

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri hiburan saat ini telah menjadi salah satu gaya hidup masa kini untuk masyarakat khususnya bagi warga yang tinggal di kota besar seperti di Jakarta. Setiap harinya suasana di kota Jakarta macet yang terjadi di ruas-ruas jalan Ibukota, menimbulkan suatu kebutuhan bagi mereka untuk melepaskan penat dan kejenuhan dengan mencari hiburan demi memperoleh kembali kesegaran fisik, mental dan emosional. Yang dimana melakukan rutinitas harian / kerja maupun dalam kondisi libur kerja / tidak ada kegiatan untuk dapat memperoleh semua itu. Industri jasa yang menyajikan berbagai pengalaman menarik konsumen yang dapat dinikmati oleh masyarakat, salah satunya adalah industri perfilman, yaitu bioskop / layar lebar.

Bioskop adalah salah satu industri hiburan yang sudah mengalami berbagai macam perubahan di setiap zaman. Perkembangan teknologi saat ini pun telah membuat industri bioskop berkembang dan memberikan hiburan dan layanan yang terus membaik kepada seluruh masyarakat yang menikmati nya. Tayangan film dalam layar lebar saat ini sangat tampil dengan beragam fasilitas yang baik untuk menarik konsumen, sehingga perusahaan semakin gencar meningkatkan keunikan yang berbeda bagi para pelanggan nya.

Seiring perkembangan jaman dan kemajuan teknologi jumlah penonton bioskop di Tanah Air mengalami penurunan, penyebabnya adalah munculnya beberapa alternatif yang dapat dinikmati oleh pecinta film, diantaranya maraknya perdagangan DVD bajakan, mudahnya melakukan *download* dari dunia maya, dan

tidak ketinggalan TV kabel hingga perusahaan elektronik yang mengembangkan produk –produk bersifat “*bring theatre to your home*” seperti TV LED, *home theatre*, dan *audio system*.

Beberapa alternatif diatas menjadi alasan yang memicu turunnya jumlah penonton di tanah air, padahal bioskop / layar lebar memiliki keunikan tersendiri dibandingkan menonton film di rumah melalui alternatif diatas. Kualitas gambar yang lebih baik, ukuran layar yang lebih besar, teknologi *sound system* yang sangat jernih, serta suasana dan kenyamanan yang memadai menjadi pertimbangan konsumen untuk mencari kepuasan di sarana hiburan yang menggunakan jasa bioskop. Oleh karena itu, perusahaan bioskop Tanah Air memerlukan beberapa kiat khusus guna memikat para konsumennya sehingga mereka teretarik untuk menonton bioskop.

Salah satu industri bioskop yang sangat dikenal masyarakat yaitu Cineplex 21 Group atau yang biasa disebut bioskop 21 / XXI. Tempat bioskop satu ini sangat membuat masyarakat antusias untuk datang dan menghampiri di setiap sedang tayang film layar lebar yang di nanti-nantikan masyarakat. Banyak industri hiburan perfilman di Indonesia yaitu antara lain Cineplex 21 Group , Blitzmegaplex atau saat ini bernama CGV, Cinemaxx, Platinum Cineplex dan New Star Cineplex.

Cineplex 21 Group adalah jaringan bioskop terbesar di Indonesia, dan merupakan pelopor jaringan Cineplex di Indonesia. Jaringan bioskop ini tersebar di beberapa kota besar di seluruh Nusantara dan sebagian besar di antaranya terletak di dalam pusat perbelanjaan, dan didukung oleh teknologi tata suara Dolby Digital dan THX. (Sumber: www.21cineplex.com)

Pada awalnya 21 Group berada di bawah naungan PT. Suptan Film yang didirikan pada tahun 1978, namun pada perkembangan berikutnya mengalami beberapa kali perubahan nama hingga yang terakhir dengan nama PT. Nusantara Sejahtera Jaya. Pada tahun 1978 berdiri bioskop yang pertama di Jakarta dengan nama bioskop Studio 21 yang berlokasi di Jl. M.H Thamrin kav.21 Jakarta Pusat. Dari bioskop yang pertama tersebut, Cineplex 21 Group terus menambah cabang cabangnya sehingga menjadi jaringan bioskop terbanyak yang tersebar diseluruh Nusantara. Sebelum Cinema XXI berdiri, Cinema 21 menguasai keseluruhan pangsa pasar penonton bioskop Indonesia dengan memberlakukan harga tiket bervariasi dan jenis film yang diputar, sesuai dengan lokasi dan target yang dituju.

