

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1. Deskripsi Konsep Bisnis

1.1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi menyebabkan manusia tidak lepas dari komputer. *Game* merupakan suatu aplikasi yang di buat untuk menghilangkan kejenuhan, hobi dan lain-lain. Minat yang banyak akan kebutuhan *game* membuat “Home Net” tertarik membuat Rental *Game on-line*. *Game* saat ini tidak seperti *game* terdahulu, jika dahulu *game* hanya bisa maksimal dimainkan dua orang, sekarang dengan kemajuan teknologi terutama jaringan internet, *game* bisa dimainkan 100 orang lebih sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Walaupun awalnya *game* dibuat untuk sarana bermain dan melepas rasa bosan, tidak sedikit orang dewasa yang menjadikannya sebagai pekerjaan dan mendapat penghasilan dari bermain *game*. *Game on-line* juga membawa dampak yang besar terutama pada perkembangan anak maupun jiwa seseorang. Walaupun dapat bersosialisasi dalam *game on-line* dengan pemain lainnya, *Game on-line* kerap membuat pemainnya melupakan kehidupan sosial yang dimilikinya, hal ini dapat berdampak langsung terhadap perkembangan seseorang, karena banyak yang terkenal didunia *game*, tetapi tidak bisa bersosialisasi dalam kehidupan sehari-hari.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini mengadakan *Survey* pengguna internet di Indonesia. Hasilnya adalah jumlah pengguna aktif internet Indonesia sudah mencapai 63 juta orang, atau sekitar 24% dari total populasi Indonesia. Jumlah ini meningkat sekitar 8% jika dibandingkan dengan tahun lalu, dimana saat itu hanya sekitar 55 juta pengguna saja. Pengguna Internet terbanyak saat ini masih berada di Pulau Jawa. Posisi kedua diikuti Pulau Sumatera, Sulawesi, Bali, dan Kalimantan. Sedangkan secara provinsi, pengguna terbanyak ada di Jawa Barat. Lalu, diikuti Jawa Timur dan Jawa Tengah.

Dilihat dari klasifikasi umur, pengguna terbanyak Internet masih berusia 12-34 tahun, yang mencapai 64 persen dari total pengguna. Akses terbesar internet masih digunakan untuk *e-mail*, *chatting*, dan mengakses situs berita serta jejaring sosial. Berikut ini jumlah pemain *game on-line* di Indonesia, dari data pengguna internet aktif, diperkirakan pemain *game on-line* aktif Indonesia berkisar 6 jutaan, atau sekitar 10% dari jumlah pengguna internet. Pengertian aktif di sini adalah mereka yang hampir tiap hari bermain *game on-line* atau mengakses internet. Untuk pemain *game on-line* pasif, diperkirakan mencapai sekitar 15 jutaan. Perkiraan ini didapat dari data pengguna *Facebook* di Indonesia yang telah tembus di atas 30 juta orang, dimana 50% penggunanya pernah memainkan *game on-line* yang terdapat di situs jejaring sosial tersebut. *Game on-line* yang paling banyak dimainkan saat ini adalah yang bergenre *First Person Shooter* (FPS). Diperkirakan 50% - 60% *gamer on-line* memainkan *game* ini. Sisanya diisi dengan *game* bergenre MMORPG dan Casual. Tiap tahunnya pemain *game* Indonesia diperkirakan meningkat sekitar 5% - 10%. Seiring dengan makin

pesatnya infrastruktur internet di Indonesia, tampaknya industri *game on-line* masih sangat menjanjikan apabila dalam baik dalam pengelolaan. (<http://ligagame.com/index.php/home/1/5228-berapa-jumlah-pemain-game-online-di-indonesia-ini-datanya>, 13 Desember 2013)

