

RANCANGAN STRATEGI MARKETING PADA USAHA WARUNG INTERNET (WARNET) DENGAN diterapkannya *BLUE OCEAN STRATEGY* (Studi Kasus Warung Internet (Warnet) dijalan Pemda, Kampung Jawa Benteng hulu Kec. Mempura Kab. Siak)

Wiwik Indra Mariana

STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak Sri Indrapura Riau
Email: wiwikindramariana@staisiak.ac.id

ABSTRAK

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, market place baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Warnet atau Warung Internet, juga banyak dikenal sebagai Cafe Internet (internet cafe), semakin menjamur di Indonesia. Trend usaha di bidang Information Technology (IT) telah begitu berkembang terutama sepuluh tahun terakhir ini, dimana akses internet semakin mudah diakses oleh semua kalangan. Perkembangan pengguna internet (user) juga mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Bisnis ini jadi tidak mudah ketika harus memadukan 3 (tiga) kekuatan sekaligus, yaitu modal, teknik dan manajemen. Namun, dengan semakin maraknya fasilitas berinternet di tempat-tempat umum dengan adanya hot spot serta makin umumnya penggunaan laptop oleh masyarakat membuat warnet mulai ditinggalkan. Perkembangan teknologi mobile menyebabkan bisnis layanan telekomunikasi tak bergerak terkena imbasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang harus dikembangkan oleh pengelola warung internet LARANet” untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Untuk mengetahui kebutuhan pelanggan dan tindakan apa yang perlu diambil menggunakan Quality Function Deployment (QFD). Berdasarkan hasil QFD dapat dilihat atribut mana yang akan dihapuskan, dikurangi, ditingkatkan dan diciptakan guna terciptanya Blue Ocean Strategy (BOS) dengan melihat posisi atribut pada Diagram Kartesius. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Blue Ocean Strategy untuk merancang strategi marketing yang baru dengan menggunakan Quality Function Deployment (QFD) adalah dengan menghapuskan fasilitas penunjang keamanan, meningkatkan kecepatan akses dan fasilitas penunjang kemudahan dan kenyamanan, serta tidak ada yang perlu dikurangi. Selain itu faktor yang diusulkan untuk diciptakan berdasarkan keinginan konsumen adalah fasilitas hotspot dan layanan live streaming. Hal tersebut dilakukan demi terciptanya ruang pasar baru yang belum dilakukan pesaing. Selain itu juga semakin meningkatkan kualitas pelayanan warnet “LARANet”.

Kata Kunci: *Quality Function Deployment (QFD), Blue Ocean Strategy (BOS), Diagram Kartesius, Warung Internet (Warnet)*

ABSTRACT

Information technology has opened the world's eyes to a new world, new interactions, new marketplaces, and a boundless global business network. Internet cafes, also widely known as Internet cafes, are increasingly popping up in Indonesia. The business trend in the field of Information Technology (IT) has grown significantly, especially over the past decade, as internet access has become increasingly accessible to all segments of society. The number of internet users has also seen a significant increase year over year. This business becomes challenging when it comes to balancing three key elements: capital, technology, and management. However, with the increasing availability of internet facilities in public places through hotspots and the widespread use of laptops by the public, internet cafes are beginning to be abandoned. The development of mobile technology has also impacted the telecommunications services industry. This study aims to identify the strategies that the managers of the LARANet internet cafe should develop to improve the quality of their services in line

with customer needs. To identify customer needs and the actions that need to be taken, Quality Function Deployment (QFD) is used. Based on the QFD results, it can be seen which attributes should be eliminated, reduced, improved, and created to achieve a Blue Ocean Strategy (BOS) by examining the position of attributes on the Cartesian diagram. The research results indicate that the implementation of the Blue Ocean Strategy to design a new marketing strategy using Quality Function Deployment (QFD) involves eliminating security support facilities, improving access speed and facilities supporting convenience and comfort, and nothing needs to be reduced. Additionally, the factors proposed to be created based on consumer preferences are hotspot facilities and live streaming services. This is done to create a new market space not yet explored by competitors. Furthermore, it also enhances the quality of service at the “LARANet” internet café.

