

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kebutuhan akan Teknologi Informasi yang selanjutnya disebut TI sudah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap organisasi terutama dalam menjalankan aktivitasnya. Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang menitikberatkan penggunaan komputer dan teknologi yang berhubungan dengan pengaturan sumber informasi (Tjandra, 2007: 27). Teknologi informasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia yang berfungsi sebagai alat untuk mengolah data (*data processing*) dan menyimpan data (*data storage*). Sistem Komputer digunakan karena kebutuhan pengolahan data yang semakin kompleks dan akses data yang luas. Menurut Mariani (2004) sistem informasi memberikan beberapa manfaat dibandingkan sistem manual yaitu; kecepatan, volume hasil, pencegahan kekeliruan, dan penyusunan laporan dalam menunjang kinerja organisasi.

Perubahan TI menyebabkan organisasi perlu mempersiapkan sumber daya manusia yang mengoperasikan teknologi tersebut. Hal ini berkaitan dengan perilaku yang ada pada individu dalam organisasi yang bersangkutan. Kecanggihan TI akan sangat tidak berarti jika pengguna TI tidak berkembang sejalan dengan perkembangan TI tersebut (Tjandra, 2007: 29). Dengan demikian dituntut kesiapan dari sumber daya manusia untuk menanggapi perubahan TI berupa sikap terhadap teknologi. Penerimaan teknologi informasi

merupakan kunci penting dalam proses akselerasi teknologi informasi dalam dunia pendidikan (Rustiana, 2005: 121). Aspek sikap dari *user* merupakan faktor penting yang memberi kontribusi terhadap kinerja pemakai komputer. Setiap individu yang memiliki intensitas dalam menggunakan komputer dipengaruhi oleh persepsi individu tersebut yang mempersepsikan fungsi teknologi tersebut yang berdampak pada keputusan mereka menerima atau menolak sistem yang ada. Semakin baik sikap individu mengenai manfaat teknologi maka semakin baik juga penerimaan mereka terhadap teknologi tersebut (Mariani, 2004: 133).

Kondisi teknologi informasi dapat atau tidak dapat diterima oleh seorang individu merupakan tahapan yang kritis bagi implementasi teknologi informasi tersebut (Compeau & Higgins, 1995: 123). Dengan demikian sikap penerimaan terhadap suatu teknologi penting karena memberikan suatu dasar untuk mempelajari teknologi tersebut. Perbedaan perilaku individu merupakan faktor yang menentukan perilaku kerja. Salah satu faktor yang mempengaruhi implementasi teknologi adalah penerimaan sistem. Semakin tinggi tingkat penerimaan dalam teknologi informasi semakin tinggi juga tingkat keinginan menggunakan teknologi tersebut yang berdampak pada peningkatan intensitas dalam menggunakan komputer. Perkembangan informasi didukung oleh berbagai fasilitas TI salah satunya internet.

Salah satu tempat yang digunakan mayoritas masyarakat sebagai sarana mengakses internet adalah warung internet (warnet). Hal itu terjadi karena bisa mengontrol biaya yang akan dikeluarkan. Warnet merupakan sebuah tempat di

mana seseorang bisa mengakses internet. Tempat tersebut biasanya dilokasikan sebagai tempat umum mirip dengan sebuah restoran, sementara biaya sewanya biasanya dipatok perjam. Menurut catatan Asosiasi Warung Internet Indonesia (AWARI) pada bulan Mei 2001, tidak kurang dari 2500 warnet tersebar di Indonesia, dan (60% - 70%) akses internet di Indonesia dilakukan di warnet.

Internet merupakan sumber informasi dan pengetahuan dalam berbagai bidang kehidupan. Dalam perkembangannya, internet banyak digunakan dalam dunia pendidikan. Secara positif, internet menunjang proses belajar serta sebagai jendela informasi bagi pengetahuan pendidikan meskipun tidak dapat dipungkiri internet juga berdampak negatif.

Dengan makin meningkatnya tingkat pendidikan, status sosial, ekonomi masyarakat dan perkembangan IPTEK, perubahan pola informasi, juga sistem informasi yang semakin canggih, serta kesadaran masyarakat akan pentingnya internet membuat para pengelola warnet senantiasa menyesuaikan pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan masyarakat. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pelayanan internet membawa dampak bertambah pula jumlah penyedia jasa internet. Upaya untuk mencegah terjadinya penurunan pemanfaatan jasa internet, maka pengelola warnet harus merencanakan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kunjungan konsumen.

Sadar akan banyaknya persaingan yang terjadi, pihak pengelola warnet harus berusaha untuk meningkatkan pelayanan melalui bauran pemasaran meliputi *product, price, promotion, personal traits, place, process, physical evidence*. Warnet menawarkan jasa akses internet berarti seluruh fasilitas

teknologi, kecepatan akses dan kenyamanan warnet sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen lebih memilih warnet yang aksesnya lebih cepat. Namun demikian, konsumen juga dapat mempertimbangkan factor biaya yang sesuai dengan jasa yang ditawarkan. Akses internet cepat tetapi dengan harga yang dianggap mahal oleh konsumen belum tentu menjadi pilihan konsumen. Untuk itu, para pengelola warnet dapat menggunakan factor promosi guna menarik pengunjung. Observasi pendahuluan di beberapa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah memperlihatkan bahwa promosi yang dilakukan di antaranya adalah parkir gratis, soft drink gratis, dan *happy hour*. Warnet-warnet yang baru memulai bisnisnya biasanya lebih komplit dalam melakukan promosi, serta upaya lain untuk menarik konsumen, di antaranya dengan melakukan *personal traits*, menjaga kebersihan tempat di tiap-tiap bilik atau seluruh ruangan dan proses layanan yang cepat.

Upaya bauran pemasaran tidak selalu berhasil menarik konsumen karena keputusan konsumen untuk memakai warnet juga tergantung pada factor individu seperti motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran dalam individu. Konsumen warnet memiliki beragam motivasi karena warnet memiliki banyak fungsi seperti hiburan, informasi, pendidikan, dan komunikasi. Sebelum konsumen memutuskan untuk memasuki warnet, konsumen akan mempersepsikan warnet sehingga mempengaruhi sikap konsumen terhadap warnet bersangkutan. Konsumen warnet pada umumnya sudah mengerti teknologi computer tetapi tidak semuanya memiliki

Pemakaian teknologi informasi berupa internet belum merata di semua lapisan masyarakat. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen warnet terbatas pada masyarakat berpendidikan dengan usia muda, seperti pelajar dan mahasiswa. Hal ini didukung oleh pengguna warnet yang mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa dan pelajar. Mahasiswa dan siswa sebagai konsumen akan dihadapkan pada berbagai macam keputusan untuk menggunakan jasa internet yang belakangan ini semakin banyak jumlahnya. Penelitian ini berupaya mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini penulis beri judul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran, Individu Konsumen dan Lingkungan Terhadap Pemakaian Jasa Warnet sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah bauran pemasaran mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah individu konsumen mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

3. Apakah lingkungan mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan memakai jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh individu konsumen terhadap keputusan memakai jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan terhadap keputusan memakai jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini secara empiris membuktikan pengaruh faktor bauran pemasaran, faktor individu konsumen, dan faktor lingkungan terhadap pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta sebagai konfirmasi atas penelitian terdahulu

## **2. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengelola warnet agar dapat memahami faktor-faktor bauran pemasaran, faktor individu konsumen, dan faktor lingkungan terhadap pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan tambahan pengetahuan mengenai faktor-faktor bauran pemasaran, faktor individu konsumen, dan faktor lingkungan, diharapkan pemasar mendapatkan gambaran konsumen yang dinamis dan mendapatkan petunjuk mengenai pertimbangan yang seharusnya digunakan dalam komunikasi dengan konsumen dalam