Melihat kondisi seperti ini bisnis warnet *game on-line* jelas sangat besar peluangnya karena semakin meningkatnya pengguna internet dari tahun ke tahun sehingga bisnis warnet semakin menjamur dikalangan masyarakat. Bisnis warnet “Home Net” dilatar belakangi oleh semakin banyaknya permintaan warnet di masyarakat yang memiliki fasilitas untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. “Home Net” di desain seperti rumah sendiri yang mengacu kepada orang-orang yang senang bermain *game on-line* sehingga merasa bermain seperti di rumah sendiri. Meskipun sekarang masyarakat memiliki akses internet di rumah dengan harga yang diberikan oleh provider terjangkau serta penggunaan internet tersebut cukup mudah, tetapi banyak orang pergi ke warnet untuk berinteraksi dengan komunitas *game* yang telah mereka miliki, sehingga dalam bermain memiliki teman untuk berbicara dan mendiskusikan tentang *game* tersebut.

Dalam konsep bisnis “Home Net” warnet harus menjadi tempat yang multiguna bagi orang yang ingin merasakan nikmatnya menjelajahi dunia maya dan memakai teknologi *game on-line*. Jadi, selain *browsing*, *e-mail*, dan *chatting*, di “Home Net” ini orang juga bisa bermain *game on-line* yang terbaru serta di dukung dengan koneksi internet yang cepat dan menyediakan berbagai macam makanan dan minuman. Selain

layanan yang lengkap, yang membuat “Home Net” beda dari warnet lain yaitu menyediakan fasilitas berupa tempat tidur untuk konsumen yang ingin beristirahat karena lelah bermain *game on-line*. Fasilitas ini merupakan nilai tambah bagi “Home Net” karena warnet lain belum menyediakan fasilitas ini. Fasilitas tempat tidur diberikan karena kebutuhan konsumen untuk istirahat belum diberikan oleh warnet lain.

Apabila konsumen memiliki kecanduan yang sangat tinggi, maka konsumen tersebut tidak akan memperhatikan kondisi fisiknya, bahkan untuk makan saja mereka tidak peduli. Berikut kasus kematian yang terjadi akibat kecanduan yang sangat tinggi:

1. Dede Hendri (20 tahun) - Indonesia

Kasus kematian karena *game on-line* yang pertama adalah Dede hendri ditemukan meninggal dalam sebuah warnet, ia memang gemar bermain *game on-line*, jika sudah masuk warnet ia bias berjam-jam didalamnya, terakhir kali ia bermain semalam suntuk pada 4 desember 2011 lalu sebelum ia ditemukan meninggal dunia.

2. Chen Rong-yu (23 tahun) – Taiwan

Kasus kematian karena *game on-line* yang kedua adalah Chen-Rong-yu, lelaki 23 tahun asal Taiwan ini meninggal akibat serangan jantung yang diakibatkan kelelahan saat bermain *game on-line* League of Legends. Ia bermain *game* selama 23 jam. Namun, orang-orang disekitarnya tidak menyadari jika pemuda tersebut telah meninggal, ia sudah Sembilan jam menjadi mayat sebelum ditemukan meninggal dunia

3. Gang Wang (31 tahun)

Seorang *gamers* berusia 31 tahun yang menghabiskan 10 tahun terakhirnya di warnet untuk bermain *game on-line*, Pada tanggal 8 Mei Gang Wang kembali kerumahnya setelah 10 tahun meninggalkan keluarganya yang tidak pernah ia hubungi sebelumnya dan meninggal dunia pada 15 Mei 2011 tepat 7 hari setelah Gang Wang pulang ke rumah di kota kelahirannya Wuhan. (<http://empatdetik.blogspot.com/2012/06/5-kasus-orang-meninggal-karena-main.html>, 13 Desember 2013)

Beberapa kasus ini hanya sebagian kecil korban akibat kelelahan bermain *game on-line*. “Home Net” akan mencegah kasus ini terjadi lagi dengan memberikan fasilitas tempat tidur yang nyaman sehingga konsumen tetap memiliki kondisi yang sehat dalam menjalankan hobi mereka. Apabila terdapat konsumen yang sudah bermain lebih dari 20 jam tanpa istirahat, maka “Home Net” akan memberikan peringatan untuk memakai fasilitas tempat tidur yang sudah disediakan dan fasilitas ini gratis untuk konsumen “Home Net”.

