

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet berasal dari kata *interconnection networking* yang berarti hubungan dari banyak jaringan komputer yang memungkinkan para pengguna komputer di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi dan berbagi informasi antara yang satu dengan yang lain (<http://www.sejarah-internet.com>, 2011). Untuk dapat menggunakan fasilitas internet tersebut, para pengguna internet dapat berlangganan ke salah satu penyelenggara/penyedia jasa internet (*internet service provider*) yang ada, seperti flash dari Telkomsel, Speedy dari Telkom dan lainnya.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh lembaga riset Nielsen menunjukkan penetrasi internet di Indonesia tahun 2009 mencapai 17 persen dari jumlah penduduk atau naik dua kali lipat dibanding tahun 2005 yang hanya sekitar 8 persen (<http://tekno.kompas.com/read/2009/12/08/13553071/pengguna.internet.melonjak.17.persen>, 2011). Hal yang serupa diungkapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dimana pengguna internet di Indonesia melonjak hingga mencapai 45 juta pada tahun 2010. (<http://www.detikinet.com/read/2010/06/09/121652/1374756/398/pengguna-internet-indonesia-capai-45-juta>, 2011).

Teknologi internet dapat diakses serta dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama pembisnis, staf pengajar, pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, internet biasanya dimanfaatkan untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkan penggunanya, mengirimkan data-data, men-download atau meng-upload data, berkomunikasi melalui situs jejaringan sosial seperti facebook, twitter, friendster, dan bermain game on-line. Fakta tersebut didukung oleh Associate Director The Nielsen Company Indonesia, Ika Jatmikasari, yang menyatakan bahwa pengguna internet meningkat karena peralihan pengguna media-media cetak dan elektronik ke internet, bahkan pengguna radio beralih ke internet untuk mendengarkan musik dan men-download lagu ataupun video lagu, dan juga daya tarik situs-situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter yang semakin berjamur di dunia maya.

Oleh karena semakin meningkatnya kebutuhan akan layanan akses internet, banyak wirausahawan membuka usaha di bidang penyedia jasa internet, yang lebih dikenal dengan usaha warung internet (warnet).

Perkembangan industri warnet saat ini meningkatkan persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan pengguna warnet, bahkan beberapa warnet tidak dapat bertahan karena tidak memiliki strategi pemasaran yang baik di dalam menunjang kelangsungan hidup usahanya. Oleh karena itu, para pengusaha warung internet haruslah memiliki strategi bauran pemasaran