Keywords: *Quality Function Deployment (QFD), Blue Ocean Strategy (BOS), Cartesian Diagram, Internet Café (Warnet)*

PENDAHULUAN

Saat memasuki era globalisasi, pada saat kondisi itulah yang menjanjikan suatu peluang bisnis serta tantangan bisnis yang baru buat perusahaan yang telah ada di Indonesia. Perusahaan juga perlu untuk memperluas pasar produk, akan tetapi persaingan juga akan semakin ketat, baik dengan perusahaan asing ataupun dengan perusahaan domestik. Adanya persaingan menyebabkan pemasar harus bisa mempertahankan keadaannya saat ini di pasar, selain itu pemasar juga harus berusaha merebut pangsa pasar. Untuk dapat memenuhi target tersebut, maka hal yang terpenting adalah strategi dalam mengembangkan produk agar diterima oleh masyarakat.

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, market place baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu; interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan / industri maupun pemerintah. Hadirnya Internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

Warnet atau Warung Internet, juga banyak dikenal sebagai Cafe Internet (internet cafe), semakin menjamur di Indonesia. Trend usaha di bidang IT telah begitu berkembang terutama sepuluh tahun terakhir ini. Bisnis ini jadi tidak mudah ketika harus memadukan 3 (tiga) kekuatan sekaligus, yaitu Modal, Teknik dan Manajemen. Orang yang memiliki modal tidak serta merta bisa langsung terjun di bisnis ini, ketika dia tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang seluk beluk dunia IT (Informasi Teknologi). Bahkan berhasil tidaknya, atau jalan tidaknya warnet justru banyak bergantung ke kemampuan teknis (dalam hal ini teknisi dan operator) dalam mensupport modal dan manajemen yang ada.

Namun, dengan semakin maraknya fasilitas berinternet di tempat-tempat umum dengan adanya hot spot serta makin umumnya penggunaan laptop oleh masyarakat membuat warnet mulai ditinggalkan. Perkembangan teknologi mobile menyebabkan bisnis layanan telekomunikasi tak bergerak terkena imbasnya. Warung telepon, misalnya, banyak ditinggalkan setelah ada telepon seluler bertarif murah. Penyebab lain adalah belum adanya aturan pemerintah tentang kualitas pelayanan bisnis warnet. Akibatnya, naik-turunnya kecepatan atau terputusnya koneksi tidak diperhatikan oleh penyedia jasa meskipun hal itu sangat merugikan pelanggan. Quality Function Deployment (QFD) adalah metodologi dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau

layanan yang mampu mengintegrasikan ‘suara-suara konsumen’ ke dalam proses perancangannya. QFD sebenarnya adalah merupakan suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

Bagaimana membuat ruang pasar yang belum terjelajahi, yang bisa menciptakan permintaan dan memberikan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Dengan tujuan dapat bersaing dengan tangkas dalam kompetisi, bagaimana secara cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan samudra biru (Blue Ocean Strategy). Definisi yang dikemukakan diatas menjelaskan bahwa strategi samudra biru bukan strategi untuk memenangkan persaingan akan tetapi strategi untuk keluar dari dunia persaingan dengan menciptakan ruang pasar yang baru dan membuat pesaing dan kompetisi menjadi tidak relevan. Selain samudra biru ada istilah samudra merah yang menjadi kebalikan dari samudra biru. Kebanyakan samudra biru diciptakan dari dalam samudra merah dengan cara memperluas batasan-batasan industri yang sudah ada.

Afit (2006) dan Ridho (2006) menggunakan analisis SWOT untuk menciptakan samudra biru. Penelitian Afrit dilakukan pada PT. Holcim Indonesia Tbk, sedangkan Ridho pada RSUD di Banda Aceh. Dalam analisis SWOT penelitian tidak terfokus pada kekurangan dan kelebihan pesaing dan lingkungan eksternal dari industri juga mempengaruhi. Sedangkan jika menggunakan Quality Function Deployment (QFD), penelitian akan terfokus pada apa yang dirasakan dan diinginkan oleh pelanggan dapat langsung diketahui perbandingan tingkat kepuasan produk pesaing dan dapat mengetahui langsung kompetisi yang terjadi antara produk kita dan pesaing. Pada penelitian ini akan dilakukan penelitian menggunakan Quality Function Deployment (QFD) dalam penerapan strategi samudra biru untuk merancang strategi marketing pada usaha warung internet.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di warung internet di jalan . Pemda Kampung Jawa Desa Benteng Hulu Kecamatan Mempura Kabupaten Siak. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pengunjung warung internet di jalan Pemda, Benteng Hulu Siak dengan waktu kunjungan minimal 10 (sepuluh) kali.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, identifikasi masalah dilakukan dengan menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh warung internet “LARANet” dengan menerapkan strategi samudra biru untuk membuka kesempatan bersaing dengan warung internet lainnya di jalan pemda Kampung Jawa Desa Benteng Hulu Kecamatan Mempura Kabupaten Siak.

C. Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti dapat menguasai teori maupun konsep dasar yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Studi ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti literatur, laporan-laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah lain yang dapat mendukung terbentuknya landasan teori, sehingga dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian.

2. Penelitian Lapangan

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melaksanakan riset langsung ke instansi yang bersangkutan, dalam hal ini Warung internet “LARANet”. Data terkait didapatkan dengan sumber:

3. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek, wawancara kepada pihak terkait dan menyebarkan kuisioner, dengan tujuan untuk mendapatkan data-data kondisi instansi bersangkutan.

Data-data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian inidapat dibedakan menjadi dua :

1. Data Primer

Data yang dibutuhkan untuk penelitian (data-data hasil kuesioner) yang mencakup atribut kepentingan pengunjung warung internet, tingkat kepentingan/harapan pengunjung warung internet.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber lain seperti hasil penelitian sebelumnya, jurnal dan lain-lain, yang digunakan untuk mendapatkan dan menggali teori-teori yang sekiranya akan mendukung terhadap penelitian untuk memecahkan masalah.

3. Penentuan Jumlah Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif artinya jumlah sampl yang ditentukan harus dapat mewakili populasi yang ada. Penntuan jumlah sampel pada penelitian ini sangat ditentukan karena paneliti tidak dapat menjadikan semua konsumen sebagai responden. Hal ini disebabkan karena keterbatasan biaya, waktu, pikiran, tenaga dan fasilitas. Oleh karena itu, peneliti dapat menentukan jumlah sampel menggunakan statistik sebagai alat bantu yang ekonomis, karena statistik menyediakan prinsip-prinsip dan cara-cara yang digunakan untuk mengantisipasi hal tersebut yaitu dengan rumus error.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada para pengunjung warung internet “LARANet”. Kuesioner tidak dapat diolah bila jawaban kuesioner tersebut tidak memenuhi syarat-syarat pengisian kuesioner. Syarat pengisian kuesionernya yaitu semua pertanyaan harus dijawab sesuai dengan pilihan yang ada dan tidak boleh terdapat jawaban ganda dalam satu pertanyaan. Hasil selengkapny dari penyebaran kuisioner dapat dilihat pada lampiran. Adapun atribut pertanyaan dalam kuisioner tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Rekapitulasi Pertanyaan Kuisioner

Dimensi	Atribut
Dimensi Berwujud (Tangibles)	1. Kebersihan warnet
	2. Ketersediaan area paker
	3. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk)
	4. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)
	5. Kecepatan akses

Dimensi Kehandalan <i>(Reliability)</i>	6. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet
	7. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis
Dimensi Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i>	8. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung warnet
Dimensi Jaminan <i>(Assurance)</i>	9. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung warnet
	10. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker penyimpanan helm)
Dimensi Empati <i>(Empathy)</i>	11. Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya
	12. Kerapihan petugas dalam penampilannya

D. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas
- a. Menentukan hipotesis

H_o : butir pertanyaan kuisisioner valid

H_i : butir pertanyaan kuisisioner tidak valid
- b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5%

Derajat kebebasan (df) = n – 2, (df) = 70 – 2 = 68

Maka nilai r_{tabel}

df	r_{tabel}
65	0.244
68	x
70	0.235

$$\frac{x - 0,244}{0,235 - 0,244} = \frac{68 - 65}{70 - 65}$$

$$\frac{x - 0,244}{-0,01} = \frac{3}{5}$$

$$x - 0,244 = \frac{3}{5} (-0,009)$$

$$x - 0,244 = -0,0054$$

$$x = 0,2386$$

Dari hasil interpolasi didapatkan nilai r_{tabel} = 0,2386

- c. Mencari nilai r_{hitung}
- Nilai r_{hitung} pada software SPSS.18 dapat dilihat pada nilai *CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION*nya. Hasil perhitungan r_{hitung} dan status atribut dapat dilihat pada tabel 4.2
- d. Pengambilan keputusan
- Dasar pengambilan keputusan:
- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir atau item kuisioner valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir atau item kuisioner tidak valid