1.1.2 Persaingan

Jumlah penawaran terhadap permintaan pasar belum mencukupi sehingga peluang bisnis warnet semakin besar untuk berkembang ditambah lagi belum adanya warnet yang memiliki fasilitas tempat tidur sehingga membuat konsumen nyaman dalam bermain.

Tabel 1.1 Analisis Pesaing

PESAING	KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Digi Games	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki komunitas <i>game</i> yang solid. - Memiliki citra merk yang bagus pada konsumen. - Memiliki beberapa cabang - Memiliki segmen menengah ke bawah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan yang kurang ramah. - Karyawan yang sering merokok.
Digital Lounge	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki café - Akses yang cepat - Tempat parkir yang luas - Memiliki segmen menengah ke atas 	<ul style="list-style-type: none"> - Pencahayaan kurang
Dropzone	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki komunitas <i>game</i> yang solid. - Akses yang cepat - Memiliki beberapa cabang - Memiliki segmen menengah ke bawah 	<ul style="list-style-type: none"> - Toilet yang kurang bersih - Meja komputer yang kurang bersih

Berdasarkan analisis di atas, ketiga warnet ini memiliki segmen yang berbeda-beda dengan keunggulan dan kelemahan masing-masing. Ketiga warnet ini belum memberikan fasilitas berupa tempat tidur kepada konsumen, sehingga “Home Net” dapat memberikan nilai tersendiri bagi konsumen yang datang dan memakai fasilitas “Home Net”. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik warnet, tempat tidur untuk konsumen memang dibutuhkan untuk memulihkan kondisi fisik konsumen pada saat

bermain tetapi banyak kendala yang dihadapi seperti kurangnya lokasi untuk didirikan ruangan istirahat, maupun penyalahgunaan tempat istirahat untuk berbuat tindakan tidak terpuji.

1.1.3 Produk

Produk utama dari bisnis ini adalah memberikan layanan internet yang dibutuhkan oleh konsumen dalam bermain *game on-line*, dengan didukung oleh spesifikasi komputer yang baik serta perangkat pendukung komputer seperti *mouse*, *keyboard*, *headset* khusus *game* disamping itu usaha ini memisahkan ruangan tidak merokok dan merokok ketika bermain, hal ini akan memberikan kenyamanan bagi perokok aktif dan tidak perokok. Pelayanan makanan dan minuman akan disediakan sehingga konsumen tidak perlu memesan makanan dari luar warnet.

Tabel 1.2 Jumlah komputer, pembagian jenis ruangan dan jenis komputer

Jumlah Komputer	VIP	<i>Reguler</i>
110 Unit	40 Unit	70 Unit

Jenis Ruangan	VIP	<i>Reguler</i>
Merokok	20 Unit	50 Unit
Tidak Merokok	20 Unit	20 Unit

Pembagian ini berdasarkan konsumen yang lebih banyak merokok pada saat bermain dibandingkan konsumen yang tidak merokok.

1.1.4 Target dan Potensi Pasar

Pada tahun 2011 PopCap *Social Gaming research Survey* merupakan sebuah organisasi yang dipimpin oleh Information Solutions Group dan dijalankan oleh PopCap. PopCap *Social Gaming research Survey* telah mencatat bahwa setidaknya terdapat 81 juta orang di seluruh dunia yang memainkan *Social games* dalam waktu 1 hari. Dalam *Survey* ini, pihak PopCap juga memberikan laporan mengenai pengeluaran yang digunakan *gamer* dalam *Social games* yang menyatakan bahwa terdapat 31 juta pemain telah mengeluarkan uang untuk melakukan membeli barang dalam *Social games* dan angka ini selalu naik 86 % dari tahun ke tahun. *Survey* juga memperlihatkan jenjang usia dari para pemain dalam *Social games* yang menunjukkan bahwa 30% dari para *Social gamer* berusia dibawah 30 tahun, yang naik sebanyak 11% dibandingkan pada tahun 2010. 20% dari semua sosial *gamer* di Amerika Serikat berusia lebih dari 60 tahun sedangkan di Inggris hanya mencapai 7% saja. Information Solutions Group telah menjelaskan bahwa kini *Social games* telah menjadi sebuah fenomena baru di dunia karena perkembangannya yang semakin cepat dan semakin banyak *Social games* yang menggunakan teknologi yang semakin canggih seiring dengan bertambah banyaknya penggemar *game on-line*. (<http://ligagame.com/index.php/home/1/2273-81-juta-orang-mainkan-Social-games-setiap-harinya>, 13 Desember 2013).

