

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini pembangunan negara semakin meningkat menuju era globalisasi. Pembangunan di sektor perekonomian juga mengalami perubahan yang luar biasa. Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen. Peningkatan ini tidak hanya dari segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dimana masing-masing perusahaan berusaha menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkannya. Oleh sebab itu persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis semakin ketat karena tingginya permintaan konsumen. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, produsen harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan atau keinginan konsumen dan semakin siap dalam menghadapi pasar.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan

makanan. Tiap 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. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti harga yang terjangkau, bangunan yang bagus dan kokoh, serta lokasi yang strategis dan nyaman. Dengan kata lain tak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak.

Namun untuk beberapa negara yang tingkat kepadatan penduduknya tinggi dan persebarannya tidak merata seperti Indonesia, masalah tempat tinggal masih menjadi polemik. Masih banyak penduduk Indonesia, baik di desa maupun di kota, yang hidup di tempat yang kurang sehat bahkan bisa dikatakan kurang layak untuk ditinggali. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah pedesaan pada umumnya adalah lemahnya kemampuan ekonomi serta kurangnya pendidikan dan pengetahuan tentang bagaimana membangun rumah yang sehat dan layak. Sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk di perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan, ditambah lagi dengan permasalahan seperti lemahnya tingkat ekonomi penduduk kota yang berpengaruh pada kemampuan untuk memiliki rumah.

Saat ini pun dalam membeli rumah masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi,

faktor bangunan, dan faktor lingkungan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Bagi mereka yang memiliki pendapatan besar mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk dalam hal ini faktor bangunan. Kemudian yang terakhir faktor lingkungan merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan. Maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya. Perkembangan bisnis perumahan semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil.

Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan. Untuk menunjang keberhasilan usaha perusahaan maka perlu memperhatikan arti pemasaran. Arti pemasaran itu sendiri adalah *"Marketing is social and managerial process by which individual and group obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others."* Artinya pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan

pertukaran produk serta nilai dengan seseorang atau kelompok lainnya (Kotler, 2012:14).

PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo atau yang biasa disingkat menjadi PT. EPSS merupakan salah satu pengembang perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo mencoba memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Perumahan Mandiri Residence dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu harga yang terjangkau, desain bangunan yang menarik, lokasi yang strategis, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap.

Pembangunan ini memang semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal. Namun masyarakat sebagai calon konsumen atau bahkan yang sudah menjadi konsumen harus jeli dalam memilih pengembang. Dalam hal ini PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo sebagai pengembang Perumahan Mandiri Residence tidak hanya sebatas memproduksi saja, akan tetapi berusaha menarik konsumen dan mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Pemahaman terhadap perilaku dan sikap konsumen sangat mempengaruhi penjualan produk baik untuk saat ini maupun untuk memperkirakan penjualan dimasa yang akan datang.

Tabel 1.1
Data Jumlah Developer Perumahan di Sidoarjo

NO	DEVELOPER	ALAMAT
1	PT. Eka Permata Surya Sentosa	Jl. Lilium Ruko Mandiri Residence, Dusun Jeruk, Krian, Sidoarjo
2	PT. Tiga Pilar Bagia	Ruko Waru Sentra Kavling 14 Waru, Pucang, Sidoarjo
3	PT. GM Jaya Mandiri	Pondok Chandra Jl.Taman Asri No.2, Waru, Sidoarjo
4	PT. Wahana Griya Multi	Jl. Raya Watu Tulis, Prambon, Sidoarjo
5	PT. Mega Dasa Semesta	Jl. Raya Sarirogo, Ruko Citra City Residence Blok R-01, Sarirogo, Sidoarjo
6	PT. Unggul Perkasa Mandiri	Jalan Pondok Jati Blok Aj-33, Sidoarjo
7	PT. Ganda Prima Perkasa	Perum Millenium Green Puspa Asri, Pucanganom, Sidoarjo
8	PT. Pembangunan Indonesia Raya	Perum Citra Garden, Buduran, Sidoarjo
9	PT. Panca Sempurna Jaya	Ruko Blukid Square Blok C6 Nomor 7 , Barengkrajan, Krian, Sidoarjo
10	PT. Bareng Makmur	Jalan Raya Jrebeng, Barengkrajan, Krian, Sidoarjo

