

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian merupakan aktivitas manusia dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup pada tingkat kemakmuran yang diinginkannya. Kehidupan perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh kehidupan perusahaan, sebab perusahaanlah yang menghasilkan nilai tambah yang menjadi kekuatan perekonomian tersebut. Nilai tambah diperoleh karena jasa perusahaan dalam merubah bentuk suatu bahan baku yang belum dapat dipergunakan memenuhi kebutuhan manusia, menjadi barang siap pakai yang siap untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹

Dalam kehidupan perekonomian, perusahaan akan berada pada hampir semua sektor, baik sektor pertanian, industri, perdagangan, lembaga keuangan, jasa-jasa, listrik, air dan gas, bangunan dan lain-lain. Pada Era Global dunia saat ini turut menimbulkan dampak pada peningkatan intensitas perjalanan dari suatu negara ke negara lain. Hal tersebut juga terjadi di Indonesia, dimana perjalanan dari suatu daerah ke daerah lain semakin meningkat. Berbagai tujuan perjalanan yang dilakukan antara lain kegiatan dinas wisata, maupun tujuan lain yang sifatnya kombinasi *leisure-business trip*. Sejalan dengan adanya kebijaksanaan pemerintah Indonesia yang menetapkan sektor pariwisata sebagai komoditi yang diharapkan untuk menjadi komoditi andalan pada masa-masa mendatang, maka hal ini akan

¹ Heidjrachman Ranupandojo, *Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta:AMP YKPN, 1990), 1.

mendukung berkembangnya berbagai kegiatan pariwisata dan kegiatan lain yang menunjang.²

Dalam beberapa tahun terakhir ini, industri pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal itu ditandai dengan munculnya perusahaan penerbangan baru, tumbuhnya hotel dan penginapan untuk melayani pelaku perjalanan, serta semakin banyaknya orang berwisata dan berbagai tempat menawarkan liburan. Fakta bahwa masyarakat sekarang yang cukup dinamis, mobilitasnya tinggi, dan didukung dengan sifat masyarakat Indonesia yang lebih suka dilayani. Mereka sangat membutuhkan jasa layanan *travel agent* untuk membantu semua pengurusan perjalanan mulai dari tiket penerbangan, hotel, *tour packages*, visa bahkan *insurance*. Hal ini menandakan bahwa bisnis *travel agent* adalah salah satu bisnis yang menguntungkan dan merupakan suatu bisnis yang tidak pernah mati.³

Saat ini, di Indonesia sedang marak usaha *travel and tour*. Tingkat ekonomi orang Indonesia yang membaik, membuat usaha ini bergairah kembali. Banyak orang memiliki dana lebih yang mereka alokasikan untuk berlibur dan berwisata bersama keluarga. Melihat peluang itu, berbagai agen travel berlomba-lomba menyediakan layanan paket wisata dan perjalanan yang harganya cukup murah. Baik untuk perjalanan di dalam negeri atau luar negeri sekali pun.⁴ Pasar yang

² Yunika Putra Dewata Tour & Travel ' PT.YUNIKA PUTRA DEWATA ' , dalam <http://id.88db.com/indonesia/Aceh/Perjalanan-Wisata/Agan-Travel/ad-116381/>. Html, diakses pada 17 Maret 2014.

³ Riyan Momod Bahriyansyah, "Sekapur Sirih" dalam <http://ns2.beeholiday.com/pages/1/supplier.php.html>, diakses pada 17 Maret 2014.

⁴ Putri Arizki Fadillah, "Mendirikan Bisnis Travel Dengan Paket Wisata Murah", dalam <http://aplikasi-travel.com/topic/41/mendirikan-bisnis-travel-dengan-paket-wisata-murah.html>, diakses pada 19 Maret 2014.

terus bertumbuh tersebut membutuhkan penambahan jumlah saluran distribusi. Dalam hal tiket pesawat, maka jumlah biro perjalanan wisata menjadi turut bertambah. Dipadukan dengan produk jasa yang lain, penjualan tiket pesawat menjadi salah satu peluang bisnis yang semakin menarik dilirik.