Bioskop di Indonesia ini berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Bila berbicara tentang Bioskop di Indonesia, maka ingatan kita selalu akan tertuju kepada Cinema 21, atau tepatnya Cineplex 21 Group yang merupakan sebuah jaringan bioskop terbesar yang ada di Indonesia. Selain memiliki group jaringan bioskop terbesar, tercatat 21 cineplex adalah pelopor jaringan bioskop yang ada di Indonesia. Kategori dari 21 adalah bioskop Cinema 21, XXI, IMAX dan The Premier. Bioskop Cinema 21, XXI, IMAX, dan The Premier dibuat untuk ditargetkan sesuai dengan pangsa pasar yang berbeda mulai dari yang menengah kebawah sampai menengah keatas.

Cinema XXI pertama kali didirikan di Plaza Indonesia Entertainment X'nter, dengan empat buah teater regular dan dua buah teater Premier. Cinema XXI yang diberi nama studio XXI merupakan satu-satunya Cinema XXI yang menggunakan sofa empuk di keseluruhan studionya, dan memiliki sertifikat THX untuk semua studionya. Mayoritas film-film yang diputar di Cinema XXI

merupakan film-film Hollywood, baik yang terbaru, ataupun yang telah tersimpan lama. Namun beberapa XXI juga tetap memutar film Indonesia, sesuai dengan lokasi dan pasar pengunjung pusat perbelanjaan yang bersangkutan.

Beberapa Cinema 21 turut direnovasi menjadi Cinema XXI, dengan penambahan karpet, perubahan design, dan penggantian kursi studio. Renovasi yang dilakukan termasuk merombak total keseluruhan gedung bioskop dan penambahan beberapa studio menjadi 8 studio reguler dan 2 buah studio The Premiere.

Seiring dengan perkembangan teknologi 3D dan makin maraknya film-film berbasis format tersebut, Cinema XXI turut mengaplikasikan teknologi Dolby Digital Cinema 3D yang memadai. Jumlah bioskop XXI yang mengadakan fasilitas ini pun masih terus bertambah, seiring dengan perkembangan film-film berformat digital dan 3D yang makin meningkat jumlahnya. Perbedaan mencolok antara Cinema XXI dan Cinema 21 adalah dengan disediakannya sejumlah fasilitas seperti games, cafe, lounge, hingga ruang merokok di sejumlah gerai XXI. (Sumber : www.21cinplex.com)

Tabel 1.1
Bioskop dan Layar pada Tahun 2017

BIOSKOP	TOTAL BIOSKOP	TOTAL LAYAR
Cinema XXI	165	327
CGV	37	247
Cinemaxx	27	138
Independem	16	46
New Star Cineplex	9	20
Platinum Cineplex	7	28
Movimax	2	6
TOTAL	263	812

Sumber: http://validnews.id/backdoor/asset/news_picture

Tabel diatas menunjukkan jumlah bioskop dan layar pada tahun 2017, berdasarkan gambar bisa terlihat bahwa *cinema 21* memiliki bioskop dan layar paling banyak diantara bioskop lainnya. Perbandingan jumlah nya pun bisa dikatakan cukup jauh dibanding jumlah bioskop lainnya yang tersebar di banyak kota di Indonesia.

