

BAB I

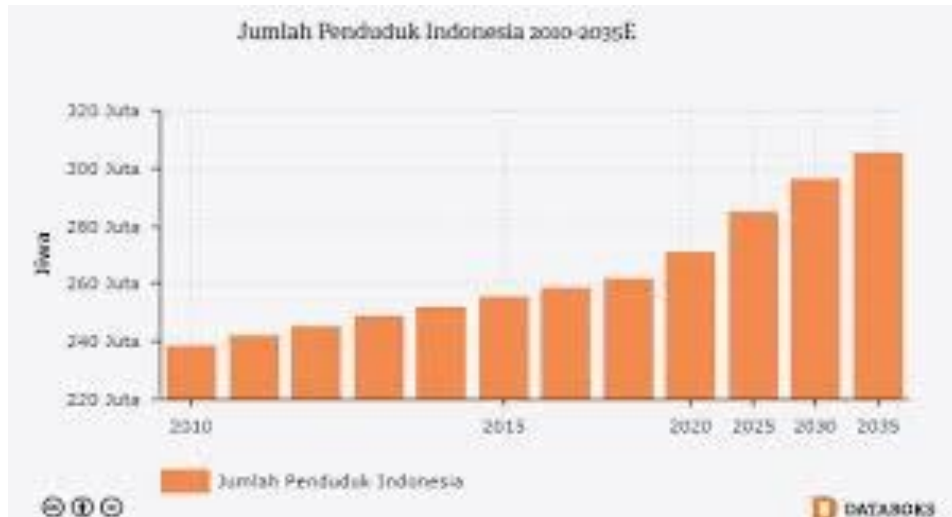
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Era Globalisasi ini perkembangan jumlah penduduk perkapita yang semakin meningkat akan berdampak pada semakin meningkatnya jumlah kebutuhan masyarakat, salah satu diantaranya adalah kebutuhan akan produk papan/perumahan. Pemenuhan kebutuhan masyarakat akan produk ini akan menjadi sangat penting yaitu meningkatkan fungsi rumah yang sangat vital sebagai tempat tinggal. Sementara ini jumlah lahan/tanah yang tersedia relatif sangat terbatas. 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, sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai saran investasi, Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung, kini semua tidak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus atau kokoh dan lingkungan yang nyaman.

Menurut survey jumlah penduduk di indonesia semakin tahun akan semakin bertambah, seperti grafik tabel berikut:



Gambar 1.1. Jumlah Penduduk Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, 2017

Berdasarkan laporan Bappenas dalam Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035, jumlah penduduk Indonesia pada 2020 bakal mencapai 271 juta jiwa atau bertambah 10 juta dari jumlah penduduk pada tahun lalu. Pada 2035, jumlah penduduk Indonesia akan menembus 300 juta. Laju pertumbuhan penduduk periode 2010-2035 diprediksi akan mengalami penurunan. Meningkatnya pendidikan masyarakat, kesadaran mengatur jarak kelahiran anak, serta perubahan gaya hidup membuat pertumbuhan penduduk cenderung melambat.

Setelah kita mengetahui jumlah penambahan penduduk di Indonesia yang semakin bertambah seperti grafik di atas, hal tersebut dapat memicu jumlah masalah tempat tinggal menjadi perdebatan, permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah 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 perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan.

Cluster Asera One West merupakan salah satu pengembangan perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT Lumbing Septa

Realindo mencoba memberikan penawaran perumahan yang diberi nama Cluster Asera One West dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu lokasi yang strategis, aksesnya mudah, nyaman, bebas polusi serta kawasan dengan sistem satu pintu akses keluar masuk.

PT lumbing Sapta Realindo merupakan salah satu pengembangan perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai setiap segmen pasar yang diterapkan. Usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu proses dimana perusahaan menciptakan kepuasan pada user dan membangun hubungan yang baik (Kotler dan Amstrong, 2008) dalam jurnal (Evelina et al., 2011).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam jurnal (Evelina et al., 2011) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Sementara Lupiyoadi (2006) dalam jurnal (Evelina et al., 2011) menyatakan bahwa lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan di tempatkan.

Lokasi itu sendiri itu pun yang nantinya akan membawa customer untuk merasakan kenyamanan seperti misalnya dekat dari pasar, sekolah, tempat makan, setasiun kereta, untuk mereka semua yang pekerja menggunakan alat transportasi dari sinilah peran lokasi sangat penting dalam menarik konsumen untuk membeli rumah tersesbut.

