

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan suatu hal yang dampaknya dapat dirasakan oleh sebagian besar negara diseluruh dunia. Hal tersebut dapat dirasakan dari waktu ke waktu dengan kemunculan berbagai macam teknologi baru yang semakin canggih dan lingkungan yang berubah secara dinamis. Tujuan dari globalisasi ini menurut Investopedia (2017) adalah untuk menyediakan organisasi yang kompetitif dengan biaya operasional yang rendah, meningkatkan angka produksi, jasa dan konsumen. Globalisasi memaksa para pelaku bisnis untuk selalu beradaptasi dengan berbagai macam strategi berdasarkan tren yang sedang terjadi berdasarkan ketertarikan masyarakat.

Salah satu dampak dari globalisasi bagi negara berkembang adalah perkembangan ekonomi, hal tersebut dapat diukur dari total pendapat dari suatu negara atau yang biasa disebut sebagai *Gross Domestic Product* (GDP). Indonesia merupakan negara berkembang yang setiap tahunnya memiliki perkembangan dari sisi ekonomi diberbagai macam industri. Berikut adalah grafik GDP Indonesia dari tahun 2006 sampai 2016:

Indonesia GDP	Last	Q3/17	Q4/17	Q1/18	Q2/18	2020
GDP Growth Rate	4	3.5	-1.5	0.3	3.6	-0.8
GDP Annual Growth Rate	5.01	5.2	5.3	5.2	5.4	5.1
GDP	932	975	975	1013	1013	1090
GDP Constant Prices	2472800	2552587	2505452	2460000	2460000	2916976
Gross National Product	701250	771000	783000	790200	790200	835117
Gross Fixed Capital Formation	782714	816000	859000	790000	790000	968000
GDP per capita	3974	4050	4088	4113	4138	4385
GDP per capita PPP	10764	10953	11055	11118	11180	11778
GDP From Agriculture	33240	88000	51300	94000	97000	71200
GDP From Construction	239800	250010	261000	259000	260000	303000
GDP From Manufacturing	525400	529000	534878	530000	550000	591749
GDP From Mining	195400	193907	198557	195200	16600	202750
GDP From Services	42695	43983	44692	45200	47901	55313
GDP From Utilities	32577	34450	34700	35500	38200	54300

Sumber: TrandingEconomics.com

Gambar 1.2 Kategori Perkembangan GDP Indonesia

Pada gambar 1.2 di atas dapat melihat bahwa dari sisi produksi, Indonesia terus meningkat dari berbagai macam kategori dari agrikultur, pertambangan, konstruksi, manufaktur, jasa dan lain-lain. Khususnya di bidang bisnis jasa, Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2.52% dari 2.21% pada kuartal sebelumnya. Peningkatan diharapkan akan terus konsisten dan mencapai target yang sudah ditentukan pada akhir 2020.

Namun, perkembangan ekonomi dapat terjadi dikarenakan Indonesia memiliki pasar yang dinamis dan berpotensi untuk berkembang lebih baik lagi karena Indonesia memiliki konsistensi yang baik dalam perkembangan ekonomi secara global selama 10 tahun terakhir, dengan perkembangan GDP tahunan dengan rata-rata hampir 6%. Walaupun inflasi meningkat dan ada beberapa hal yang berubah-ubah di dalam pasar saham dan mata

uang di Indonesia, negara ini memiliki demografis dan fundamental yang baik, konsumsi pribadi yang tinggi serta urbanisasi yang cepat tetapi tetap positif (McKinsey, 2014).

Kunci utama yang mendorong perkembangan negara adalah populasi muda yang hampir 60% berada di usia dibawah 30 tahun dan populasi tersebut berkembang dengan *rate* 2.9 juta per tahun. (McKinsey, 2014). Pada saat ini, generasi muda merupakan potensi terbesar dalam pertumbuhan negara karena kelak dimasa depan mereka yang menjadi tumpu dari perekonomian negara dan daya beli terbesar akan dipegang oleh mereka.

Urbanisasi di Indonesia memiliki pergerakan yang relatif cepat, hal tersebut didukung dengan hasil riset dari McKinsey (2014) bahwa sebanyak 55 juta masyarakat melakukan urbanisasi ke kota-kota maju di Indonesia, yang dimana mereka optimis dengan masa depan mereka dan menjadi lebih canggih dalam melakukan pengeluaran di kehidupan sehari-hari dan dalam pemilihan produk. Perusahaan-perusahaan di Indonesia harus selalu mengerti kebutuhan dan perilaku-perilaku dari pergerakan pasar yang sangat dinamis jika mereka ingin memperluas usahanya di Indonesia. Tentunya hal tersebut menjadi hal yang sangat krusial bagi para pelaku bisnis.

Jakarta yang merupakan ibu kota negara Indonesia tentu saja menjadi pusat pergerakan sebagian besar ekonomi di Indonesia dimana banyak jenis-jenis usaha dari berbagai macam industri, mulai dari industri hiburan, otomotif, properti, paerhotelan, makanan dan minuman, dan lain-lain. Jakarta yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 10,14 juta pada tahun 2014 tentu memiliki potensi usaha yang sangat baik dan hal tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha lokal maupun asing sebagai peluang bagi bisnis mereka. Selain pengusaha lokal, banyak pengusaha asing yang menanamkan

karena teater merupakan salah satu industri yang penting dan menarik untuk diperhatikan.

Di Indonesia pada tahun 2016, hanya ada 1,117 layar film yang melayani 250 juta penduduk di Indonesia. Jumlah tersebut masih terbilang sangat rendah maka dari itu para investor tertarik untuk menanamkan modal di bisnis teater di Indonesia. Lippo Group's Cinemaxx sebagai operator bioskop berencana untuk melakukan penambahan layar film mereka sebanyak 3 kali lipat yaitu sekitar 250 layar film pada tahun 2016 dan ambisi Cinemaxx ingin membuka 2000 layar film di 85 kota dalam waktu 10 tahun. CGV Blitz yaitu salah satu operator bioskop di Indonesia telah di akuisisi oleh perusahaan Korea Selatan sehingga berubah nama menjadi CJ CGV, yang memiliki rencana untuk membuka 600 layar film di Indonesia pada akhir 2020. Walaupun Cinemaxx dan CGV merupakan pemain utama dalam industri bioskop lokal tetapi jumlah pangsa pasar mereka masih di bawah Cinema 21 Group, yang menguasai 3 per 4 dari seluruh pangsa pasar di Indonesia. (Jakarta Post, 2016).

Saat ini ada sekitar 50 bioskop yang tersebar di Jakarta dimana jumlah tersebut merupakan jumlah yang terbilang minim untuk melayani sekitar 10 juta masyarakat Jakarta, sehingga sangat sering terjadi antrian pada setiap bioskop-bioskop di Jakarta. Antrian itu sendiri menurut menurut Heizer (2014), merupakan suatu bagian penting dari manajemen operasional dan merupakan alat yang sangat berharga bagi seorang manajer operasional. Antrian dapat ditemui di berbagai macam situasi di berbagai industri. Hal tersebut bisa terjadi di supermarket, loket bioskop, rumah sakit, bank, bengkel dan masih banyak lagi. Biasanya antrian terjadi karena berbagai macam faktor

seperti keterbatasan sumber daya, konsumen yang jumlahnya terbatas sampai tidak terbatas, dan lain-lain. Maka dari itu hal tersebut harus diperhatikan untuk menjaga kenyamanan konsumen.

Salah satu pemain bioskop terbesar di Indonesia yaitu Cinema 21 Group yang sudah berdiri sejak tahun 1987. Lebih dari 28 tahun, Cinema 21 sudah memberikan pengalaman dan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia dengan berbagai macam fasilitas. Cinema 21 menyediakan beberapa macam pilihan layar film seperti IMAX dan The Premiere. Saat ini Cinema 21 telah memiliki 934 layar film di 38 kota di 166 lokasi di seluruh Indonesia. Jumlah tersebut menguasai 3 per 4 pangsa pasar di Indonesia (21cinplex, 2017).

CGV merupakan operator bioskop yang berdiri di tahun 2004 dan mulai beroperasi komersial pada tahun 2006. Pada awal mula sebelum berubah nama menjadi CGV, bioskop ini bernama Blitz lalu pada tahun 2015 Blitz di akuisisi oleh perusahaan asal Korea Selatan yaitu Cheil Jedang Cheil Golden Village sehingga nama Blitz menjadi CGV. CGV juga menyediakan beberapa tipe bioskop seperti Satin, 4DX, dan Velvet. Saat ini CGV mengoperasikan 27 teater dengan 186 layar film dan menguasai pangsa pasar sebesar 15% (Market Bisnis, 2015).

Menurut Davis & Bagozzi (1989) investasi alat berbasis komputer di dalam suatu organisasi seperti membantu perencanaan, pengambilan keputusan dan proses berkomunikasi adalah hal yang beresiko. Namun, hal tersebut akan secara signifikan menaikkan performa perusahaan jika penerapan alat berbasis komputer tersebut digunakan karena teknologi komputer terus berkembang sepuluh kali lipat di setiap

dekadanya. Dengan menggunakan model *technology acceptance model* (TAM), pengguna dapat di prediksi dan diukur dalam penerimaan perangkat teknologi yang akan diterapkan.

Pada penelitian ini penulis akan fokus terhadap operator bioskop terbesar di Indonesia yaitu Cinema 21 khususnya berlokasi di Mall Kelapa Gading 3. Penulis akan menganalisa antrian karena antrian merupakan masalah yang selalu dihadapi oleh konsumen ketika ingin melakukan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi dengan metode simulasi untuk mengurangi antrian di bioskop dan menggali persepsi konsumen terhadap penerapan *Self Ticketing Machine* di masa depan.

1.2 Rumusaan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapakah rata - rata tingkat utilisasi, pelayanan per konsumen dan waktu tunggu per konsumen pada sistem antrian *cash* Cinema XXI Kelapa Gading dan simulasi penerapan *Self Ticketing Machine* pada sistem antrian Cinema XXI?
2. Apakah hipotesis *Technology Acceptance Model* (TAM) berpengaruh positif dalam mengevaluasi *Self Ticketing Machine*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam menentukan batasan masalah, diperlukan objek penelitian agar penelitian dapat lebih jelas dan terarah sehingga manfaat dan tujuannya dapat tercapai sesuai yang diharapkan, maka ruang lingkup penelitian akan dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada aktivitas bioskop di Cinema XXI Kelapa Gading Mall 3 Lantai 3, Jalan Boulevard Raya, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, RT. 13 / RW. 18, Jakarta Utara, 14240.
2. Penelitian ini mencari tahu waktu pelayanan per konsumen dan tingkat antrian dari Cinema XXI Kelapa Gading.
3. Penelitian ini dibatasi pada variabel *external*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, dan *behavioural intention*, *actual usage*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui rata - rata tingkat utilisasi, pelayanan per konsumen dan waktu tunggu per konsumen pada sistem antrian *cash* Cinema XXI Kelapa Gading dan simulasi penerapan *Self Ticketing Machine* pada sistem antrian Cinema XXI.
2. Untuk mengetahui hipotesis *Technology Acceptance Model* (TAM) berpengaruh positif dalam mengevaluasi *Self Ticketing Machine*.

1.5 Manfaat Penelitian

Selain tujuan yang ingin dicapai, peneliti juga berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap tambahan dan pengembangan dalam ilmu manajemen, yaitu mengenai sistem antrian dan *technology acceptance model* (TAM).

1.5.2 Manajerial

Memberikan gambaran kepada kedua objek penelitian terkait lamanya tingkat waktu layanan dan waktu antrian beserta analisa mengenai variabel *external*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude*, dan *behavioural intention*, *actual usage*. Sehingga perusahaan dapat melakukan tindakan lebih lanjut terkait layanan bagian manakah yang perlu diperhatikan dan diperbaiki.

1.5.3 Pembaca

Menambah wawasan mengenai waktu tunggu antrian atau *waiting line*, simulasi dan riset konsumen. Serta bagaimana cara proses pengerjaan simulasi pada kasus waktu antrian mulai dari pengumpulan data atau observasi hingga pengolahan dan interpretasi data. Beserta tahapan proses dalam melakukan riset pasar sampai pengujian data.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dicantumkan kedalam lima bab dengan keterkaitan antara satu bab dengan lainnya. Mulai dari Pendahuluan, Landasan Teori, Metodologi Penelitian,

Analisis Data dan Pembahasan, Serta Kesimpulan dan Saran. Berikut ini adalah sedikit penjelasan terkait kelima bab tersebut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan latar belakang dalam penelitian yang akan dilakukan. Penulis juga menjelaskan rumusan dan batasan masalah yang akan diteliti serta tujuan dan manfaat dari dilakukannya penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis menjabarkan teori-teori para ahli dan penelitian terdahulu yang akan digunakan dalam penelitian terutama tentang antrian guna sebagai pendukung dalam penelitian. Sehingga pengolahan dan analisis data dilakukan secara teoritis. Teori-teori tersebut didapatkan dari hasil studi kepustakaan dari literatur, buku, dan jurnal.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan gambaran objek perusahaan yang akan diteliti dan data yang akan diolah. Mulai dari jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik dalam pengolahan data.

BAB IV : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis secara teknis menerapkan ilmu atau teknik yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dengan melibatkan asumsi dan data yang didapatkan dari hasil pengumpulan data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis memberikan kesimpulan terkait hasil data penelitian yang telah diolah pada bab sebelumnya. Serta saran kepada objek penelitian maupun pembaca yang akan melakukan penelitian untuk ke depannya.