Target bisnis ini untuk kalangan penggemar *game on-line* yang ingin menyalurkan hobi mereka dengan didukung fasilitas yang nyaman sehingga mereka mempunyai kepuasan tersendiri dalam bermain di “Home Net”. Potensi pasar lebih fokus pada kalangan yang memiliki tingkat kecanduan *game* yang tinggi.

Strategi pemasaran bisnis ini pada awalnya akan mengadakan promosi sebagai contoh pemotongan 50% harga *billing* dan memberikan soft drink kepada konsumen yang membeli *billing* minimal 5 jam. Bisnis ini juga akan mengadakan kompetisi *game on-line* sehingga peserta yang datang secara tidak langsung akan mengenal bisnis ini.

1.1.5 Kelayakan Investasi

Dalam *Survey* yang dilakukan pada tahun 2011 lalu terhadap para pemain *game* yang dikenal dengan istilah *gamers* serta *non-gamers* ataupun bukan pemain *game*, ternyata menunjukkan hasil yang cukup mengejutkan. Bisa dikatakan bahwa dalam waktu 2 hingga 5 tahun mendatang, jumlah pemain *game* di Indonesia akan meningkat pesat secara drastis. Jika dalam tahun-tahun sebelumnya, peningkatan jumlah pemain *game on-line* di Indonesia masih berkisar antara sepuluh hingga dua puluh persen per tahun, maka dalam waktu 2-5 tahun mendatang, bukan bertambah secara persentase, tapi akan meningkat menjadi berlipat lipat.

Survey dilakukan secara acak terhadap kalangan *non gamers* serta *gamers*, terutama terhadap keluarga muda yang saat ini memiliki anak-anak berumur dari 5 hingga 12 tahun. Hasil *Survey* ternyata di luar perkiraan sebelumnya. Hampir 70-80%

keluarga muda, memiliki anak-anak yang saat ini sedang memainkan *game facebook*, ataupun *game* dari iPad. Bahkan pada saat *staff Survey* berada di toko apple yang ada di mall-mall, penjualan iPad justru terbanyak dilakukan terhadap keluarga muda yang memiliki anak-anak berumur dari 5 hingga 12 tahun tersebut. Selain itu, pengguna *facebook* di Indonesia saat ini, menduduki ranking top 3 di dunia. Dan sebagian besar pengguna *facebook* di Indonesia tertarik untuk memainkan *game-game* yang ada di dalam *facebook* tersebut seperti mafia war, cityvile, farmvile, poker, restaurant city dan sebagainya. Bahkan pemain *game* tersebut bukan hanya terdiri dari anak-anak atau remaja saja, tapi sudah mencakup kepada ibu-ibunya hingga bapak-bapaknya.

Survey ini menunjukkan bahwa saat ini sudah terdapat jutaan anak-anak di Indonesia yang sedang memainkan *game game* pemula dari *facebook* ataupun iPad. Tinggal tunggu waktu 2 hingga 5 tahun mendatang, mereka akan merasa bosan, dan tertarik untuk mencoba *game-game* yang lebih menantang, seperti *game on-line* dan sebagainya. Sebagai informasi tambahan, *game on-line* yang dimaksud adalah *game-game* multiplayer *on-line* yang belakangan ini banyak bermunculan dan di-rilis oleh para publisher *game* di Indonesia, seperti pointblank, avalon *on-line*, canaan *on-line*, grand fantasia *on-line*, warrock, crossfire dan sebagainya.