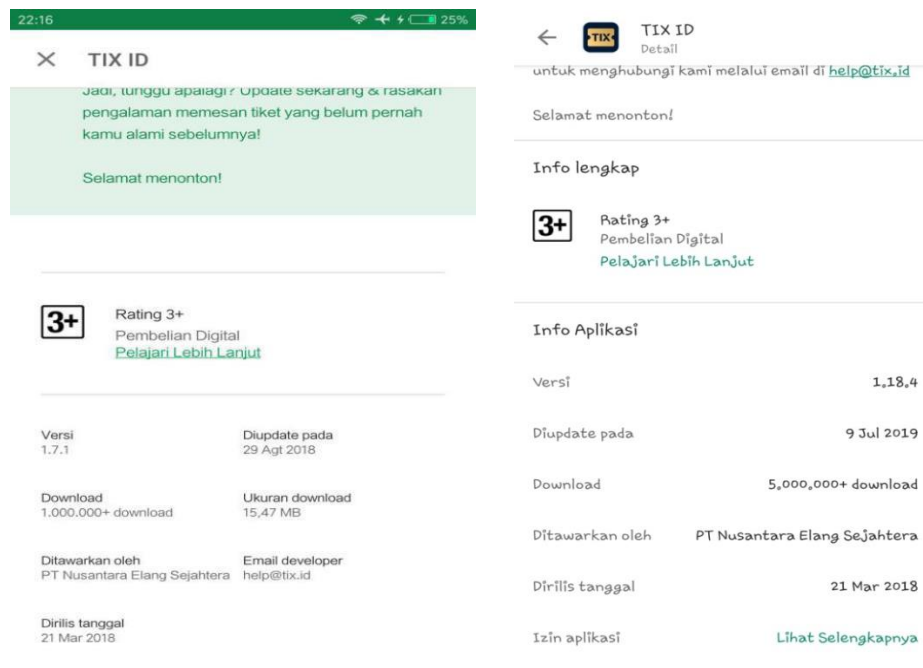
Jumlah penonton bioskop yang terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, membuat bisnis bioskop menjadi industri yang menjanjikan untuk dikembangkan. Data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menyebutkan, pada 2015 jumlah penonton bioskop Indonesia hanya mencapai 16,2 juta penonton. Namun, jumlah itu meningkat hampir lima kali lipat pada 2018, dengan mencapai 52,5 juta penonton. (Sumber: www.bekraf.go.id)

Tak heran apabila hingga 2018, jumlah layar yang ada di Indonesia mencapai 1.680 layar atau tumbuh dari 1.412 layar pada 2017. Ketua Gabungan Pengelola Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI) Djonny Syafruddin mengatakan, jumlah layar tersebut berpotensi terus berkembang secara pesat pada 2019. Mengingat pertumbuhan industri perfilman dan minat penonton Tanah Air terus menunjukkan tren positif. (Sumber: www.ekonomi.bisnis.com)

Melihat dari antusias mahasiswa mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis ekstensi Universitas YARSI membicarakan seputar film yang sedang tayang di bioskop yang dikarenakan pada tahun 2019 ini banyak film yang menarik mahasiswa mahasiwi, peneliti tertarik melihat situasi yang ada untuk bahan penelitian. Adapun yang dibahas meliputi harga, promosi yang diberikan dan kemudahan penggunaan dalam penggunaan aplikasi TIX ID.

Cinema 21 telah membuat suatu aplikasi yang dimana aplikasi tersebut adalah aplikasi *mobile* layanan hiburan yang bisa diunduh di *smartphone* khalayak. Aplikasi tersebut adalah TIX ID yang kegunaannya adalah untuk memesan tiket bioskop secara digital tanpa harus repot lagi mengantri. Tak hanya sampai disitu, aplikasi TIX ID ini juga sangat gencar melakukan promosi.

Aplikasi yang bernama TIX ID ini adalah sebuah aplikasi yang menawarkan layanan pada pembelian tiket bioskop. Aplikasi ini diciptakan oleh PT. Nusantara Raya Sejahtera yang mana perusahaan tersebut berdiri sejak tahun 1985 adalah perusahaan besar yang mengoperasikan bioskop XXI, 21, dan juga Premier. Aplikasi TIX ID dirilis pada tanggal 21 maret 2018 Aplikasi ini hadir untuk memudahkan khalayak umum membeli tiket bioskop tanpa perlu repot mengantri dan bebas memilih kursi dimana saja dan kapan saja. Aplikasi ini bisa diunduh di *playstore* atau *app store*. Aplikasi ini bukan aplikasi berbayar melainkan khalayak bisa mengunduh aplikasi ini secara cuma-cuma.



Gambar 1.1. Pengguna Aplikasi TIX ID 2018-2019
Sumber: *Playstore*

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pada bulan Agustus 2018 untuk pengguna aplikasi TIX ID berkisar 1 juta dan di bulan Juli 2019 pengguna aplikasi TIX ID sudah menembus 5 juta pengguna yang sudah *download*. Dihitung dari tanggal rilis aplikasi TIX ID masih sangat baru tetapi sudah memiliki pengguna yang cukup banyak.

Pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pengonsumsi serta mendatangkan keuntungan dari penjualan, sehingga kelangsungan kegiatan perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Pemasaran juga bertugas memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen pada waktu dan tempat yang sesuai. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan perusahaan tergantung pada ketepatan para pengambil keputusan dalam usahanya yang mengkombinasikan bidang pemasaran, produksian, keuangan, personalia, serta bidang terkait lainnya.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu produk/jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen.

Jalan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif adalah melalui pelaksanaan harga jualnya. Pelaksanaan harga jual yang layak diperlukan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Dengan adanya penetapan harga jual tersebut diharapkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan akan tertutupi oleh pelaksanaan harga jual yang layak. Karena petingnya harga jual bagi perusahaan untuk memasarkan produk

atau jasa yang dihasilkannya, maka diperlukan harga jual yang tepat agar produk dapat tersebar dan mencapai setiap konsumen dan tujuan perusahaan untuk memperoleh laba pun akan terpenuhi sehingga kelangsungan hidup perusahaan akan dapat dipertahankan.

Harga jual memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena harga jual terkait langsung nantinya dengan revenue yang diterima oleh perusahaan. Perubahan yang sedikit saja akan mempengaruhi permintaan konsumen. Untuk itu, perusahaan harus benar-benar dalam menetapkan harga jual yang akan diterapkan perusahaan agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif.

Cineplex 21 sangat melihat situasi para kompetitor nya yang sedang merambah dunia industri hiburan untuk menyainginya, terutama CGV. Dalam sektor harga tiket yang sangat bersaing. Maka perusahaan disini harus lebih memperhatikan juga faktor yang menyebabkan adanya perubahan harga. Berdasarkan bidang usaha perusahaan yaitu industri hiburan / bioskop, maka tujuan penetapan harga perusahaan berorientasi pada keputusan pembelian.

Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target nilai penjualan (Rupiah). Penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit, sehingga diperlukan suatu pendekatan yang sistematis yang melibatkan penetapan tujuan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat.

Tabel 1.2
Tiket Bioskop Cineplex 21 Kota Jakarta Tahun 2019

BIOSKOP	HARI	HARGA
ARION XXI	senin – Kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
ARTHA GADING XXI	senin – Kamis	Rp. 40.000,-

	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 60.000,-
ATRIUM XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
BASSURA XXI	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
BAYWALK PLUIT XXI	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
BLOK M PLAZA	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
BLOK M SQUARE	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
CIJANTUNG XXI	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
CIPINANG XXI	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
CITRA XXI	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
CITY PLAZA JATINEGARA XXI	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 40.000,-
DAAN MOGOT XXI	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
DJAKARTA XXI	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
EMPORIUM PLUIT PREMIERE	sabtu – minggu	Rp. 200.000,-
	senin – kamis	Rp. 100.000,-
	jum'at	Rp. 150.000,-
EMPORIUM PLUIT XXI	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-

EPICENTRUM XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 40.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-
GANDARIA CITY IMAX	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 70.000,-
GANDARIA CITY XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
GRAND PARAGON XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
HOLLYWOOD XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 40.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-
KALIBATA XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 40.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-
KELAPA GADING IMAX	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 70.000,-
KELAPA GADING XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
KEMANG VILLAGE XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
KOTA KASABLANKA PREMIERE	senin – kamis	Rp. 75.000,-
	jum'at	Rp. 100.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 150.000,-
KOTA KASABLANKA XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
KRAMAT JATI XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
KTM XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
KUNINGAN CITY XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-

	sabtu – minggu	Rp. 55.000,-
LOTTE SHOPPING AVENUE PREMIERE	senin – kamis	Rp. 75.000,-
	jum'at	Rp. 100.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 150.000,-
LOTTE SHOPPING AVENUE XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
METROPOLE XXI	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
ONE BELPARK XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
PEJATEN VILLAGE XXI	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
PLAZA INDONESIA XXI	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 75.000,-
PLAZA SENAYAN XXI	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 75.000,-
PLUIT JUNCTION XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
PONDOK INDAH 1 XXI	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 75.000,-
PONDOK INDAH 2 XXI	senin – kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 75.000,-
PURI XXI	senin – kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 55.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
SEASON CITY XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 50.000,-
SENAYAN CITY XXI	senin – kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
SETIABUDI XXI	senin – kamis	Rp. 35.000,-

