingan antara Evanet dan Nero Net

Evanet	**Nero Net**
Jumlah Komputer	
70 Komputer	47 Komputer
Kecepatan *Download*	
17 Mbps (*Mega Bit Per Second*)	Tidak memiliki akses *download*
Fitur *Game*	
63 Jenis *game*	63 jenis *game*
Musholla	
Tersedia	Tidak Tersedia
Lahan Parkir	
Cukup untuk 40 motor lebih	Cukup untuk 20 motor
Penjualan Makanan	
16 jenis makanan dan minuman	10 jenis makanan dan minuman

Sumber : Observasi Tanggal 21 Agustus 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Evanet lebih unggul dibandingkan Nero Net. Secara umum, perbedaannya dapat dilihat bahwa secara keseluruhan Evanet mengedepankan pelayanan yang tidak dimiliki oleh warnet lain. Dengan kata lain, secara logika tentunya Evanet bisa menarik lebih banyak *gamers*

dibandingkan dengan Nero Net. Hal tersebut tentunya menjadi nilai lebih bagi Evanet dalam upaya untuk meningkatkan jumlah *gamers* yang datang.

Evanet mengutamakan kenyamanan dengan tujuan untuk membuat *gamers* berlama-lama dalam pemakaian internet dengan ditunjang fasilitas tempat duduk, ruang tunggu, televisi, dan penjualan makanan. Berbagai macam pilihan aplikasi serta *games* yang lengkap membuat *gamers* bisa memilih lebih banyak pilihan dan menentukan aplikasi atau *games* seperti apa yang mereka inginkan serta *gamers* pun bisa menunda waktu penyewaan jasa internet atau biasa disebut *billing* untuk keesokan harinya sesuai waktu penyewaan yang mereka beli. Berbagai jenis pilihan waktu penyewaan dan fasilitas yang diberikan Evanet disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan *gamers* yang sebagian besar adalah remaja. Tidak hanya itu saja, untuk lebih memuaskan *gamers*, setiap hari raya lebaran, pemilik Evanet sengaja memberikan *voucher game* gratis bagi gamers yang beruntung mendapatkannya. Hal tersebut memang menjadi rutinitas bagi Evanet untuk senantiasa menjaga serta memberikan kesan positif terhadap Evanet dimata para *gamers*.

Dengan segala kelebihan yang dimiliki Evanet saat ini tentunya akan menarik *gamers* untuk datang lebih banyak lagi. Daya tarik yang dimiliki Evanet saat ini bisa ditujukkan dengan tabel *gamers* berdasarkan jumlah *log in* yang dilakukan oleh *member* dan *non member* Evanet.

Tabel 1.2

Data *Gamers* Evanet Berdasarkan Jumlah *Log In*

(*Member* dan *Non Member*) Periode 2012 - 2015

Tahun	*Member*	Persentase	*Non Member*	Persentase
	Jumlah		Jumlah	
2012	64.800	72,0%	25.200	28,0%
2013	66.250	71,7%	26.150	28,3%
2014	64.150	72,4%	24.400	27,6%
2015	63.400	71,8%	24.800	28,2%

Sumber : Laporan Jumlah *Log In* Tahunan Evanet

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *gamers* Evanet (*Member*) pada tahun 2013 – 2015 mengalami penurunan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja yang dimiliki Evanet belum maksimal, terlihat dari menurunnya jumlah *gamers* terutama pada *member*. Saat ini, Evanet memiliki 409 *member* yang tercatat di *database* operator Evanet. Sedangkan untuk *non member* pada tahun 2012 – 2015 , jumlah *gamers* yang berfluktuasi bisa berakibat dari *gamers* yang hanya satu kali saja datang ke Evanet.

Melihat kondisi tersebut, Evanet dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan jumlah *gamers* yang datang. Tantangan tersebut secara tidak langsung menuntut Evanet untuk mengembangkan kinerja mereka. Dari aspek suasana tempat tentunya akan menjadi salah satu faktor dalam loyalitas *gamers*. Karena dengan suasana tempat yang nyaman diharapkan dapat membuat *gamers* merasa nyaman dan betah untuk berkunjung dan menumbuhkan persepsi baik terhadap usahanya.

Salah satu unsur yang sangat penting juga untuk mempertahankan loyalitas ditengah penurunan jumlah *gamers* yang datang adalah pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas yaitu pelayanan yang dapat memberikan rasa puas pada *gamers* sehingga secara langsung dapat membuat *gamers* menjadi loyal, karena *gamers* yang akan berkunjung mulai melakukan konsumsi dengan adanya proses pembelian ulang yang berdampak terhadap loyalitas. Dalam bisnis *modern* keunggulan kompetitifnya ada dalam kemampuan pebisnis dalam membuat suasana toko juga kualitas pelayanan yang tinggi untuk *gamers* mereka sehingga menarik minat *gamers* untuk loyal.

