

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan (pemasaran) secara otomatis akan dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, selain itu kondisi pasar juga semakin terpecah-pecah, daur hidup produk semakin pendek, dan adanya perubahan perilaku konsumen membuat peran pemasaran semakin penting. Lingkungan bisnis yang sangat ketat persaingannya dewasa ini, membuat konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Seiring dengan semakin tingginya tingkat kebutuhan usaha jasa rental mobil khususnya di kota-kota besar juga mendapat tantangan yang besar, terutama dari faktor persaingan. Persaingan adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan.

Persaingan usaha rental mobil yang ketat diantaranya adalah penyedia jasa berupa rental mobil menyebabkan pengusaha rental mobil berorientasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat yang membutuhkan rental mobil di wilayah Kabupaten Timor Tengah Utara yang saat ini sedang berkembang dan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Fenomena yang melatar belakangi penelitian ini diantaranya tidak sesuai harapan yang tinggi dari pelanggan untuk menggunakan jasa rental mobil, hal tersebut disebabkan kondisi mobil yang usianya tidak lagi muda

sehingga banyak pelanggan yang mengeluh, mahalnya harga sewa yang diberlakukan oleh pemilik rental mobil, maupun waktu pengembalian yang terlalu singkat, disamping itu pelanggan juga yang harus menanggung biaya BBM, Tol dan Parkir dengan biaya dibebankan pada konsumen serta ketatnya peraturan yang memberatkan pihakpelanggan. Untuk dapat di pahami oleh pembaca maka di paparkan data – data di bawah ini sebagai berikut :

Tabel 1.1.
Nama-Nama Usaha rental Mobil dan Jumlah Mobil DiKecamatan
Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara
Tahun 2022

No	Nama Rental	Jumlah mobil
1	Mistika Rental	5 unit
2	Putra Sulawesi Rental	15 unit
3	Rental kasih	30 unit
4	Aldi Rental	2 unit
5	Nakfatu Rental	2 unit
6	Rental warkop	20 unit
7	Rental NBN	3 unit
8	Latif Rental	4 unit
9	Rental BPI (Bumi Putra Indah)	2 unit
10	Rental kraton	10 unit
11	Wilhelmina Rental	4 unit

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.1. diatas menunjukkan bahwa banyak-nya usaha retal mobil yang ada di kecamatankota kefamenanu kabupaten Timor

Tengah Utara yang membuat jasa rental mobil yang di tawarkan sangat beragam dan salah satunya adalah rental mobil lepas kunci...

Fenomena yang muncul dalam penelitian di antaranya dengan keputusan konsumen dalam menentukan usaha rental mobil yang akandisewa, dimana saat ini banyak sekali usaha penyewaan mobil rental, dengan berbagai jenis mobil terutama jenis Toyota Kijang Innova, Toyota Avanza, maupun jenis lain dengan tarif yang bervariasi, serta pelayanan yang bersaing. Dengan adanya persaingan jasa sewa rental, disatu sisi juga menguntungkan pelanggan karena mempunyaibanyak pilihan, sedangkan bagi pihak pemilik rental mobil menjadi tantangan dalam memasarkan jasa rental mobil karena adanya persaingan produk sejenis.

Tabel 1.2.
Pendapatan Usaha Rental mobil di Kecamatan Kota Kefamenanu
Kabupaten Timor Tengah Utara Tahun 2022

Bulan	Pendapatan (Rp)
Agustus	Rp 318.645.000
September	Rp 371.752.500
Oktober	Rp. 318.645.000
November	Rp. 424.860.000
Desember	Rp. 424.860.000
Total	Rp. 168.978.409

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan pada tabel 1.2 diatas dapat dijelaskan bahwa pada setiap bulan kisaran harga tertinggi terjadi pada bulan november dan bulan desember

dengan total pendapatan sebesar Rp. 424.860.000 pada bulan november dan desember. sedangkan pada setiap bulan kisaran harga terendah terjadi pada bulan Agustus, september dan oktober dengan total pendapatan sebesar Rp. 318.645.000 Rp. 371.752.500 dan Rp.318.645.000 angka pendapatan usaha rental mobil tertinggi di karenakan pada bulan november banyak masyarakat yang menyewa rental mobil untuk untuk berzarah ke makam keluarga mereka sehingga harga mengalami kenaikan dan di bulan desember banyak masyarakat yang menyewa rental mobil untuk hari raya natal dan tahun baru sehingga harga mengalami kenaikan sedangkan di bulan Agustus, September, dan oktober kebutuhan masyarakat akan rental mobil semakin berkurang sehingga harga mengalami penurunan.