	jum'at	Rp. 40.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-
ST. MORITZ XXI	senin – Kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 65.000,-
TAMAN ANGGREK XXI	sabtu – minggu	Rp. 75.000,-
	senin – Kamis	Rp. 45.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
TIM XXI	sabtu – minggu	Rp. 65.000,-
	senin – Kamis	Rp. 30.000,-
	jum'at	Rp. 40.000,-
	sabtu – minggu	Rp. 45.000,-

Sumber : Cineplex 21 (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas diketahui ada 4 kategori dalam Cineplex 21 yaitu : Cinema 21, Cinema XXI, IMAX dan PREMIERE bahwa harga tertinggi adalah sebesar Rp. 200.000 untuk PREMIERE, Rp. 70.000 untuk IMAX, Rp. 75.000 untuk Cinema XXI dan Rp. 50.000 yaitu pada *weekend* sedangkan harga terendah sebesar Rp

Harga tiket bioskop Cineplex 21 tidak berbeda jauh dengan pesaingnya yaitu CGV. Pada tabel 1.2 dibawah ini memberikan informasi harga tiket bioskop CGV yang ada di kota Jakarta.

Tabel 1.3
Tiket Bioskop CGV Kota Jakarta Tahun 2019

BIOSKOP	HARI	HARGA
AEON MALL JGC CGV	senin - Kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 60.000,-
BELLA TERRA LIFESTYLE CENTER CGV	senin - Kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 55.000,-
CENTRAL PARK CGV	senin - Kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 60.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 65.000,-
FX SUDIRMAN CGV	senin - Kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 50.000,-

GRAND INDONESIA CGV	senin - kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 65.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 75.000,-
GREEN PRAMUKA MALL CGV	senin - kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 50.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 55.000,-
PACIFIC PLACE CGV	senin - kamis	Rp. 50.000,-
	jum'at	Rp. 65.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 75.000,-
SLIPI JAYA CGV	senin - kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 50.000,-
SUNTER MALL CGV	senin - kamis	Rp. 40.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 50.000,-
TRANSMART CEMPAKA PUTIH CGV	senin - kamis	Rp. 35.000,-
	jum'at	Rp. 45.000,-
	sabtu - minggu	Rp. 50.000,-

Sumber : CGV (2019)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas diketahui bahwa harga tertinggi adalah Rp. 75.000 yaitu pada *weekend* , sementara harga terendah adalah sebesar Rp. 35.000 yaitu pada *weekday* senin-kamis. Sebenarnya CGV sama halnya dengan Cineplex 21 mempunyai *High Class* untuk masyarakat mencari sensasi yang berbeda seperti *sweet box* yang berada di barisan bangku paling atas dan harga pun berbeda dari yang reguler dan ada juga tipe *Gold Class*, *Satin Suite* dan *Velvet* yang sudah berbeda studio dan harga pun berbeda-beda setiap masing-masing CGV.

Harga merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan, karena harga akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian dan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Konsumen memutuskan memilih jasa, apabila manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan pengorbanan yang telah dilakukannya (Fandy Tjiptono, 2008).

Akhirnya konsumen memutuskan apakah perusahaan tertentu telah menetapkan harga dengan sesuai dengan manfaat yang diberikan. Konsumen memutuskan yang akan dikonsumsi dengan pertimbangan bahwa harga merupakan tolak ukur tentang persepsi nilai dengan menggunakan jasa tersebut, apabila harga melebihi jumlah nilai yang dirasakan, konsumen tidak membeli jasa tersebut. Konsumen juga membandingkan harga produk perusahaan dengan harga produk pesaing. Asumsinya, perusahaan harus mempelajari harga dan kualitas tawaran pesaing dengan menggunakannya sebagai titik awal untuk menetapkan harga tawarannya sendiri.