Pertumbuhan pemain *game on-line* yang tadinya hanya berkisar antara 10% hingga 20% per tahun, akan meningkat pesat menjadi beberapa kali lipat dalam waktu 2 hingga 5 tahun mendatang. Hal ini terutama dipicu oleh mewabahnya jumlah pemain baru dari *game facebook* serta iPad saat ini, dan kurangnya jenis hiburan lainnya bagi

anak-anak ataupun remaja di Indonesia. Perpindahan dari *game-game* pemula ke *game-game on-line* yang lebih menantang, akan terjadi seiring dengan makin bertambahnya umur mereka. Walaupun infrastruktur di Indonesia seperti internet, tidak lebih baik daripada negara-negara lainnya, tetapi sudah bisa diperkirakan bahwa dalam beberapa tahun mendatang, jumlah pemain *game on-line* Indonesia tidak akan kalah dengan negara-negara yang secara infrastruktur lebih baik.

Peluang ini yang rupanya dilihat oleh para publisher *game on-line* di Indonesia, sehingga saat ini banyak sekali publisher *game on-line* baru yang membuka bisnis di Indonesia. Bahkan di tahun 2011 ini saja, terjadi rekor baru dalam hal pertumbuhan jumlah publisher baru yang memasuki market Indonesia. (<http://www.ligagame.com/index.php/home/1/1182-pemain-game-online-di-indonesia-akan-meningkat-pesat>, 13 Desember 2013).

Peluang untuk investasi terhadap warnet sangat menguntungkan, biasanya bisnis ini akan berjalan jangka panjang, dan kebutuhan *game on-line* semakin besar di masyarakat sehingga apabila terdapat investor yang ingin melakukan investasi kepada “Home Net”, maka berikut ini hasil perhitungan dengan menggunakan metode:

1. Perhitungan NPV (dengan discount factor 20%)

Dengan menggunakan metode ini, nilai NPV yang dihasilkan yaitu 3007,790,837, maka investasi kepada “Home Net” layak dijalankan karena nilai $NPV > 0$ (3007,790,837)

2. Perhitungan Payback Periode

Dengan menggunakan metode ini, nilai payback period yang dihasilkan yaitu 1 tahun 2 bulan 27 hari, maka investasi kepada “Home Net” layak dijalankan karena perkiraan balik modalnya lebih cepat dari yang diperkirakan.

3. Perhitungan Profitability Index

Dengan menggunakan metode ini, nilai profitfability index yang dihasilkan yaitu 2,9, maka investasi kepada “Home Net” layak dijalankan karena nilai profitability index >1 (2.9).

1.2 Deskripsi Bisnis

Nama “Home Net” ini berasal dari bahasa inggris yang memiliki arti rumah. Dengan memiliki arti rumah, maka “Home Net” akan memberikan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar mereka nyaman bermain *game* seperti di rumah sendiri, lalu diberikan layanan makanan/ minuman serta fasilitas ruang istirahat yang disediakan tempat tidur untuk konsumen beristirahat, tetapi perbedaannya mereka tetap bisa melakukan interaksi dengan komunitas *game* yang mereka miliki, sehingga dalam bermain mereka dapat melakukan diskusi tentang *game* yang mereka gemari bersama, kegiatan ini tidak orang lain miliki ketika bermain seorang diri di rumah.



Gambar 1.1 Logo “Home Net”

1. Nama usaha:” HOME NET ”
2. Alamat: Jln. Pasundan 68, Bandung
3. Nama pengurus: Theo Gunawan
4. Bidang usaha: Jasa
5. Izin yang dimiliki:
 - a. Izin Domisili Usaha dari RT setempat,
 - b. Surat Izin Tempat Usaha (SITU/HO) dari kelurahan atau bahkan Kota.
6. Modal awal : Rp. 1,654,128,000
7. Jadwal kegiatan pelaksana usaha : 24/7

8. Visi:

- Menjadikan “Home Net” sebagai warnet terbaik yang berfokus pada konsumen dengan 3M yaitu Melayani, Memuaskan, dan Mendengarkan.

9. Misi:

- Membina hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pegawai.
- Menciptakan suasana yang nyaman dan komunitas yang sehat.
- Memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.