Usaha rental mobil merupakan sebuah bisnis yang menawarkan jasa penyewaan mobil kepada pihak-pihak yang membutuhkan, baik perorangan maupun perusahaan. Kotler (2016) menjelaskan bahwa banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tidak dapat dipertahankan, maka kemungkinan pelanggan untuk ke produk kompetitor menjadi sangat tinggi.

Keputusan tentang harga yang baik apabila mampu mencerminkan seluruh kepentingan perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus paham betul

faktor-faktor yang secara langsung akan mempengaruhi tingkat harga yang akan ditentukan (Hasan, 2014). Perusahaan persewaan mobil menerapkan berbagai strategi untuk mempengaruhi keputusan konsumen, strategi tersebut diantaranya: dengan memberikan harga/tarif sewa yang kompetitif dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berpengaruh terhadap pemakaian kembali jasa persewaan mobil.

Pentingnya memilih bauran promosi perusahaan jasa tergantung pada tipe dan derajat interaksi yang terlihat (Ratnasari dan Aksa, 2014). Keputusan suatu perusahaan dalam pemilihan bauran promosi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap obyek-obyek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih bauran promosi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. *Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan pesaing. Misalnya jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan bauran promosi yang banyak dan strategis (bauran promosi sentral dan utama), maka itu dapat menjadi rintangan efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2016).

Promosi (promotion), adalah suatu yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Social media marketing (SMM) atau yang juga biasa disebut dengan

pemasaran media sosial merupakan sebuah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial media dan situs web jaringan dengan tujuan untuk mempromosikan produk maupun layanan organisasi melalui cara yang berbayar atau tidak berbayar. Dalam proses promosi rental mobil dilakukan berbagai cara yaitu dengan saling memberi informasi melalui satu customer ke customer lainnya dan pemasangan iklan di kolom surat kabar, ternyata cara tersebut dirasakan kurang efektif. Selama ini transaksi pemesanan sewa mobil dilakukan oleh customer di rental yang bersangkutan via telepon atau datang secara langsung ke rental tersebut. Permasalahan juga muncul pada pemesanan sewa mobil dengan menggunakan telepon akan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk memperoleh informasi mengenai mobil yang belum disewa. Selain itu permasalahan muncul pada proses pencatatan pemesanan sewa mobil yang memakan banyak waktu karena masih di inputkan melalui aplikasi desktop. Serta pemesanan melalui telepon tidak memuaskan customer karena tidak bisa melihat gambar mobil yang akan disewa. Untuk menanggulangi kendala tersebut, maka dibangun sebuah aplikasi sistem pemesanan dan pembayaran sewa mobil on-line berbasis web di Rental Daras Corporation.

Stanton dalam Weenas (2013:608) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. Promosi menurut Suryadi dalam Wardani (2016:4) adalah

serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Dilihat dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu komunikasi untuk memberi tahu keistimewaan suatu produk atau jasa, membujuk seseorang untuk membeli, dan mengingatkan keberadaan produk atau jasa tersebut.