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
A. Dimensi Berwujud (<i>Tangible</i>)			
1. Kebersihan warnet	0,803	0,2386	Valid
2. Ketersediaan area parkir	0,774	0,2386	Valid
3. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk)	0,805	0,2386	Valid
4. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)	0,795	0,2386	Valid
B. Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)			
5. Kecepatan akses	0,615	0,2386	Valid
6. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet	0,812	0,2386	Valid
7. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah Teknis	0,807	0,2386	Valid
C. Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
8. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung Warnet	0,744	0,2386	Valid
D. Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)			
9. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung	0,856	0,2386	Valid
10. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker penitipan helm)	0,653	0,2386	Valid
E. Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)			
11. Keramahan dan kesopanan petugas dalam Pelayanannya	0,860	0,2386	Valid
12. Kerapihan petugas dalam penampilannya	0,624	0,2386	Valid

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Quality Function Deployment

Quality Function Deployment (QFD) adalah metodologi dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan ‘suara-suara konsumen’ ke dalam proses perancangannya. QFD sebenarnya adalah merupakan suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

Pada intinya fokus utama quality function deployment adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasari adalah pelanggan tidak

akan merasa puas pada suatu produk yang dihasilkan sudah sempurna bila pelanggan tidak membutuhkan atau menginginkannya.

B. House of Quality

Secara garis besar hoq terdiri dari 2 bagian utama, yaitu bagian pertama yang berada pada bagian horizontal dimana berisi informasi yang berhubungan dengan pelanggan, bagian kedua yang berada pada bagian sisi vertikal yang memuat informasi teknis yang merespon masukan dari pelanggan. Bagian yg terletak pd sisi horizontal antara lain:

1. Customer Requirement yang berisi atribut kebutuhan pelanggan sebagai masukan dasar membangun quality function deployment. Customer Requirement merupakan atribut yang menjadi kebutuhan pelanggan. Dari hasil observasi lapangan dan wawancara dengan beberapa pengunjung warnet dari pemilik warnet selaku pengelola, dpt diperoleh 12 atribut yg dibutuhkan oleh pengunjung/pelanggan selaku konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola warnet. Kebutuhan-kebutuhan tersebut antara lain:

- a. Kebersihan warnet

Kebersihan warnet sangat penting artinya bagi pengunjung karena dengan kebersihan yang terjaga akan membuat pengunjung merasa nyaman untuk mengakses layanan internet. Sejahuh ini berdasar observasi, kebersihan warnet cukup terjaga dgn baik sehingga tidak mengurangi kenyamanan, hanya beberapa sudut saja tampak kotor.

- b. Ketersediaan area parkir

Ketersediaan area parkir juga menjadi perhatian bagi pengunjung warnet, karena dengan area parkir yg luas dan tertata dengan baik memberikan kemudahan dan perasaan aman bagi para pengunjung.

- c. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk) Fasilitas penunjang kenyamanan seperti pencahayaan yang baik, tempat duduk yang nyaman menjadi perhatian tersendiri bagi pengunjung, karena dengan adanya fasilitas tersebut memberikan rasa nyaman bagi pengunjung selama mengakses internet.

- d. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)

Tersedianya fasilitas penunjang kemudahan memiliki arti yang sangat penting bagi pelanggan warnet, karena dengan adanya fasilitas seperti webcam dan headset memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses layanan internet yang membutuhkan fasilitas tersebut.

- e. Kecepatan akses

Kecepatan akses juga mendapat peran yang sangat penting bagi pengunjung warnet, karena dengan kecepatan akses yang tinggi memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan warnet yang notabene datang untuk mengakses layanan internet.

- f. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet

Hal ini juga mendapat perhatian yang cukup penting bagi pelanggan warnet, karena dengan ketepatan informasi memberikan kenyamanan tersendiri bagi pelanggan yang akan mengakses internet.

