

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era modernisasi saat ini, kebutuhan hidup manusia semakin bervariasi dan kompleks, mencakup kebutuhan primer, sekunder, hingga kebutuhan tersier. Salah satu kebutuhan tersier yang semakin digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan adalah hiburan. Hiburan menjadi pilihan untuk mengurangi kejenuhan dan kebosanan akibat aktivitas sehari-hari yang monoton. Untuk memenuhi kebutuhan ini, banyak orang mencari tempat hiburan yang menyenangkan, seperti taman bermain, destinasi wisata, bioskop, atau tempat karaoke. Hiburan memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia, sehingga semakin banyak tempat hiburan, khususnya bioskop, yang bermunculan dengan menawarkan berbagai fasilitas modern dan teknologi canggih untuk memanjakan para pengunjung. Selain itu, bioskop-bioskop ini juga menyediakan variasi harga yang kompetitif untuk menarik minat lebih banyak pelanggan.

Industri hiburan, khususnya bioskop, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat modern, termasuk di Kota Pasuruan. New Star Cineplex sebagai salah satu bioskop yang ada di kota ini berusaha terus meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggannya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengadopsi

strategi *cross selling* dan *up selling*, yang bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkaya pengalaman menonton bagi para pelanggan. *Cross selling* dan *up selling* adalah dua teknik pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan penjualan dengan cara menawarkan produk tambahan atau produk yang lebih premium kepada pelanggan.

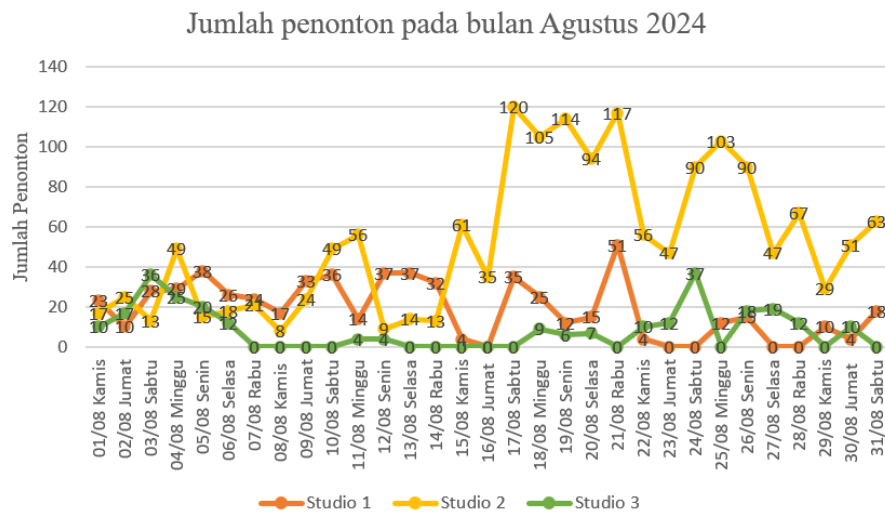
New Star Cineplex menerapkan strategi *cross selling* dengan cara menawarkan paket *bundling* tiket dan minuman sebagai bagian dari layanannya. Dalam setiap pembelian tiket bioskop, pelanggan akan mendapatkan pilihan minuman secara otomatis, yang bisa berupa teh botol 200 ml, fruit tea 200 ml, atau air mineral 600 ml. Tujuan dari strategi ini adalah memberikan nilai tambah bagi konsumen, dengan memberikan mereka opsi minuman yang bisa disesuaikan dengan selera masing-masing. Dengan demikian, pelanggan diharapkan merasa lebih puas karena mendapatkan tambahan layanan yang relevan dengan preferensi mereka.

Selain itu, New Star Cineplex juga memberlakukan kebijakan harga tiket yang bervariasi tergantung pada hari penayangan. Pada hari Senin hingga Rabu, harga tiket ditetapkan sebesar Rp34.000, sedangkan pada hari Kamis dan Jumat naik menjadi Rp39.000, dan pada akhir pekan dan hari libur nasional, Sabtu dan Minggu, harga tiket mencapai Rp44.000. Melalui kebijakan harga ini, diharapkan bioskop dapat menawarkan pengalaman menonton yang seimbang antara kualitas layanan dan biaya yang dibayarkan oleh pelanggan.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, berikut data penjualan tiket selama bulan Agustus 2024 yang dapat dijadikan referensi awal:

Gambar 1

Grafik Jumlah Penonton



Sumber : New Star Cineplex, 2024

Berdasarkan gambar 1 diketahui jumlah penonton pada bulan Agustus 2024 untuk tiga studio di New Star Cineplex terlihat adanya fluktuasi signifikan, khususnya pada Studio 2 dibanding Studio 1 dan Studio 3. Studio 1 menunjukkan tren yang stabil dengan kenaikan bertahap hingga mencapai puncaknya pada tanggal 21 Agustus 2024 yaitu 51 penonton. Setelah itu, terdapat penurunan signifikan dengan angka dibawah 20 penonton per hari. Studio 2 menunjukkan fluktuasi paling signifikan, dengan puncak penonton mencapai 120 pada tanggal 17 Agustus 2024. Setelah itu, terjadi penurunan secara bertahap hingga sekitar 50 penonton di akhir bulan. Studio 3 memiliki jumlah penonton yang konsisten rendah, dengan angka harian di bawah 20 penonton sepanjang bulan.