Setelah kita mengetahui lokasi tersebut kita dapat mengetahui harga yang ditawarkan oleh Cluster Asera One West karena harga yang di tawarkan sangat bervariasi sesuai dengan type rumah yang di inginkan , karna harga juga sangat berpengaruh dalam seseorang mengambil keputusan pada saat pembelian perumahan di oleh Cluster Asera One West.

Selain Harga, ternyata Promosi juga merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya dalam meningkatkan penjualan karena dengan promosi bisa mengenalkan perusahaan kepada konsumen. Darri konsumen yang tidak tahu mengenai keberadaan perusahaan tersebut sehingga konsumen mengetahui keberadaan perusahaan tersebut hal ini merupakan salah satu kegunaan promosi. Promosi adalah upaya untuk memberi tahu atau menawarkan produk atau jasa

dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli. Pengertian promosi menurut Basu Swasta, dkk (2008) dalam (Silaban et al., 2019). Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Kotler (2007:233) dalam (Silaban et al., 2019) seseorang dapat melakukan pengambilan keputusan untuk, membeli tidak secara langsung dapat dilakukan, namun harus melalui beberapa proses yang disebut dengan buyer decision process, yaitu proses yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk membeli rumah. Namun, tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah. Diperlukan berbagai hal, sehingga rumah bisa didirikan dan ditempati, maka tidak mengherankan jika akhir-akhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan yang muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dan perkembangan bisnis ini sudah tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas ke kota-kota kecil.

Menurut Philip Kotler (2002) dalam (Silaban et al., 2019) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Keputusan untuk membeli yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus bisa membuat konsumen untuk melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Perusahaan harus benar-benar paham faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian agar bisa menarik konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini penulis akan menggunakan kedua variabel independen yaitu inovasi produk dan harga untuk diteliti pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen, maka dalam penelitian ini dilakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh lokasi , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di Cluster Asera One West (PT. LUMBUNG SAPTA REALINDO).**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemenuhan kebutuhan masyarakat akan produk ini akan menjadi sangat penting yaitu menyingkat fungsi rumah yang sangat vital sebagai tempat tinggal. Sementara ini jumlah lahan/tanah yang tersedia relatif sangat terbatas. Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan.
2. Permasalahan tempat tinggal yang dihadapi oleh penduduk yang tinggal di daerah 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 perkotaan adalah kurangnya lahan perumahan di kota yang mengakibatkan harga rumah atau tanah sangat tinggi dan sulit didapatkan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih Fokus dan tidak meluas, maka penulis melakukan pembatasan dalam penelitian ini, yaitu hanya membahas Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan Cluster Asera One West di PT Lumbung Sapta Realindo.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan Pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbung Sapta Realindo?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di PT Lumbung Panji Realindo?
3. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbung Sapta Realindo ?

4. Bagaimana pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbang Sapta Realindo?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Perumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbang Sapta Realindo.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbang Sapta Realindo.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbang Sapta Realindo.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian perumahan *Cluster Asera One West* di Lumbang Sapta Realindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bias memberikan masukan bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Penelitian ini dibuat untuk memenuhi tugas Skripsi dan diharapkan dapat menambah wawasan penulis.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan kedepan Bagi perusahaan guna meningkatkan lokasi dan promosi dimata konsumen maupun masyarakat

3. Bagi kampus

Diharapkan dapat menambah produktifitas penelitian kampus dan menambah ilmu pengetahuan diarea kampus.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman dan penganalisaan, secara sistematis penulisan skripsi penulis kemukakan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penyusunan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang pengertian pemasaran, arti penting pemasaran, harga dan pentingnya harga, tujuan penetapan harga, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga, metode penentuan harga, prosedur penetapan harga, strategi penetapan harga, pengertian penjualan, fungsi penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini memuat tentang pengertian metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, penentuan subyek penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisa data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Analisis Data dan Pembahasan Pada bab ini menjelaskan tentang hasil analisis penelitian mengenai pengaruh kesadaran wajib pajak, pelayanan fiskus, dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi

yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas. Hasil penelitian disampaikan secara verbal dengan kata –kata dan secara matematis dalam bentuk angka-angka.

BAB V Simpulan dan Saran

Simpulan dan Saran Pada bab ini merupakan penutup, pada bagian ini berisi kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, dan saran yang diberikan pada pihak yang memerlukan.