11	PT. Indraprasta Graha Utama	Sun City Blok B 2 Jalan Pahlawan, Tulangan, Sidoarjo
12	PT. Karunia Land	Ruko Surya Inti Permata Juanda Blok A-33 , Sedatiagung, Sidoarjo
13	PT. Anugrah Karya Perkasa Abadi	Jl. Kutisari Selatan Iv Ruko Kutisari Square A5, Gelang, Tulangan, Sidoarjo
14	PT. Morposa Griya Cipta	Ruko Semampir Niaga Center No 08, Sedatiagung, Sedati, Sidoarjo
15	CV. Kiana Makmur Abadi	Perum Graha Buru Pertiwi Blok L-8, Tambakcemandi, Sedati, Sidoarjo
16	PT. Graha Damai Putra	Jl Deltasari Indah An 17a, Waru, Sidoarjo
17	PT. Bumi Jatikalang Sejahtera	Ruko Graha Anggrek Mas A - 08, Wonokupang, Balongbendo, Sidoarjo
18	PT. Bhumi Mas Sentosa	Ruko Millenium Green Puspa Asri No 16-17 , Kalipecabean, Candi, Sidoarjo
19	PT. Jaya Makmur Rafi Mandiri	Pabean Alastipis No 158 RT.001 RW.01, Sedati, Sidoarjo
20	PT. Panca Teja Sejahtera	Taman Pondok Jati Blok B-2, Geluran, Taman, Sidoarjo

Sumber: DPD REI Jawa Timur

Dari tabel 1.1 diatas menyebutkan bahwa PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo bukanlah satu-satunya pengembang di Sidoarjo. Setidaknya ada 20 pengembang lain yang membangun perumahan di Sidoarjo sehingga persaingan bisnis perumahan ini sangat ketat. Untuk itu PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo harus memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya. Kebutuhan dan keinginan konsumen secara garis besar menyangkut harga yang terjangkau, kualitas bangunan yang bagus, lokasi yang strategis serta promosi yang menarik. Dari segi harga, konsumen mengharapkan harga perumahan yang terjangkau, uang mukanya ringan, serta sitem pembayaran yang mudah. Selanjutnya dari segi kualitas perumahan yang diharapkan konsumen antara adalah mempunyai tingkat keandalan yang tinggi atau tidak mudah rusak, desainnya menarik, terbuat dari material yang berkualitas dan perawatannya mudah serta adanya jaminan perawatan dari perusahaan. Kemudian berkaitan dengan lokasi, perumahan yang diharapkan konsumen adalah perumahan yang lokasinya strategis, aksesnya mudah, dekat dengan fasilitas umum, nyaman, bebas polusi dan aman dari bahaya. Selain ketiga komponen tersebut yang tidak kalah pentingnya adalah promosi. Promosi yang efektif akan dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Promosi ini dapat dilakukan melalui kegiatan periklanan, *personal selling*, dan publikasi.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong perusahaan untuk bersaing menarik konsumen yang menjadi sasarannya dengan berbagai strategi pemasarannya untuk mengenal bagaimana konsumen berperilaku, sehingga bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan dalam membangun rumah hunian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka tidak

mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan masing-masing. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Bangunan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan, maka permasalahan didalam peneliti ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas bangunan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo ?
5. Apakah harga, kualitas bangunan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan

pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas bangunan terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas bangunan, promosi dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian Rumah di Mandiri Residen PT. Eka Permata Surya Sentosa Krian Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa informasi untuk melakukan perbaikan berkaitan dengan penelitian tersebut yang akan menunjang pada keberhasilan dalam menjalankan organisasi atau perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan harga, kualitas bangunan, promosi, lokasi dan keputusan pembelian.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Penelitian yang dilakukan mahasiswa merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan untuk membantu instansi pemerintah maupun swasta dalam hal pelayanan publik agar mampu bersaing dalam era globalisasi yang semakin kompetitif saat ini, sehingga dapat berkembang sejalan dengan paradigma baru yang digunakan masyarakat.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.