Lama usaha merupakan suatu penentu dari pendapatan, khususnya pada sektor informal, dan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang di jalani saat ini (Asmie, 2008). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertingkah laku (Sukirno,2003). Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya(kemampuan profesionalnya/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen (Wicaksono, 2011).Adapun lama usaha adalah jangka waktu pengusaha dalam menjalankan usahanya atau masa kerja seseorang dalam menekuni suatu bidang pekerjaan. Sudarman (1990) menyatakan bahwa besarnya pendapatan seseorang tergantung pada sedikit banyaknya waktu yang digunakan untuk bekerja, semakin lama ia bekerja akan semakin besar pula pendapatannya. Menurut Moenir (1988)

dan Suroto (2002) tentang lama usaha bahwa semakin lama seseorang dalam bekerja, maka semakin berpengalaman, matang dan mahir dalam pekerjaannya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sewa berarti pemakaian sesuatu dengan membayar uang sewa dan menyewa berarti memakai dengan membayar uang sewa. Pengertian atau Definisi Biaya Sewa adalah Kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan kepada pihak lain atas jasa pihak lain, yang telah meminjamkan sesuatu untuk kepentingan perusahaan. Perusahaan kadangkala membayarkan biaya sewa untuk periode lebih dari satu tahun, maka atas biaya sewa tersebut harus diamortisasi atau di akui sebagai biaya sewa sesuai masa manfaat biaya sewa tersebut. Harga yang harus di bayarkan oleh penyewa pada pemilik usaha secara rutin setiap jangka waktu tertentu. Sewa dapat di bayarkan per minggu, per bulan tergantung dari ketentuan pemilik. Suryo Brianto (2019) yang menyimpulkan bahwa harga sewa secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan.

Pendapatan adalah jumlah uang yang di terima oleh perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan dan jasa atau kepada pelanggan bagi pemerintah melalui penerimaan atau pungutan pajak. Menurut Widodo (2005) sektor informal walaupun tidak memiliki pendapatan yang begitu besar dibandingkan dengan sektor formal namun sektor informal mampu memberikan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan pada sektor informal terdiri dari berbagai jenis usaha yang banyak sehingga akan terdapat berbagai sumber pendapatan dari berbagai jenis usaha tersebut.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Rental Mobil Di Kecamatan Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara.**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah semakin pesat pertumbuhan bisnis rental mobil di kota kefamenanu, sehingga konsumen akan menentukan keputusan dalam menyewa jasa rental mobil biasanya dengan melihat faktor-faktor yang mendorong konsumen memilih jasa rental mobil. Tidak hanya hal itu saja, karena banyak juga pengusaha rental mobil di kabupaten Timor Tengah Utara dan luar kabupaten Timor Tengah Utara yang ikut bersaing untuk merebut konsumen. Dari permasalahan tersebut peneliti membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi (X_1) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) Usaha rental mobil diKecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?
2. Apakah lama usaha (X_2) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) usaha rental mobil diKecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?
3. Apakah harga sewa (X_3) berpengaruh terhadap pendapatan (Y) usaha rental mobil diKecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?
4. Apakah pendapatan (Y) berpengaruh terhadap promosi (X_1), lama usaha (X_2), harga sewa (X_3)

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui promosi (X_1) terhadap pendapatan (Y) usaha rental mobil di Kecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara?
2. Untuk mengetahui lama usaha (X_2) terhadap pendapatan (Y) usaha rental mobil di Kecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?
3. Untuk mengetahui harga sewa (X_3) terhadap pendapatan (Y) usaha rental mobil di Kecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?
4. . Untuk mengetahui pendapatan (Y) berpengaruh terhadap promosi (X_1), lama usaha (X_2), harga sewa (X_3) usaha rental mobil di kecamatan kota kefamenanu kabupaten Timor Tengah Utara ?

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis Menambah wawasan penulis sebagai bahan perbandingan antara teori yang dipelajari dengan praktek yang telah dikembangkan.
2. Bagi Lingkungan Akademik Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan untuk menambah bahan referensi bagi mahasiswa - mahasiswi di Fakultas Ekonomi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan input bagi pengusaha rental mobil dalam menganalisa peranan pemasaran jasa dalam meningkatkan penjualan melalui loyalitas pelanggan dengan cara memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah

diberikan, harga jasa yang ditentukan dan promosi yang telah dijalankan, guna meningkatkan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

2. Sebagai penerapan mata kuliah dan pengetahuan yang diperoleh penulis dalam proses perkuliahan.