

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Bertambahnya pertumbuhan penduduk menjadi salah satu faktor meningkatnya kebutuhan perumahan. Kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga, sekaligus sebagai sarana investasi. Fungsi rumah juga telah berubah dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung, namun juga dituntut untuk menunjang kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, serta lingkungan yang nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya untuk berteduh namun harus menjadi tempat tinggal yang layak.

Perdebatan pemukiman yang ada di Indonesia sebenarnya tidak terlepas dari suatu siklus yang sedang berkembang bagi kehidupan masyarakat maupun dari peraturan pemerintah. Permintaan rumah dipengaruhi beberapa faktor antara lain lokasi, pertumbuhan penduduk, kemudahan dana, fasilitas dan sarana umum. Selain faktor itu, juga dipengaruhi dengan harga pasar, selera pembeli dan peraturan perundang-undangan. Searah dengan gaya hidup manusia modern sekarang membutuhkan lokasi yang strategis dan berbagai fasilitas umum seperti tempat ibadah dan keamanan.

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Apalagi apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan papan seperti tempat tinggal.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler P. &, 2010). Penetapan harga akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut (tedjakusuma, dkk 2001)

Lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen sebelum membeli perumahan. Konsumen atau tepatnya penghuni rumah berharap agar bisa merasakan kenyamanan lingkungan perumahan yang asri dan menawan, tidak hanya sekedar menikmati rumah sebagai tempat istirahat saja. (Sanda, 2003).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Muhammad Taufiq & Eduardus Tandelilin (2007) menyatakan bahwa "lokasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan perumahan, apakah lokasi tersebut berada dipusat kota, dekat dengan sarana pendidikan atau tempat bekerja. Semakin strategis lokasi perumahan tersebut maka semakin tinggi permintaan untuk pembelian rumah tersebut"

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang yang berasal dari pihak lain maupun

hasil industry yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 2000).

Menurut (Kusnadi, 2000 : 9) Pendapatan merupakan penambahan aktiva yang dapat mengakibatkan bertambahnya modal namun bukan dikarenakan penambahan modal dari pemilik atau bukan hutang namun melainkan melalui penjualan barang dan/atau jasa terhadap pihak lain, sebab pendapatan tersebut bisa dikatakan sebagai kontra perstasi yang didapatkan atas jasa-jasa yang sudah diberikan kepada pihak lain.

Keputusan pembelian rumah adalah suatu keputusan membeli rumah yang dilakukan konsumen dalam melaksanakan maksudnya untuk membeli rumah tersebut (Tresnanda et al, 2014). Menurut (Alma, 2011) Keputusan membeli adalah tahap yang harus diambil setelah melalui tahapan evaluasi alternatif. Bila konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, cara pembayaran, dan sebagainya. Kadang-kadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, yang harus dipertimbangkan kembali, sehingga merubah seketika keputusan semula.

Usaha pemerintah melalui pihak pengembang (*developer*) dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat perkotaan dengan keadaan ekonomi

menengah kebawah terhadap perumahan adalah dikembangkannya program rumah sederhana.

Di Sidoarjo banyak sekali perusahaan pengembang yang membantu pemerintah dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat, salah satunya adalah PT. Jaya Safira Propertindo, yang mengawali karirnya pada tahun 2017 dan bergerak dibidang Jasa Transportasi dan Property. PT. Jaya Safira Propertindo berlokasi di Ruko Griya Permata Gedangan III Blok N1/11 Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo. Proyek pertama PT. Jaya Safira Propertindo semenjak berdiri yaitu Pembangunan Perumahan Permata Alam Residence di Gedangan, Sidoarjo. Pada dasarnya harga rumah per unit yang ditawarkan relatif terjangkau bagi masyarakat golongan bawah daripada harga rumah untuk kategori sederhana yang ditawarkan oleh pengembang lainnya, serta lokasi perumahan yang nyaman dan tenang, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat golongan bawah terhadap perumahan Permata Alam Residence ini. Rumah sederhana yang dimaksud adalah rumah tipe 36/91, yaitu rumah dengan luas bangunan mencapai 36 m² dan luas tanah 91 m² . Namun, seiring dengan waktu yang berjalan, harga rumah selalu mengalami perubahan karena naiknya harga tanah akibat semakin berkurangnya penggunaan lahan.

Tabel 1.1
Data Penjualan Rumah sederhana Tipe 36/ 91 di Perumahan
Permata Alam Residence
Tahun 2017-2019

Tahun	Harga rumah	Unit Tersedia	Penjualan
2017	340.000.000,-	30 unit	28 unit
2018	400.000.000,-	30 unit	25 unit
2019	485.000.000,-	40 unit	25 unit

Sumber : Biro Marketing PT Jasapro di olah 2019

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan rumah sederhana tipe 36/91 yang disediakan oleh developer pada tahun 2018 sangat rendah. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan pembelian unit rumah sederhana, yang mengindikasikan bahwa kebutuhan rumah oleh masyarakat sidoarjo di Perumahan Permata Alam Residence semakin lama semakin tinggi, dibandingkan dengan tahun 2018. Konsumen menilai rumah bukan lagi sebagai tempat tinggal saja, namun juga media investasi yang diindikasikan mampu meningkatkan nilai uang yang mereka tanam.

Berdasarkan data yang didapat diatas, ketertarikan peneliti melakukan penelitian terhadap Perumahan Permata Alam Residence adalah untuk mengetahui factor penentu konsumen dalam keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah**

Sederhana (studi pada Konsumen Perumahan Permata Alam Residence di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo)''.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 2) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 3) Apakah pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 4) Apakah harga, lokasi dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rumah sederhana pada Perumahan Permata Alam Residence
- 2) Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata Alam Residence
- 3) Menganalisis pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata Alam Residence
- 4) Menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata Alam Residence

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) **Bagi Perusahaan**
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dasar pertimbangan perusahaan untuk menentukan kebijakan dalam memenuhi keinginan konsumen.
- 2) **Bagi Universitas**
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lainnya sebagai bahan bacaan di Perpustakaan Universitas.
- 3) **Bagi peneliti**
Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah khazanah keilmuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan, khususnya di bidang pemasaran.