Usaha *travel and tour* di Indonesia merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, dikarenakan wisatawan dari mancanegara maupun dalam negeri banyak menggunakan jasa *tour and travel* untuk menuju daerah wisata tertentu di Indonesia. Wilayah Indonesia yang berpulau pulau pastilah memerlukan sebuah alat transportasi yang mampu menjangkau seluruh wilayah kepulauan dengan cepat aman dan nyaman.⁵

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan adalah faktor harga. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.⁶ Harga merupakan salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran.⁷ Penetapan harga adalah masalah utama yang dihadapi dalam semua lingkungan bisnis. Harga yang lebih tinggi menyebabkan pembeli beralih pada pihak *travel & tour* yang dianggap lebih murah, sehingga akan menyebabkan penurunan volume penjualan para pihak *travel & tour*.

⁵ BALIWEBS.COM, 'Travel Agen & Tour', dalam <http://www.baliwebs.com/id/travel-agen-tour.html>, diakses pada 19 Maret 2014.

⁶ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1997), 339.

⁷ Christina Widya Utami, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2008), 97.

Selain faktor harga, faktor lokasi juga ikut mempengaruhi peningkatan penjualan. Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Karena pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun sama-sama menjual produk yang sama dan juga mempunyai pramuniaga yang sama banyak dan terampilnya. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategis. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.⁸

Setiap usaha tidak akan lepas dari peningkatan dan penurunan volume penjualan. Meski demikian baik menurun ataupun meningkatnya volume penjualan yang dihadapi harus dapat segera diatasi, sehingga segala sesuatunya dapat berjalan sesuai harapan. Volume penjualan yang mengalami penurunan dapat disebabkan oleh selera konsumen yang terus berubah, harga yang terus naik, dan persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Penurunan volume penjualan yang paling tinggi dihadapi oleh pedagang di pasar tradisional disebabkan oleh lokasi/lingkungan tempat melakukan usaha. Pedagang yang lokasinya dekat dengan pintu masuk pasar, akan selalu ramai dikunjungi pembeli karena letaknya yang strategis, mudah dilihat dan dijangkau.⁹ Begitupula dengan travel & tour yang lokasi penjualannya berada di dalam kampung atau di dalam kompleks lembaga pendidikan, mereka akan sepi didatangi

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang.: Bayumedia Publishing, 2006), 147.

⁹ Andi Azizah Nur Fitriah, "Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Telur Itik di Kota Makassar" (Skripsi--UNIVERSITAS HASANUDDIN, Makassar, 2013), 2.

oleh pembeli. Meskipun jika dilihat dari volume penjualannya, belum tentu lebih rendah bila dibandingkan dengan *travel & tour* yang menempati lokasi strategis.

Travel and Tour UIN Sunan Ampel yang merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang menyediakan berbagai tiket *Travel and Tour* dengan berbagai *airlines*. Bisnis ini tergolong sangat baru, secara struktur dibawah naungan pusat pengembangan bisnis pada tanggal 1 Juni 2013 “*Travel and Tour UIN Sunan Ampel Surabaya*” baru di resmikan.

Untuk lebih jelasnya berikut ini akan disajikan data jumlah konsumen dan peningkatan penjualan pada *Travel and Tour UIN* Sunan Ampel selama 5 bulan terakhir bulan Januari s/d Mei 2014 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

TABEL 1.1
Data Jumlah Konsumen dan Peningkatan Penjualan Tiket
Travel & Tour UIN Sunan Ampel di Surabaya
Bulan Januari s/d Mei 2014

Bulan	Jumlah Konsumen	Peningkatan Penjualan
Januari	53	3.501.150
Februari	72	4.552.750
Maret	89	5.693.411
April	129	6.104.854
Mei	73	3.172.090

Sumber : *Travel & Tour UIN* Sunan Ampel di Surabaya

Berkaitan dengan pentingnya masalah harga dan lokasi, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam bidang penjualan tiket dimana lokasinya juga di dalam lingkungan kampus, serta untuk lebih meningkatkan penjualan tiket, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga yang

dikeluarkan perusahaan dan pengaruh lokasi.¹⁰ Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dilakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel**”

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?
2. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?
3. Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel..
3. Untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel..

D. Kegunaan Penelitian

¹⁰ Taufiq Siraj, *Wawancara*, Surabaya 27 Maret 2014.

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Teoritis

Bagi pihak akademik terutama mahasiswa Ekonomi Syariah, bisa menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang pengaruh harga dan lokasi untuk bertransaksi di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan peningkatan penjualan melalui harga dan lokasi.
- b. Memberikan kontribusi bagi *Travel and Tour UIN* Sunan Ampel terutama pihak manajemen pemasaran tentang pengaruh harga dan lokasi yang dilakukan karyawan terhadap peningkatan penjualan.
- c. Sebagai tambahan informasi bagi pelanggan untuk membeli tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.