

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha dalam era globalisasi ekonomi sekarang ini, telah memicu suatu persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa, perdagangan maupun industri, keadaan tersebut yang menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar mendapatkan posisi di pangsa pasar, memperoleh laba yang optimal dan dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing serta dapat memenangkan persaingan yang dihadapinya.

Munculnya berbagai macam industri yang menciptakan berbagai macam barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, mengakibatkan timbulnya persaingan dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Hal ini akan berdampak pada volume penjualan dan pengembangan usaha dimasa yang akan datang. Masing-masing perusahaan akan berlomba dalam menerapkan strategi pemasaran secara efektif guna menjaring konsumen sebanyak mungkin, dengan jaringan konsumen tersebut, maka tingkat pembelian pun meningkat.

Salah satu perusahaan industri yang berkembang pada saat ini adalah industri transportasi. Kebutuhan manusia akan transportasi semakin meningkat dari waktu ke

waktu. Setiap orang menginginkan transportasi yang sesuai dengan kebutuhannya, seperti untuk melakukan suatu perjalanan yang jauh pasti akan membutuhkan transportasi darat, laut atau pun transportasi udara.

Transportasi udara merupakan transportasi yang berkembang pesat dimana banyaknya biro perjalanan (Travel) dan maskapai penerbangan yang memberikan jasa penerbangan baik rute domestik maupun rute internasional. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penerbangan atau biasa yang disebut dengan biro perjalanan (Travel) yang menjual barang berupa tiket dan memberikan jasa berupa pelayanan (*service*) adalah PT Great Seasons Travel. Karena semakin banyak berdiri jasa transportasi yang melayani publik, ini menandakan bahwa jasa di bidang transportasi mempunyai peluang bisnis yang sangat bagus.

PT Great Seasons Travel yakni sebuah perusahaan yang beralamat di Ruko Fanindo, Blok O NO. 15. Tanjung Uncang Batam. Perusahaan ini mengutamakan penjualan tiket pesawat, banyak jenis tiket pesawat yang tersedia dari setiap maskapai penerbangan di antaranya adalah Garuda Indonesia, Citilink, Lion Air, Wings Air, Sriwijaya Air, Air Asia, Batik Air, Tiger Mandala Airways, Silk Air, Malaysia Airlines, Sky Aviation, dan lain-lain. Fasilitas layanan diutamakan mulai dari pesan tiket lewat telepon, SMS, Email, WA, FB, dan juga bisa lewat Website. Pembayaran bisa melalui transfer dan juga bisa membayar secara tunai kepada perusahaan.

Berikut ini adalah data jumlah penjualan dan presentase perubahan naik turun penjualan tiket selama lima bulan terakhir pada PT Great Seasons Travel.

**Tabel 1.1 Penjualan Tiket Pada PT Great Seasons Travel**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Penjualan Tiket(Dalam Lembar)</b>	<b>Perubahan Naik(Turun)(%)</b>
Mei	2.000	-
Juni	2.010	1,005
Juli	1.800	(- 1,1167)
Agustus	1.714	(-1,0502)
September	1.744	1,0175

**Sumber: PT Great Seasons Travel Cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam**

Data tersebut di atas dapat kita ketahui terjadi ketidakstabilan jumlah tiket yang terjual dimana pada bulan Juli dan Agustus mengalami penurunan dan pada bulan Juni dan September mengalami kenaikan, ketidakstabilan tersebut di perkirakan karena adanya persaingan perusahaan yang memasarkan produk sejenis atau banyak travel penjualan tiket, dan terjadi penurunan produktivitas daya beli masyarakat. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran tiket karena semakin banyak travel maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi *marketing mix*.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 62) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya dipasar sasaran. Bauran pemasaran dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang biasa di sebut “empat P” yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk yang di tawarkan oleh sebuah perusahaan travel adalah penjualan tiket. Terdapat banyak travel yang menjual tiket, jadi persaingan dalam memasarkan tiket kepada konsumen semakin

ketat. Dimana sekarang teknologi yang semakin canggih, sehingga konsumen dapat membeli tiket bisa di traveloka dan juga bisa dari aplikasi-aplikasi yang menyediakan tiket dengan menggunakan internet, tanpa harus datang dan membeli tiket di travel.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga yang bersaing antara PT Great Seasons Travel dengan travel lain, PT Great Seasons jarang memberikan potongan harga kepada konsumen. Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Banyak konsumen yang belum tahu tata letak dari perusahaan atau travel tersebut. Sedangkan promosi merupakan aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Promosi yang belum memadai karena banyak konsumen belum tahu tentang travel tersebut.

Dalam bisnis travel bauran pemasaran memiliki peranan yang sangat penting karena merupakan salah satu pemegang kunci kesuksesan dalam bisnis, khususnya bisnis perjalanan. Peranan bauran pemasaran ini juga sangat diperlukan untuk menjawab tuntutan dan kebutuhan pasar sasaran sebagai usaha dari perusahaan untuk merangsang dan mempengaruhi proses dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Assauri (2006) dalam Tampi, dkk. (2016: 992) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu di peroleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Berkaitan dengan pentingnya masalah *marketing mix*, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Great Seasons Travel, dimana dalam upaya untuk

mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan jasa travel lainnya, serta untuk lebih meningkatkan penjualan tiket, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga, produk, promosi dan tempat perusahaan. Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, maka penulis memilih judul : “  
PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TIKET PADA PT GREAT SEASONS TRAVEL CABANG FANINDO TANJUNG  
UNCANG BATAM ”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Identifikasi permasalahan terkait dengan masalah di atas yaitu sebagai berikut :

1. Terdapat banyak travel yang menjual tiket, jadi persaingan dalam memasarkan tiket kepada konsumen semakin ketat.
2. Konsumen lebih memilih membeli tiket bisa di traveloka atau juga dari aplikasi-aplikasi lain yang menyediakan tiket dengan menggunakan internet dari pada harus datang membeli tiket di Travel.
3. Harga tiket pada PT Great Seasons Travel lebih tinggi di banding Travel lain.
4. Pelayanan karyawan pada PT Great Seasons Travel kurang baik.
5. Konsumen belum tahu tata letak dari perusahaan atau travel tersebut.
6. Promosi yang dilakukan oleh PT Great Seasons belum memadai sehingga terjadi penurunan produktivitas daya beli masyarakat

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Adapun masalah dalam penelitian ini agar tidak menyimpang dari permasalahan, dan dapat mencapai sasaran maka peneliti melakukan pembatasan masalah. Penelitian ini hanya membahas pengaruh *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi, terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Great Seasons Travel.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas maka penulis merumuskan masalahnya yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam ?

4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam ?
5. Apakah *marketing mix* (produk, harga, tempat,dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara produk terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara tempat(saluran distribusi) terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam.
5. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat(saluran distribusi) dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket, pada PT Great Seasons Travel cabang Fanindo Tanjung Uncang Batam.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian tiket pada PT. Great Seasons Travel, adalah:

### **1.6.1. Aspek Teoritis ( Keilmuan )**

#### 1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian tiket pada PT Great Seasons Travel.

#### 2. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dengan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi jika dilakukan penelitian yang sejenis di masa yang akan datang.

### **1.6.2. Aspek Praktis ( Guna laksana )**

#### 1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan usaha untuk meningkatkan volume penjualan.