- g. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis

Dalam pelayanan warnet tentu tidak terlepas dari permasalahan teknis, sehingga hal ini juga menjadi cukup penting bagi pengunjung yang menikmati akses internet. Sehingga

- dengan kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memberi rasa nyaman bagi pelanggan.
- h. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung warnet
Setiap pelayanan tentunya memiliki kekurangan, sehingga tidak menutup kemungkinan adanya keluhan terhadap pelayanan tersebut. Hal ini menjadi perhatian yang cukup penting bagi pelanggan warnet, karena dengan tanggapan petugas terhadap keluhan yang disampaikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.
 - i. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung
Jaminan keamanan memiliki arti yang cukup penting bagi pengunjung warnet. Karena dengan hal ini dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan pada saat mengakses layanan internet yang disediakan.
 - j. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker, tempat penitipan helm)
Tersedianya fasilitas penunjang keamanan juga memiliki arti yang cukup penting bagi pengunjung warnet. Karena dengan adanya fasilitas seperti tempat penitipan helm, kamera pengawas, dan alat pemadam kebakaran semakin memberikan rasa aman bagi pengunjung warnet jika sewaktu-waktu terjadi hal yang tidak diinginkan.
 - k. Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya
Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Karena dengan keramahan dan kesopanan petugas dapat memberikan rasa nyaman bagi pelanggan selama menikmati layanan ataupun untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.
 - l. Kerapihan petugas dalam penampilannya.
Dengan kerapihanpetugas dalam penampilannya juga memiliki arti yang cukup penting bagi pengunjung. Karena dengan hal tersebut dapat memperlihatkan profesionalitas pelayanan yang diberikan, disamping itu juga memberikan rasa nyaman bagi pelanggan yang datang.
2. Importance rating yang berisi nilai tingkat kepentingan dari pelanggan terhadap atribut kebutuhan pelanggan yang ada. Importance rating atau tingkat kepentingan relatif yaitu nilai yang diperoleh dari penilaian responden terhadap atribut kualitas layanan yang diharapkan dari penyedia jasa internet. Dalam hal ini, penentuan tingkat kepentingan relatif dibutuhkan untuk menunjukkan seberapa penting suatu atribut yang menjadi kebutuhan pelanggan dan menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam menikmati layanan internet sehingga pihak pengelola dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut berdasarkan kepentingan pelanggan. Dari hasil observasi dan juga diperkuat oleh pengolahan data yang telah dijelaskan sebelumnya, terlihat bahwa atribut kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai relatif besar atau dianggap yang paling penting yaitu kecepatan akses. Hal ini terjadi karena tujuan pelanggan untuk datang ke warung internet adalah menikmati layanan internet itu sendiri, sehingga kecepatan akses menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi pelanggan. Sedangkan atribut kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai kepentingan relatif yang terkecil atau dianggap paling tidak penting adalah ketersediaan ketersediaan fasilitas penunjang keamanan. Hal ini terjadi karena sebagian besar pengunjung lebih merasa

aman dengan menjaga barang sendiri yang dibawa ke warung internet tersebut.