Berdasarkan Pra-survey yaitu observasi pribadi peneliti yang dilakukan pada tanggal 30 Juli – 1 Agustus 2016 pukul 14:00 – 17:00 WIB untuk mengamati situasi dan kondisi di Evanet, terlihat dari 70 komputer yang disediakan Evanet, bisa dibilang hanya terisi setengahnya padahal jam tersebut termasuk jam pulang sekolah bagi para pelajar maupun anak muda. Dan tanggapan hasil wawancara kepada 30 orang *gamers* Evanet, mereka menyatakan bahwa suasana tempat yang dimiliki Evanet baik, dari segi lahan parkir yang awalnya hanya menampung 20 motor sekarang menjadi 40 motor lebih. Dari segi tata letak komputer pun, yang

tadinya *gamers* harus berdesak-desakan untuk menjangkau komputer, sekarang di ubah menjadi lebih luas dan *gamers* cukup leluasa untuk berjalan. Serta yang awalnya dari setiap ruangan tidak ada pendingin ruangan sekarang ditambah kipas angin, hal tersebut membuat *gamers* nyaman berada di Evanet. Sementara itu, dari aspek kualitas pelayanan, *gamers* merasakan adanya peningkatan layanan yang diberikan pegawai Evanet. Saat ini, pegawai Evanet lebih cepat tanggap dalam merespon keinginan *gamers*. Tetapi *gamers* memperlihatkan perilaku pembelian yang tidak teratur dalam waktu yang lama. Maka terlihat masalah dalam penelitian ini yaitu suasana tempat yang diciptakan di Evanet telah dirasa baik dan menarik, kualitas pelayanan yang diberikan sudah maksimal namun *gamers* dalam melakukan pembelian masih kurang antusias yang berdampak terhadap loyalitas.

Mengacu pada hal yang terjadi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan *gamers* Evanet di Kabupaten Bandung, Evanet sudah memberikan suasana tempat serta kualitas pelayanan yang baik bagi *gamers* sejauh ini. Tetapi tetap saja, *gamers* yang datang setiap tahunnya menurun semenjak tahun 2013. Hal ini memperlihatkan walaupun dengan *store atmosphere* yang baik serta kualitas pelayanan yang prima tidak membuat *gamers* untuk datang secara berulang untuk waktu yang lama. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, selanjutnya dapat identifikasi masalah penelitian bahwa ternyata usaha untuk menciptakan *store atmosphere* dan kualitas pelayanan yang baik tidak menjadi suatu jaminan bahwa akan mempengaruhi terhadap loyalitas *gamers* di Evanet. Penciptaan *store atmosphere* merupakan hal yang penting bagi suatu bentuk usaha karena *store atmosphere* itu sendiri akan menjadi salah satu faktor dalam loyalitas *gamers*. Karena dengan *store atmosphere* diharapkan dapat membuat *gamers* tidak bosan untuk berkunjung dan menumbuhkan persepsi baik terhadap usahanya. Selain itu,

salah satu unsur yang paling penting untuk menarik perhatian *gamers* ditengah penurunan jumlah yang berkunjung seperti ini adalah dengan pelayanan yang berkualitas. Menurut Laksana (2008) pelayanan yang berkualitas yaitu pelayanan yang dapat memberikan rasa puas pada konsumen sehingga secara langsung dapat membuat *gamers* betah dengan adanya pembelian ulang.

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Komalasari (2012) bahwa *store atmosphere* mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Café Ngopi Doeloe. Tetapi pada kenyataannya dalam penelitian tersebut bahwasannya *store atmosphere* yang ada pada warnet Evanet tidak berpengaruh kuat dan positif terhadap loyalitas *gamers* yang akan berkunjung ke Evanet. Begitupula berdasarkan penelitian terdahulu menurut Surbakti (2010) bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan di Café ali baba Bandung pengaruhnya kuat dan positif dalam menciptakan loyalitas konsumen. Tetapi pada kenyataannya dalam penelitian ini bahwasannya kualitas pelayanan tidak berpengaruh kuat dan positif dalam menciptakan loyalitas *gamers* yang akan berkunjung ke Evanet. Banyak sisi keunggulan dari Nero Net yang tidak dimiliki oleh Evanet namun loyalitas konsumen terhadap Evanet tetap lebih tinggi.

Penelitian ini ingin melihat sejauh mana *store atmosphere* dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas *gamers* pada Evanet Kabupaten Bandung. Berdasarkan penelitian sebelumnya, sebagian besar menyatakan bahwa *store atmosphere* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Sehingga dilihat dari pokok permasalahan ini, maka peneliti ingin mengangkat menjadi topik penelitian yaitu atmosfir warnet dan kualitas pelayanan dalam menentukan loyalitas *gamers* Evanet Kabupaten Bandung.

Dari identifikasi masalah tersebut, maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas pada objek yang diteliti yaitu Evanet di Kabupaten Bandung dan responden dari penelitian ini adalah *gamers* Evanet.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penulis mengidentifikasi beberapa rumusan masalah yang dibahas, yaitu :

1. Bagaimanakah atmosfir warnet di Evanet Kabupaten Bandung.
2. Bagaimanakah kualitas pelayanan di Evanet Kabupaten Bandung.
3. Bagaimanakah loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh atmosfir warnet dalam menentukan loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dalam menentukan loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai atmosfir warnet pada Evanet Kabupaten Bandung.
2. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai kualitas pelayanan di Evanet Kabupaten Bandung.
3. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.
4. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai atmosfir warnet dalam menentukan loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.
5. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai kualitas pelayanan dalam menentukan loyalitas *gamers* di Evanet Kabupaten Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini tentunya diharapkan akan dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang terkait, yaitu :

1. Implikasi Akademik

   Melalui proses dalam kegiatan dan penyusunan tugas akhir ini, diharapkan dapat menjadi sarana bagi penulis untuk membandingkan serta mengembangkan teori-teori perkuliahan, pada mata kuliah manajemen

pemasaran dengan aplikasi di dunia bisnis secara nyata. Khususnya terkait atmosfir warnet dengan kualitas pelayanan dan loyalitas *gamers*.

2. Implikasi Managerial

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah gagasan pemikiran, ide-ide, dan bahan masukan untuk perusahaan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam peningkatan dari faktor atmosfir warnet dan kualitas pelayanan pada Evanet Kabupaten Bandung.