

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Teknologi Informasi (TI) kini berkembang amat pesat, seiring dengan kemajuan jaman dan teknologi yang semakin mutakhir. Peran internet tidak bisa dipungkiri dalam hal penyediaan informasi global. Pada zaman globalisasi, kebutuhan untuk memperoleh informasi dengan cepat, mudah dan murah sangat penting, sehingga internet bisa dikatakan menjadi kebutuhan mendasar manusia (Indosiar.com, 2005 dalam Sujoko, 2007). Indonesia yang merupakan negara berkembang, kebutuhan akan informasi sangat tinggi, salah satu alat untuk memperoleh informasi tersebut yang dirasakan paling sesuai adalah internet. Komunitas Internet Indonesia meyakini bahwa internet dapat menjadi obat mujarab untuk menjembatani kesenjangan informasi di Indonesia (Donny, 2003 dalam Sujoko, 2007).

Semakin berkembangnya dunia komunikasi dan komputer, teknologi internet menjadi relatif murah dan terjangkau bagi konsumen, tetapi penggunaan internet oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dianggap sebagai kegiatan yang mahal. Mahalnya biaya pulsa telepon menjadikan masyarakat masih enggan untuk memasang internet sendiri dirumah, sehingga tidak mengherankan bahwa sebagian besar pengguna internet lebih memanfaatkan jasa internet melalui fasilitas komputer di tempat umum (Dian, 2001 dalam Sujoko, 2007).

Salah satu tempat yang dirasakan mayoritas masyarakat sebagai sarana mengakses internet adalah warung internet (warnet), hal itu terjadi karena bisa mengontrol biaya yang akan dikeluarkan. Warnet adalah salah satu jenis wirausaha yang menyewakan jasa internet kepada khalayak umum (Wikipedia, 2008). Tidak jelas penyelenggara warnet pertama kali di Indonesia, dan tampaknya aktivitas pembuatan warnet dimulai sekitar tahun 1996 sampai 1998. Wasantara dari P.T. Pos Indonesia dan Pointer merupakan segelintir pionir warnet di Indonesia. Pada tanggal 25 Mei 2000 merupakan hari bersejarah bagi rekan-rekan warnet, karena telah lahir Asosiasi Warnet Indonesia yang ada secara fisik dalam pertemuan di kantor Dikmenjur. Asosiasi Warnet Indonesia kemudian dikenal sebagai AWARI (Wikibooks, 2007).

Menurut Ardhi (2008), jumlah warung internet (warnet) di Indonesia terus berkembang. Jumlah warnet menurut AWARI diprediksi akan mencapai angka 12000 buah di seluruh Indonesia hingga akhir tahun 2008. Ketua Asosiasi Warnet Indonesia (AWARI) Irwin Day memperkirakan saat ini jumlah warnet di tanah air berjumlah sekitar 10000 warnet. Menurut Darmanto (2008), dibandingkan kota besar lainnya, yaitu Jakarta, Botabek, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, Makassar, dan Denpasar, tingkat penggunaan internet di Yogyakarta tergolong paling tinggi. Sampai dengan Maret 2007 jumlah warnet di Daerah Istimewa Yogyakarta mencapai 270 buah, pada pertengahan 2008 diperkirakan sudah berada pada kisaran 500 buah.

Menurut Darmanto (2008), pada tahun 2008 jumlah pengguna internet di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan pesat dibandingkan tahun sebelumnya. Asumsi tersebut selain didasarkan pada bertambahnya jumlah warnet, juga semakin banyak tersedia fasilitas *hot spot* di hotel berbintang, kafe-kafe, mall, kampus besar, sekolah terkemuka, instansi pemerintah, dan lembaga swasta yang tergolong maju.

Perkembangan bisnis warnet yang semakin menjamur, menyebabkan adanya keharusan pertimbangan yang strategis mengenai pemilihan lokasi bisnis bagi wirausaha. Pemilihan lokasi mempunyai kaitan yang sangat erat terhadap kesuksesan bisnis. Menurut Tedi (2004), syarat yang harus diperhatikan jika ingin membuka bisnis warnet yang paling utama adalah pemilihan lokasi, lokasi harus strategis, dekat dengan perumahan, dekat dengan sekolah dan kampus, dan lokasi tidak harus ditepi jalan raya karena sewanya mungkin cukup tinggi, dan terdapat cukup lahan parkir, minimal untuk parkir motor. Pemilihan lokasi sangat erat kaitannya dengan segmentasi pasar yang dituju, jika segmentasi pasar dapat dibidik dengan baik, maka kesuksesan bisnis dapat diraih dengan mudah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Indarti (2004) yang berjudul "*Business Location and Success: The Case of Internet Café Business in Indonesia*". Penelitian dilakukan di tiga daerah, yaitu Yogyakarta, Surabaya, dan Lombok. Penelitian yang masih terkait dengan lokasi bisnis dan kesuksesan bisnis, juga dilakukan oleh Indarti, Wahyudi dan Chandra (2005), tentang kasus bisnis apotek di Yogyakarta dan Surakarta.

Dari latar belakang diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan bisnis warnet dari hari ke hari semakin banyak, ketatnya persaingan bisnis warnet, dan adanya keharusan untuk memilih lokasi yang tepat, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Lokasi Terhadap Kesuksesan Bisnis Warung Internet di Yogyakarta".

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan dua masalah, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh lokasi (dimensi kepusatan, dimensi lingkungan bisnis, dimensi tempat bisnis, dimensi biaya, dan dimensi tenaga kerja) terhadap kesuksesan bisnis warung internet di Yogyakarta?
2. Dari dimensi kepusatan, dimensi lingkungan bisnis, dimensi tempat bisnis, dimensi biaya, dan dimensi tenaga kerja tersebut, dimensi lokasi manakah yang paling dominan mempengaruhi kesuksesan bisnis warung internet di Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi (dimensi kepusatan, dimensi lingkungan bisnis, dimensi tempat bisnis, dimensi biaya, dan dimensi tenaga kerja) terhadap kesuksesan bisnis warung internet di Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui pengaruh paling dominan dari dimensi lokasi (dimensi kepusatan, dimensi lingkungan bisnis, dimensi tempat bisnis, dimensi biaya, dan dimensi tenaga kerja) terhadap kesuksesan bisnis warung internet di Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi wirausaha yang akan mendirikan bisnis warung internet di Yogyakarta. Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna dalam pemilihan lokasi bisnis, yang pada akhirnya akan mendukung kesuksesan bisnis yang dijalankan.
2. Bagi peneliti, hasil kajian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pada konsentrasi kewirausahaan, khususnya mengenai lokasi yang berhubungan dengan usaha bisnis warung internet.
3. Bagi peneliti berikutnya, sebagai bahan pertimbangan dalam mengangkat masalah yang sama beserta pemecahannya.