3. Costumer Competitive Evaluation yang berisi gambaran posisi pelayanan warung internet “LaraNet” dibandingkan dengan posisi pelayanan warnet “CitraNet”. Costumer Competitive Evaluation yaitu perbandingan posisi antara perusahaan dengan pesaing berdasarkan penilaian dari konsumen. Dalam hal ini yakni perbandingan antara warnet “KlikNet” dan “SquareNet”. Secara keseluruhan, nilai kepuasan terhadap atribut kebutuhan pelanggan dari layanan yang diberikan warnet “KlikNet” kepada pelanggan tertinggal dibandingkan nilai kepuasan yang diberikan warnet “SquareNet”.
 - a. Kebersihan warnet
 - b. Ketersediaan area parkir
 - c. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk)
 - d. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)
 - e. Kecepatan akses
 - f. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet
 - g. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis
 - h. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung warnet
 - i. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung
 - j. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker, tempat penitipan helm)
 - k. Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya
 - l. Kerapihan petugas dalam penampilannya.
4. GAP analysis merupakan besarnya selisih antara skor harapan (kondisi ideal) dengan skor kenyataan (kondisi saat ini) atau digunakan untuk mengetahui selisih antara kondisi ideal perusahaan dengan kondisi perusahaan yang diterima saat ini. Penerjemahan Costumer Requirement ke Dalam Technical Requirement. Dari kebutuhan pelanggan yang telah dibahas diatas, dirasakan perlu agar dapat mendatangkan kepuasan bagi pengunjung. Namun, agar pihak pengelola dapat tetap menjaga kepuasan dari pelanggan, diperlukan langkah-langkah teknis yang merupakan implementasi dari kebutuhan pelanggan tersebut, yang sering disebut dengan kebutuhan teknis atau technical requirement. Berdasarkan wawancara dan juga pertimbangan pengelola, diperoleh beberapa kebutuhan teknis yang harus dilakukan, yaitu:
 - a. Tersedianya tempat sampah
 - b. Adanya petugas kebersihan
 - c. Adanya petugas parkir
 - d. Adanya lampu bilik
 - e. Tersedianya tempat duduk (sofa)
 - f. Smoking area
 - g. Tersedianya WC
 - h. Tersedianya webcam
 - i. Tersedianya headset
 - j. Kapasitas bandwidth yang tinggi
 - k. Sistem informasi yang baik
 - l. Kecekatan dan keterampilan petugas
 - m. Adanya kotak saran dan kritik

- n. Adanya petugas keamanan
 - o. Adanya asuransi kehilangan barang
 - p. Adanya sekat diantara setiap bilik\
 - q. Adanya loker penitipan helm
 - r. Adanya kamera pengawas (cctv)
 - s. Adanya alat pemadam kebakaran
 - t. Penerapan salam, senyum, dan sapa
 - u. Kesesuaian petugas dengan tata tertib yang berlaku
 - v. Adanya dresscode khusus petugas
5. Goal yg berisi target atau tujuan perusahaan yang ingin dicapai dilihat dari persaingan produk yang digambarkan pada bagian costumer competitive evaluation. Nilai Kepentingan Absolut dan Kepentingan Relatif. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam kebutuhan teknis itu terdapat 2 kepentingan. Tingkat kepentingan ini menunjukkan prioritas kegiatan mana yang perlu dilakukan terlebih dahulu. Berdasarkan hasil pengolahan data nilai kepentingan absolut dan kepentingan relatif dapat diketahui. Sehingga kebutuhan teknis yang mempunyai nilai prioritas paling tinggi harus mendapat perhatian khusus untuk dilaksanakan. Hasil pengolahan data menunjukkan kebutuhan teknis yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan adalah mengenai kapasitas bandwidth yang tinggi, karena dengan kapasitas yg tinggi semakin mempercepat akses layanan internet itu sendiri dimana hal tersebut pula yang menjadi tujuan pelanggan untuk datang ke warnet. Sedangkan kebutuhan teknis yang menjadi prioritas terakhir yaitu tentang adanya alat pemadam kebakaran. Hal ini bisa dikatakan tidak terlalu penting karena kecil kemungkinan terjadinya kebakaran dalam aktifitas di warnet, namun tetap perlu diperhatikan demi memberi rasa aman bagi pengunjung
 6. Sales point yang berisi keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing yang digunakan dalam pemasaran nantinya. Prioritas Berdasarkan GAP Analysis. Nilai gap menunjukkan urutan prioritas pengembangan atribut produk. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa atribut yang memiliki nilai gap paling besar atau mendapat prioritas utama untuk dikembangkan adalah kecepatan akses.
 7. Bobot baris berisi tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan dimana kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Sales Point merupakan keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing yang digunakan dalam pemasaran nantinya. Simbol yang digunakan pada sales point yaitu dengan nilai tertentu yang besarnya lebih dari satu (1) , misalnya 1,2. Berdasarkan pertimbangan perusahaan, atribut yang berpengaruh pada daya saing dalam pemasaran adalah kecepatan akses, fasilitas penunjang kenyamanan, fasilitas penunjang kemudahan, dan keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya. Walaupun ada diantara atribut tersebut yang dilihat dari tingkat kepuasannya masih kalah dari pesaing, namun dengan dilakukan perbaikan diharapkan dapat dijadikan kekuatan untuk bersaing dengan pesaing dalam pemasarannya.
 8. Action yang berisi tindakan yang harus diambil perusahaan dengan melihat posisi pesaingnya.

