

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Film adalah dokumen kehidupan sosial sebuah komunitas. Film mewakili realitas kelompok masyarakat pendukungnya itu. Baik realitas dalam bentuk imajinasi ataupun realitas dalam arti sebenarnya. Film menunjukkan pada kita jejak – jejak yang ditinggalkan pada masa lampau, cara menghadapi masa kini dan keinginan manusia terhadap masa yang akan datang. Sehingga dalam perkembangannya film bukan lagi sekedar usaha menampilkan "citra bergerak" (moving images), namun juga telah diikuti oleh muatan-muatan kepentingan tertentu seperti politik, kapitalisme, hak asasi manusia atau gaya hidup.

Fenomena perkembangan film yang begitu cepat dan tak terprediksikan membuat film kini disadari sebagai fenomena budaya yang progresif. Bukan saja oleh negara – negara yang memiliki industri film besar, tapi juga oleh negara – negara yang baru akan menata industri filmnya. Apa yang telah dihasilkan oleh Hollywood, Bombay dan Hongkong dengan mengglobalkan sesuatu yang semula hanyalah sebuah subkultur di negara asalnya, setidaknya menjadi latar belakang kesadaran tersebut. Begitulah, film telah berkembang dengan pesatnya.

Bagaimana dengan film Indonesia? Topik lama ini sudah dua dekade lamanya menjadi bahan perbincangan kalangan film Indonesia. Film-film Indonesia selama dua dekade ini (1980-an dan 1990-an) terpuruk sangat dalam. Insan film Indonesia seperti tak bisa berlutik menghadapi arus film impor (meskipun kuota film impor sudah ditekan sedemikian rupa) yang semakin diminati masyarakat. Masalah yang dihadapi harus diakui sangatlah kompleks. Mulai dari persoalan dana, SDM, hingga kebijakan pemerintah. Persoalan ini dari tahun ke tahun semakin melebarkan jarak antara film (insan film), bioskop dan penonton. Tiga komponen yang seharusnya memiliki pemahaman yang sama terhadap sebuah industri film.

Sejak awal millenium baru ini tampaknya mulai ada gairah baru dalam industri film Indonesia. Sukses penyelenggaraan Jiffest memberikan arti tersendiri dalam perjalanan film Indonesia. Begitu pula karya-karya sineas seperti Garin Nugroho, Riri Reza, Marseli Sumarno dan beberapa sineas lainnya seperti memberikan semangat baru pada industri film Indonesia.

Film akan tetap bisa hidup manakala ada ruang apresiasi. Bioskop memang menjadi salah satu tempat. Bioskop, sejak awal dibangun, tak ubahnya sebuah pasar kebudayaan yang memberikan ruang bagi setiap orang untuk melakukan dialog budaya, kontempalsi, atau sekadar

---

---

mencari hiburan. Bioskop menjadi salah satu medium paling vital untuk bisa memberikan napas bagi hidupnya film.

Dengan semakin banyaknya jumlah film yang diproduksi baik film dalam negeri maupun film luar negeri yang ditawarkan kepada masyarakat maka membuat masing-masing bioskop membutuhkan penetapan strategi harga yang baik agar bioskop tersebut dapat merebut pasar yang besar sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan.

PT Multiplex Media yang merupakan perusahaan pemilik Bioskop Multiplex Grande di Jakarta, termasuk salah satu perusahaan baru yang mengembangkan bisnisnya di bidang pemutaran film. Pada masa saat ini dimana industri film sedang bergairah dan kebutuhan akan hiburan (film) terus meningkat, maka hal yang patut dilakukan adalah menentukan penetapan strategi harga tiket masuk apa yang sebaiknya digunakan PT Multiplex Media untuk mempertahankan bisnisnya diantara para kompetitor dalam industri ini.

Sementara saat ini kinerja keuangan dari PT Multiplex Media sedang buruk akibat dari jumlah penonton yang terus menurun. Dari laporan keuangan 2005 diketahui bahwa PT Multiplex Media mengalami rugi. Oleh sebab itu berdasarkan strategi pemasaran *Marketing Mix* maka pada tugas akhir ini coba diteliti mengenai penyebab hal tersebut berdasarkan faktor harga.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, secara garis besar permasalahan dapat diperjelas dan dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pasar yang menjadi target Bioskop Multiplex Grande?
2. Bagaimana tingkat persaingan bisnis antar bioskop yang setingkat dengan Bioskop Multiplex Grande ?
3. Berapa besar harga tiket masuk yang sebaiknya ditetapkan oleh Bioskop Multiplex Grande?
4. Berapa margin keuntungan yang didapatkan dari harga tiket masuk yang baru ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Mengetahui karakteristik pasar yang menjadi target Bioskop Multiplex Grande.

- 
- 
2. Mengetahui tingkat persaingan bisnis antar bioskop yang setingkat dengan Bioskop Multiplex Grande.
  3. Memberikan usulan harga tiket masuk yang sebaiknya ditetapkan oleh Bioskop Multiplex Grande.
  4. Mengetahui margin keuntungan yang didapatkan dari harga tiket masuk yang baru.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman mengenai faktor – faktor yang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan harga tiket masuk.
2. Memberikan pemahaman mengenai komponen biaya – biaya yang digunakan dalam perhitungan harga tiket masuk.

#### **1.5 Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan dan penarikan kesimpulan terarah dan tidak melebar maka perlu dilakukan pembatasan pada pemecahan masalah dalam penelitian ini :

- Obyek penelitian ini adalah harga tiket masuk MPX Gold dan MPX Diamond.
- Data biaya yang digunakan adalah data biaya tahun 2005 yang diperoleh dari laporan keuangan tahun 2005.
- Dalam perhitungan harga tiket masuk tidak memperhitungkan pendapatan bioskop dari distribusi film, kantin dan trailer.
- Data yang diperoleh dari perusahaan diasumsikan tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.