Seiring berkembangnya teknologi saat ini pembelian tiket pun bisa di akses melalui aplikasi yaitu TIX ID yang buat menarik konsumen. Melihat situasi yang saat ini dimana-mana banyak promo / diskon / potongan harga TIX ID pun tidak ingin ketinggalan dalam akhir akhir ini yang gencar ikut ikutan memberikan banyak promosi untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa nya, dan itupun salah satu diantara yang lain yang menimbulkan konsumen memutuskan untuk pembelian.

Tabel 1.4
Promosi / Discount Pembelian Untuk Tiket Pertama Oleh TIX ID

Jumlah Tiket Yang Dibeli	Harga Tiket Satuan	Sub Total Harga Tiket	Potongan Harga 50%	Biaya Layanan @ Rp. 3.000	Total Yang Dibayar
1	Rp. 50.000	Rp. 50.000	Rp. 25.000	Rp. 3.000	Rp. 28.000
2		Rp. 100.000	Rp. 25.000	Rp. 6.000	Rp. 81.000
3		Rp. 150.000	Rp. 25.000	Rp. 9.000	Rp. 134.000
4		Rp. 200.000	Rp. 25.000	Rp. 12.000	Rp. 187.000
Dst					

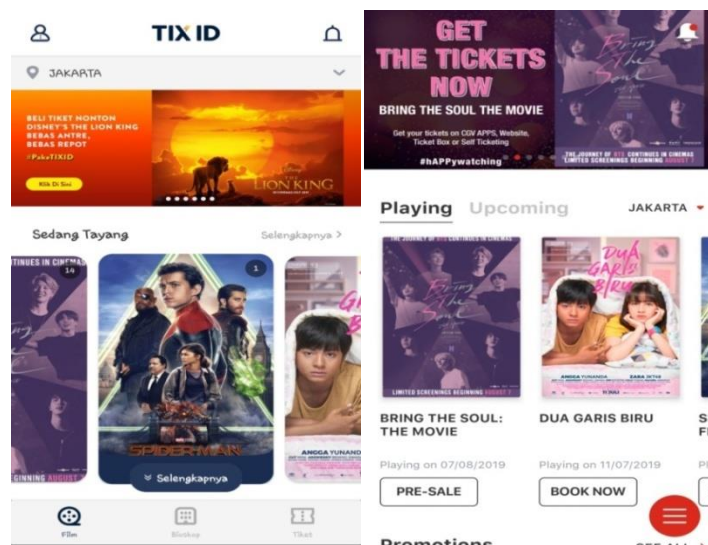
Sumber : TIX ID (2019)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas diketahui bahwa promosi yang dilakukan pihak TIX ID untuk menarik konsumen sangat lah penting untuk memutuskan pembelian. Tidak hanya itu promosi yang di berikan, terkadang ada juga promosi *BUY 1 GET 1*. Biasanya promosi ada di film yang sedang populer di rilis. Tidak hanya itu untuk pengguna Aplikasi DANA pun untuk pengguna pertama yang baru aktif dapat voucher potongan untuk menonton.

Dan oleh karena itu pihak TIX ID juga mengerti situasi akan keluhan masyarakat yang mengeluh karena meng-antre panjang di saat pembelian tiket di lokasi dan itupun belum tentu dapat tiketnya. Terkadang masyarakat pun tidak dapat tiket karena kehabisan tiket, oleh sebab itu pihak TIX ID menawarkan aplikasi tersebut untuk memudahkan penggunaan konsumen dapat langsung mengecek film yang ingin di tonton dan selalu update. Masyarakat bisa memesan langsung melalui aplikasi TIX ID dan melakukan pembayaran menggunakan dompet digital masa kini yaitu DANA. Masyarakat pun tidak akan mengeluh akan kehabisan tiket lagi, karena bisa langsung memesan dari pagi hari untuk memesan film yang berada di jam sore maupun malam. Setelah melakukan pesan tiket, konsumen cukup datang ke lokasi Cineplex 21/XXI dan tidak perlu antre lagi, cukup ke mesin cetak TIX ID yang biasa nya terletak di bagian samping kasir. Proses nya pun mudah cukup masukan kode *booking* dan nomor handphone yang terdaftar atau tinggal cukup *scan barcode* lalu klik cetak dan tiket pun keluar dari mesin cetak.

Faktor penting lainnya adalah kemudahan menggunakan aplikasi yang menggunakan teknologi internet. Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang dalam penggunaan teknologi atau sistem informasi dapat dengan

mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Oleh karena itu, berdasarkan studi yang dilakukan oleh Davis dapat dikatakan bahwa dalam mengembangkan sebuah teknologi informasi perlu dipertimbangkan konstruk persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan dari pengguna teknologi informasi tersebut. (Putra, Astuti dan Riyadi, 2015).



Gambar 1.2. Tampilan Aplikasi TIX ID & CGV CINEMAS
Sumber: TIX ID & CGV CINEMAS

Dilihat dari gambar diatas memang sangat tidak jauh berbeda tampilan aplikasi TIX ID dan CGV. Tergantung sesuai selera masing-masing konsumen dalam memilihnya. Tetapi satu yang sama yaitu kemudahan dalam menggunakan aplikasi untuk membeli tiket bioskop.

Nanum demikian, belum banyak penelitian yang mengkaji tentang kaitan keputusan pembelian oleh mahasiswa mahasiswi dengan perkembangan kemudahan penggunaan aplikasi. Berdasarkan paparan tersebut bahwa harga, promosi dan kemudahan penggunaan aplikasi mempunyai kontribusi atau pengaruh sumbangan yang cukup dominan dalam hal keputusan pembelian seseorang terhadap pembelian tiket bioskop Cinema XXI. Secara teoritis, faktor

tersebut dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, namun perlu dibuktikan secara empiris. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap signifikan berpengaruh terhadap pembelian tiket bioskop Cinema XXI yaitu Harga, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi bagaimana sumbangan faktor tersebut terhadap keputusan pembelian serta perspektif islam yang dimiliki dari pembelian tiket bioskop Cinema XXI.

Konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil, hal ini di sandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an surat al-Imran ayat 159 sebagai berikut:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
تَحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (QS. Al-Imran(3):159)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.seperti yang dijelaskan

sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

Islam memberikan kebebasan dalam harga, yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT tentang harga yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-nisa(4):29)

Jadi suatu harga ditentukan oleh permintaan pasar dan penawaran pasar yang membentuk suatu titik keseimbangan. Titik keseimbangan itu merupakan kesepakatan antara para pembeli dan para penjual yang mana para pembeli memberikan *ridha* dan para penjual juga memberikan *ridha*. Jadi para pembeli dan para penjual masing-masing meridhai.

Dari latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh antara hubungan Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan dalam proses keputusan pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID. Oleh karena itu penulis mengambil **judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket**

Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI)”

1.2. Perumusan Masalah

Perkembangan produksi film saat ini baik nasional maupun asing semakin meningkat hal ini pun sejalan dengan animo masyarakat dalam menonton film.(Jusuf Kalla dalam Kompas.com 29 Maret 2019, diakses hari ini). Antusiasme ini pun terjadi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI. Ketertarikan mahasiswa dan mahasiswi ini terlihat dari obrolan sehari-hari mengenai tayangan film di bioskop, tidak hanya mengenai film yang sedang tayang dan fasilitas bioskop tetapi juga tentang kemudahan pembelian tiket bioskop. Salah satu aplikasi pembelian yang dominan diperbicangkan oleh mahasiswa dan mahasiswi adalah TIX ID dalam pembelian tiket bioskop Cinema XXI. Pembelian tiket bioskop Cinema XXI melalui aplikasi TIX ID mendapatkan banyak manfaat salah satunya adalah potongan harga dan promosinya melalui pembelian *Buy 1 Get*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, bahwa harga, promosi dan kemudahan aplikasi TIX ID sangat membantu mahasiswa dan mahsiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI dalam pembelian tiket bioskop Cinema XXI, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID ?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID ?

3. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID ?
4. Bagaimana Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID ?
5. Bagaimana Pandangan Islam dalam Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi serta Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID.
4. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID.
5. Untuk mengetahui sudut Pandang Islam dalam Harga, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi serta Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cinema XXI Melalui Aplikasi TIX ID.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Bagi penulis

Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya di bidang pemasaran ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui variabel – variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga perusahaan akan mudah untuk melakukan pengembangan produk.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.