Dalam penelitian ini ditetapkan nilai goal sebesar 4 yang melambangkan tingkat kepuasan maksimal konsumen. Nilai ini berlaku untuk semua atribut produk dan didapat juga berdasarkan pertimbangan perusahaan. Berikut adalah goal utk masing masing atribut kebutuhan pelanggan:

a. Kebersihan warnet

Goal untuk kebersihan warnet diberi skala nilai 3,5. Berawal dari skala kepuasan yang bernilai 2,83 berarti atribut kebersihan harus dilakukan perbaikan agar dapat selalu unggul dari pesaing, karena pengunjung warnet menganggap kebersihan juga merupakan kebutuhan yang penting. Jangan sampai pengunjung beralih ke pesaing karena tingkat kebersihannya yang tidak terjaga.

b. Ketersediaan area parkir

Goal untuk ketersediaan area parkir ditetapkan dengan skala nilai 3. Berawal dari skala kepuasan yang bernilai 2,99 berarti atribut ketersediaan area parkir perlu perbaikan, namun tidak perlu terlalu signifikan. Karena ketersediaan area parkir yang ada dirasa telah cukup memadai bagi pengunjung.

c. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk)

Goal untuk fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk) ditetapkan dengan skala nilai 3,5 dari skala kepuasan 2,67, yang berarti atribut ini perlu perbaikan agar unggul dari pesaing. Hal ini dilakukan agar semakin banyak pengunjung yang tertarik untuk datang ke warnet "LARANet".

d. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)

Goal untuk fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam) ditetapkan dengan skala nilai 4 dari skala kepuasan 2,53, yang berarti atribut ini perlu perbaikan yang optimal agar unggul dari pesaing. Sehingga pengunjung mendapat kepuasan yang lebih dari pelayanan yang telah diberikan oleh pesaing.

e. Kecepatan akses

Goal untuk kecepatan akses ditetapkan dengan skala nilai 4 dari skala kepuasan 2,64. Hal ini berarti atribut ini perlu perbaikan yang optimal karena jauh tertinggal dari pesaing. Sehingga dengan peningkatan ini dapat menumbuhkan kepuasan yang lebih bagi pengunjung warnet.

f. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet

Goal untuk Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet ditetapkan dengan skala nilai 3 dari skala kepuasan 2,71. Hal ini berarti atribut ini perlu perbaikan namun tidak perlu secara signifikan karena sudah dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung namun perlu ditingkatkan agar tidak tertinggal dari pesaing.

g. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis

Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 3 dari skala kepuasan 2,89 yang berarti bahwa atribut ini perlu peningkatan namun tidak terlalu signifikan karena yang sudah ada cukup memberikan kepuasan bagi pengunjung, namun perlu ditingkatkan agar tidak tertinggal dari pesaing.

h. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung warnet

Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 3 dari nilai kepuasan 2,77. Berarti

atribut ini perlu perbaikan namun tidak signifikan karena atribut ini sudah cukup memberikan kepuasan bagi pengunjung, namun perlu ditingkatkan agar tidak tertinggal dari pesaing.