Puncak penonton terjadi di Studio 2 pada tanggal 17 Agustus 2024 mengindikasikan adanya penayangan film yang menarik dan juga pada hari libur cenderung menunjukkan lonjakan penonton. Kemudian, jumlah penonton yang konsisten rendah pada Studio 3 memungkinkan adanya penayangan film dengan segmentasi pasar terbatas atau tidak menarik bagi mayoritas pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain selain bundling tiket dan kebijakan harga berdasarkan hari yang mempengaruhi jumlah penonton pada setiap harinya. Kebijakan harga akhir pekan dan hari libur yang lebih mahal tampaknya tidak menyurutkan minat penonton, justru memperkuat tren peningkatan jumlah penonton pada hari-hari tersebut.

Dalam penerapan strategi *cross selling* dan *up-selling* di New Star Cineplex, hasil yang diperoleh menunjukkan variasi. Berdasarkan pengamatan peneliti, ada pelanggan yang merasa puas dengan penawaran paket *bundling* yang hemat. Dengan paket ini, mereka bisa mendapatkan tiket menonton sekaligus minuman dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan jika membeli tiket dan minuman secara terpisah. Paket *bundling* ini menjadi pilihan yang diminati bagi pelanggan yang ingin merasakan manfaat lebih dari pembelian mereka. Namun, di sisi lain banyak pelanggan yang merasa tidak nyaman dengan strategi tersebut. Seringkali kasir mendapatkan pelanggan yang menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap metode penawaran tambahan yang dirasa terlalu memaksa serta adanya kebijakan variasi harga, sehingga mengurangi kenyamanan dan pengalaman menonton mereka. Ketidakpuasan ini menunjukkan perlunya evaluasi atas strategi penjualan

tambahan yang diterapkan agar tetap memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Maka, perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk menentukan apakah kebijakan harga yang bervariasi berdasarkan hari, serta bundling minuman yang ditawarkan, benar-benar efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi *cross selling* dan *up selling* yang berhasil mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan mendorong mereka untuk mengeluarkan lebih banyak uang, asalkan produk atau layanan yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Salah satu cara *cross selling* meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih lengkap dan memuaskan. Ketika pelanggan ditawari produk tambahan yang relevan dan bermanfaat, mereka merasa bahwa kebutuhan mereka diperhatikan dan dipenuhi dengan baik, sedangkan cara *up selling* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan menawarkan produk yang memiliki nilai tambah yang jelas. Ketika pelanggan ditawarkan versi premium dari produk yang mereka minati, mereka sering kali merasa bahwa mereka mendapatkan sesuatu yang lebih baik dibandingkan dengan pilihan sebelumnya. Dengan demikian, baik *cross selling* maupun *up selling* berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.

Untuk memastikan keberhasilan strategi ini, penting bagi perusahaan untuk memahami karakteristik dan keinginan pelanggan. Penelitian Kamakura *et al.* (2008) menunjukkan bahwa keberhasilan strategi *cross selling* dan *up*

selling sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Di New Star Cineplex Pasuruan, jika staf bioskop dapat secara efektif mengidentifikasi pelanggan yang berminat terhadap produk tambahan atau layanan yang lebih premium, maka peluang keberhasilan strategi tersebut akan lebih besar, dan pada akhirnya kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2022) dalam studinya yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi *Up Selling* dan *Cross Selling* dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi pada Putra Baru Swalayan Korpri Bandar Lampung Berdasarkan Perspektif Bisnis Islam,” ditemukan bahwa strategi *up selling* dan *cross selling* secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

Melihat kondisi ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada New Star Cineplex Kota Pasuruan, yang berjudul **“ Analisis Strategi *Cross Selling* dan Strategi *Up Selling* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bioskop New Star Cineplex Kota Pasuruan ”**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas penerapan strategi *cross selling* dan *up selling* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Pasuruan.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan penting:

1. Apakah strategi *cross selling* dan *up selling* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan?
2. Apakah strategi *cross selling* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan?
3. Apakah strategi *up selling* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi *cross selling* dan *up selling* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi *cross selling* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi *up selling* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di New Star Cineplex Kota Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

- a. Menambah referensi terkait implementasi strategi pemasaran *cross selling* dalam konteks industri bioskop.
- b. Menambah referensi terkait implementasi strategi pemasaran *up selling* dalam konteks industri bioskop.

2. Manfaat Praktis:

- a. Memberikan rekomendasi kepada New Star Cineplex Pasuruan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan strategi *cross selling* (pengelolaan kebijakan tiket dengan minuman).
- b. Memberikan rekomendasi kepada New Star Cineplex Pasuruan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan strategi *up selling* (pengelolaan kebijakan variasi harga berdasarkan hari).

