

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modern ini, persaingan bisnis dalam mempertahankan konsumen semakin meningkat. Seiring berjalannya waktu, muncul *travel agent* baru yang menambah persaingan dalam mendapatkan customer. Persaingan yang semakin pesat ini tentunya banyak membuat perusahaan – perusahaan *travel agent* semakin berinovasi dalam menarik perhatian konsumen. Salah satu inovasi yang dilakukan dalam menarik perhatian dari konsumen yaitu dengan penggunaan iklan. *Tour and travel agent* adalah bisnis ritel yang berfokuskan dalam menyediakan jasa transportasi baik mobil, kapal laut, maskapai penerbangan , hotel, paket tour, visa dan juga paket atraksi wisata.

PT. Berlian Eka Sukses Tur merupakan jenis usaha yang berfokuskan jasa dan menyediakan produk layanan yang menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang hendak berpergian atau berliburan ke suatu tempat. Fasilitas yang ditawarkan mulai dari kendaraan, tiket perjalanan dan fasilitas lain yang dapat memberikan kemudahan kepada konsumen. Usaha *tour and travel* termasuk ke dalam jenis bidang usaha yang termasuk ke dalam salah satu penghasil devisa negara dimana produk yang dihasilkan yakni jasa yang ditawarkan berbagai macam oleh perusahaan, sedangkan konsumen dari produk tersebut yaitu tentunya konsumen yang menggunakan jasa dari *travel agent* tersebut.

Hadirnya iklan sendiri tentunya untuk menarik perhatian konsumen terutama di era yang semakin modern ini. Namun, hal ini juga menjadi masalah mengingat para pengusaha travel agent sendiri juga bersaing dalam membuat dan menghasilkan iklan yang menarik. Iklan sendiri merupakan gabungan antara gambar dan juga kata – kata serta kombinasi warna dan ukuran tulisan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang yang dituju dan juga untuk menarik perhatian orang yang disampaikan. Iklan yang bermutu tentunya iklan yang memudahkan orang yang melihat dan mengerti akan maksud yang disampaikan. Iklan yang menarik tentunya dapat menarik perhatian konsumen dan akhirnya karena iklan tersebut juga, konsumen diharapkan melakukan pembelian.

Iklan yang menarik tentunya disertai dengan harga yang menarik. Hal ini dikarenakan ketika menarik perhatian konsumen, konsumen tidak hanya melihat gambar, namun juga melihat harga yang tertera pada gambar tersebut. Harga yang tertera akan menjadi tolak ukur customer dalam membandingkan harga dengan travel agent lain. Murah atau mahal nya suatu jasa dinilai dari seberapa besarnya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelayanan tersebut dengan manfaat yang didapatkan. Harga yang dianggap terlalu tinggi atau mahal oleh konsumen akan membuat konsumen berpindah ke *travel agent* lain.

Di provinsi Sumatera Utara sendiri tepatnya di kota Medan terdapat 119 perusahaan *Tour and travel agent* (www.pemkomedan.com). Tingginya angka perusahaan kompetitor yang terdaftar tersebut menyebabkan PT. Berlian Eka Sukses Tur harus bersaing secara keras untuk menarik perhatian konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Selain menarik perhatian konsumen, hal

ini dilakukan agar PT. Berlian Eka Sukses Tur dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dan juga untuk menghadapi covid 19.

Jumlah *travel agent* di kota Medan sendiri sudah banyak sekali. Salah satu *travel agent* yang ada di kota Medan adalah PT. Berlian Eka Sukses Tur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berfokuskan pada *Tour and Travel agent*. Adapun fasilitas yang ditawarkan yaitu Tiket Pesawat, Hotel, Paket Atraksi wisata, Rental mobil atau Bus, Visa dan juga Cruise

Dalam operasionalnya, terjadinya penurunan penjualan pada PT. Berlian Eka Sukses Tur tahun 2016 – 2020. Hal ini dibuktikan dengan permasalahan yang terjadi seperti kurangnya iklan yang ditawarkan sehingga menyebabkan penurunan penjualan, yang dapat dilihat dari tabel 1.1 dibawah ini.

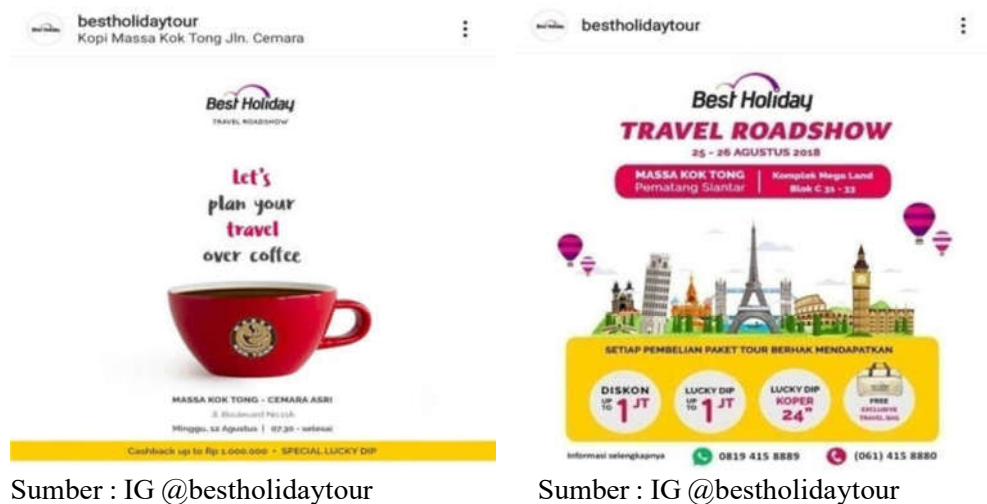
Tabel 1.1
Data Penjualan Tiket Domestik PT. Berlian Eka Sukses Tur
Tahun 2016 - 2020

No	Tahun	Jumlah Pelanggan	Target Perusahaan (Rupiah)	Realisasi Perusahaan (Rupiah)	Persentase
1	2016	326	750.000.000	755.305.000	101
2	2017	357	750.000.000	773.482.000	103
3	2018	392	750.000.000	872.064.000	116
4	2019	423	750.000.000	732.636.000	98
5	2020	451	750.000.000	107.586.000	14

Sumber : PT. Berlian Eka Sukses Tur, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, bahwa realisasi penjualan pada PT. Berlian Eka Sukses Tur berkurang pada tahun 2020, penurunan yang terjadi dalam jangka waktu 2 tahun yaitu sebesar Rp. 764.478.000 (Penurunan sebesar 87.6%).

Terlihat pada tahun 2018, Realisasi penjualan sendiri yaitu Rp. 872.064.000 sedangkan pada tahun 2020, Realisasi penjualan sendiri menurun menjadi Rp. 107.586.000.



Sumber : IG @bestholidaytour

Sumber : IG @bestholidaytour

Gambar 1.1

Iklan pada PT. Berlian Eka Sukses Tur, 2018

Meningkatnya Keputusan pembelian konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur disinyalir dikarenakan Iklan. Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh PT. Berlian Eka Sukses Tur berfokuskan pada Iklan pada media sosial, khususnya Instagram yang dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen dengan biaya yang lebih rendah. Hal ini membuktikan bahwa penjualan pada 2018 yang meningkat pesat dikarenakan oleh Iklan pada media sosial Instagram yang dilakukan oleh PT. Berlian Eka Sukses Tur. Hal tersebut sangat berbanding terbalik dengan tahun 2020, dimana pada tahun tersebut, tidak adanya iklan yang

ditawarkan oleh PT. Berlian Eka Sukses Tur kepada calon konsumen yang disinyalir mengakibatkan penjualan anjlok.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, adanya penurunan selain dikarenakan oleh covid – 19 juga dikarenakan oleh konsumen tidak melakukan transaksi pembelian dan faktor yang dinilai mempunyai pengaruh terhadap penurunan penjualan adalah kurangnya iklan yang diberikan perusahaan dan juga harga yang ditawarkan dinilai mahal oleh konsumen dibandingkan dengan kompetitor lain yang menawarkan jasa yang sama.

Perbandingan harga atas jasa yang ditawarkan PT. Berlian Eka Sukses Tur dibandingkan dengan kompetitor lain dapat diketahui pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2

Data Harga PT. Berlian Eka Sukses Tur dengan kompetitor

Rute	PT. Berlian Eka Sukses Tur	ATS Vacations	Angkasa Tour & Travel
KNO – CGK	Rp. 730.000	Rp. 695.000	Rp. 695.000
KNO – HLP	Rp. 750.000	Rp. 710.000	Rp. 710.000
KNO – YIA	Rp. 875.000	Rp. 825.000	Rp. 825.000
KNO – DPS	Rp. 1.220.000	Rp. 1.190.000	Rp. 1.200.000

Sumber : Observasi Peneliti melalui media sosial (*Whatsapp*), 2021

Berdasarkan Tabel data harga diatas dapat diketahui jika PT. Berlian Eka Sukses Tur lebih mahal dibandingkan dengan kompetitor lain yang menawarkan jasa yang sama. Hal ini akan berdampak buruk terhadap perusahaan jika perusahaan tetap memberikan harga yang tinggi kepada pelanggan maka tren

penurunan penjualan akan terus berlanjut setiap tahunnya, sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan harus aktif dalam pemberian iklan dan harga yang menarik dan sebanding dengan manfaat yang hendak diterima konsumen dalam menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian di PT. Berlian Eka Sukses Tur yang dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan di kemudian hari.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. BERLIAN EKA SUKSES TUR”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, disinyalir Keputusan Pembelian Konsumen menurun disebabkan oleh :

1. Minimnya iklan yang diberikan perusahaan sehingga PT. Berlian Eka Sukses Tur tidak banyak dikenal masyarakat sehingga menyebabkan konsumen tidak melakukan transaksi pembelian.
2. Harga yang diberikan kepada konsumen tergolong tinggi atau mahal dibandingkan dengan kompetitor sejenis lainnya.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi pengaruh Iklan (X_1), Harga (X_2) dan Keputusan Pembelian Konsumen (Y), Penelitian akan dilakukan di PT. Berlian Eka Sukses Tur dan berfokus pada penjualan tiket domestik

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur?
3. Apakah ada pengaruh Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh perusahaan, maka penelitian yang dilaksanakan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Berlian Eka Sukses Tur

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam pengaruh Iklan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen dan juga pengaruh Harga yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari para konsumen.
2. Bagi Akademis

Sebagai bahan studi kepustakaan dan memperkaya penelitian ilmiah, khususnya mengenai keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh iklan dan harga. Dan juga sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan informasi bagi pihak berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.