- i. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 3 dari nilai kepuasan 2,7 yang berarti perlu ada peningkatan pelayanan namun tidak perlu terlalu signifikan karena dari faktor kepentingan sendiri tidak terlalu tinggi. Namun perlu ditingkatkan agar tidak tertinggal dari pesaing.
 - j. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker, tempat penitipan helm)
Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 2,8 dari nilai kepuasan sebesar 2,44. Hal ini berarti perlu peningkatan namun tidak terlalu signifikan yang dilakukan untuk memiliki kesempatan bersaing dengan pesaing.
 - k. Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya
Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 3,5 dari skala kepuasan sebesar 2,81 artinya perlu peningkatan yang cukup signifikan. Karena hal ini mempengaruhi kepuasan pengunjung menikmati layanan yang disediakan warnet “LARANet”. Disamping itu, hal ini perlu ditingkatkan agar tidak tertinggal dari pesaing.
 - l. Kerapihan petugas dalam penampilannya.
Goal untuk atribut ini ditetapkan dengan skala nilai 3,5 dari skala kepuasan sebesar 2,86. Hal ini berarti perlu peningkatan yang cukup signifikan karena sudah tertinggal dari pesaing.
9. Prioritas Berdasarkan Bobot Baris
- Pengambilan keputusan atribut yang akan dikembangkan juga mempertimbangkan bobot pada setiap target yang akan dicapai, serta berdasarkan pada kondisi perusahaan apakah alternatif tersebut mampu untuk dikembangkan oleh perusahaan atau tidak. Berat bobot baris menunjukkan urutan prioritas kebutuhan konsumen, dimana atribut yang mempunyai berat bobot baris yang besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan di warnet “LARANet”. Dalam hal ini dilakukan penilaian untuk pengambilan tindakan yang diperlukan dengan kategori-kategori yang telah dijelaskan sebelumnya.
- a. Kebersihan warnet
Karena ditinjau dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” tertinggal dari warnet “SquareNet”, namun dari hasil observasi dapat dilihat bahwa kebersihan warnet sudah cukup baik. Oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep.
 - b. Ketersediaan area parkir
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
 - c. Fasilitas penunjang kenyamanan (seperti: pencahayaan, tempat duduk) Dilihat dari segi kepuasan pelanggan, atribut ini cukup tertinggal jauh dari pesaing. Oleh karena itu diambil tindakan A, sehingga pihak pengelola harus melakukan perbaikan agar dapat bersaing dengan pesaing.

- d. Fasilitas penunjang kemudahan (seperti: headset, webcam)
Dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” terhadap atribut ini tertinggal dari pesaing. Oleh karena itu diambil tindakan A, sehingga pihak pengelola harus melakukan perbaikan agar dapat bersaing dengan pesaing.
- e. Kecepatan akses
Dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” terhadap atribut ini tertinggal dari pesaing. Oleh karena itu diambil tindakan A, sehingga pihak pengelola harus melakukan perbaikan agar dapat bersaing dengan pesaing.
- f. Ketepatan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung warnet
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- g. Kecepatan petugas dalam menyelesaikan masalah teknis
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- h. Tanggapan petugas terhadap keluhan pengunjung warnet
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- i. Jaminan keamanan dan kenyamanan yang diberikan kepada pengunjung
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- j. Ketersediaan fasilitas penunjang keamanan (seperti: loker, tempat penitipan helm)
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- k. Keramahan dan kesopanan petugas dalam pelayanannya
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.
- l. Kerapihan petugas dalam penampilannya.
Dilihat dari segi kepuasan pelanggan pelayanan warnet “LARANet” dalam atribut ini tertinggal dari pesaing, oleh karena itu diambil tindakan B yaitu menguji konsep, sehingga perusahaan perlu melakukan peningkatan kualitas layanan.

SIMPULAN

Dari hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pelanggan warunginternet “ LARANet” agak rendah dan dapat dilihat dari faktor penentu konsumen dalam memilih yaitu kecepatan akses yang memiliki bobot kepuasan sebesar 2,64 sedangkan bobot kepentingan sebesar 3,71, ketersediaan fasilitas penunjang

kemudahan yang memiliki bobot kepuasan sebesar 2,49 sedangkan bobot kepentingan sebesar 3,49, dan ketersediaan fasilitas penunjang kenyamanan yang memiliki bobot kepuasan sebesar 2,67 sedangkan bobot kepentingan sebesar 3,59.

Sedangkan kompetisi yang terjadi antara warnet “LARANet” dengan pesaing menunjukkan bahwa warnet “LARANet” tertinggal dari pesaing dari segi kepuasan pelanggan. Sehingga usulan strategi yang sebaiknya diterapkan perusahaan agar menuju samudera biru selain menghapus, mengurangi, dan meningkatkan adalah dengan menciptakan ruang pasar baru yang belum ada pesaingnya yaitu dengan menciptakan fasilitas *hotspot* dan layanan *live streaming*. Pihak pengelola warung internet “LARANet” sebaiknya mengembangkan usulan strategi berdasarkan analisa *quality function deployment* dan *blue ocean strategy* agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Sehingga kepuasan pengunjung warung internet “LARANet” selaku konsumen dapat meningkat dan memberikan keuntungan bagi pengembangan warung internet “LARANet” ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA