

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di dunia. Jumlah penduduk di Tanah Air pun terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk di Tanah Air sebanyak 255,58 juta jiwa pada pertengahan tahun 2015. Jumlah itu kemudian naik menjadi 258,49 juta jiwa pada pertengahan 2016. Jumlah penduduk Indonesia pun kembali mengalami pertumbuhan pada pertengahan 2017 menjadi 261,355 juta jiwa. Lalu, jumlah penduduk RI naik lagi menjadi 264,16 juta jiwa pada pertengahan 2018 dan menjadi 266,91 juta jiwa pada pertengahan 2019. Pada pertengahan 2020, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 270,20 juta jiwa. Angkanya kembali naik menjadi 272,68 juta jiwa pada pertengahan 2021. Kemudian, jumlah penduduk Indonesia dilaporkan kembali mengalami peningkatan menjadi 275,77 juta jiwa hingga pertengahan 2022. Jumlah itu naik 1,13% jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Maraknya pertambahan jumlah penduduk di Tanah Air lantaran angka kelahiran yang terus meningkat. Hal ini patut diwaspadai, sebab ledakan penduduk dapat berdampak pada tingginya tingkat kemiskinan hingga sulitnya memenuhi kebutuhan pangan nasional (databoks,2022).

Tren kenaikan suku bunga acuan secara global sebagai imbas lonjakan inflasi akan berdampak terhadap masyarakat Indonesia. Khususnya bagi masyarakat yang ingin memiliki rumah. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan, inflasi tinggi akan mendorong kenaikan suku bunga acuan. Hal ini akan diikuti oleh semakin tingginya bunga perbankan. Sehingga masyarakat harus menguras kantong lebih dalam untuk mendapatkan rumah. "Untuk membeli rumah 15 tahun mencicil di awal berat, suku bunga dulu, prinsipalnya di belakang. Itu karena dengan harga rumah tersebut dan interest rate sekarang harus diwaspadai karena cenderung naik dengan inflasi tinggi. Maka masyarakat akan semakin sulit untuk membeli rumah," ujar Sri Mulyani dalam Acara Securitization Summit 2022, di Jakarta, Rabu (6/7/2022).

Tingkat pertumbuhan penduduk yang makin meningkat dan perkembangan perekonomian di kota Bekasi yang cukup pesat berdampak dengan meningkatnya jumlah permintaan rumah di Kota Bekasi. Banyaknya permintaan rumah di Kota Bekasi mempengaruhi laju pertumbuhan perumahan sehingga banyak bermunculan para pengembang perumahan dengan menekankan pada spesifikasi dan harga yang lebih bervariasi. Kota Bekasi sendiri merupakan kota yang banyak memiliki perumahan dari tipe 21, tipe 36 tipe 48 dan lain sebagainya, untuk harga sendiri di daerah kota Bekasi harganya beragam dan bisa dilihat dari harga tanahnya, semakin ke kota tanahnya maka akan semakin mahal pula.

Arti hunian syariah lebih kepada skema kepemilikannya yang lebih syariah. Dengan kata lain hunian syariah dapat dimiliki oleh siapapun yang menginginkan hunian bebas riba. Untuk memperoleh hunian berkonsep syariah konsumen diberikan akses kemudahan untuk proses Akad jual beli, tanpa melalui proses *BI Checking*, tanpa ada denda keterlambatan, tanpa campur tangan pihak asuransi dan proses eksekusi anggunan dengan cara musyawarah, namun rata-rata pengembang membebaskan biaya *down paymen* atau uang muka lebih besar dari pada unit rumah diatas 30% yang memiliki perbedaan dengan sistem konvensional melalui Bank. Karena dalam pembangunan dan pengembangannya harus membuat strategi pemasaran yang sangat matang dan diimplementasikan dengan tepat.

Perbedaan antara KPR konvensional dan KPR syariah terdapat dari sisi akad. Pada perbankan syariah dikenal dengan konsep yaitu bagi hasil dan perdagangan. Sedangkan perbankan konvensional berbasis pada bunga. Begitu pula pada KPR konvensional menggunakan sistem bunga, maka KPR syariah tidak boleh menggunakan instrumen bunga dalam perhitungan angsuran dan dalam bank syariah tidak dikenal istilah bunga atau *interest fee* melainkan sistem bagi hasil, karena dalam Islam bunga adalah riba yang dilarang dalam agama. Allah SWT berfirman: **وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا** "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (**Al Baqarah: 275**).

Sedangkan perbedaan antara KPR bank syariah dengan properti syariah yaitu, dalam skema pembiayaan KPR bank syariah melibatkan tiga pihak (developer, nasabah dan bank) di mana developer sebagai pembuat rumah, nasabah sebagai pihak yang memesan rumah dan bank sebagai perantara. Namun pada properti syariah hanya melibatkan developer dan konsumen saja.

Tujuan utama pembelian rumah atau properti adalah untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia yang berfungsi sebagai tempat tinggal, seiring perkembangan zaman pembelian rumah tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok namun ada juga beberapa kalangan konsumen bertujuan untuk meningkatkan status sosial serta bentuk dari investasi. Dalam kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian sikap konsumen dan kondisi yang tak terduga sebelumnya merupakan faktor yang sering muncul.

Dua faktor tersebut menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan bagi para pelaku usaha *developer* agar dapat memenuhi kebutuhan dari para konsumen, keinginan konsumen dan juga harapan konsumen agar konsumen memiliki daya tarik terhadap produk yang di tawarkan para *developer* khususnya di kota Bekasi. Perusahaan sangat menyadari tingkat persaingan pada industri perumahan sekarang sangat tinggi dan karena itu perusahaan harus mengantisipasi tingkat persaingan dan menciptakan produk yang lebih menarik minat pembelian konsumen. Untuk menarik minat para konsumen pihak *developer* melakukan berbagai macam penawaran salah satu bentuk penawaran adalah harga, promosi dan meningkatkan kualitas produk.

Untuk itu para *developer* bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen, karena itu peran dari pemasaran di suatu perusahaan sangatlah penting dan menjadi ujung tombak dari setiap perusahaan. Ilmu pemasaran sangatlah membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang paling tepat untuk produk yang dihasilkan. Bagi pengembang perumahan, keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sangat penting untuk dipelajari, karena dengan mengetahui keputusan konsumen dalam membeli rumah dan dapat ditentukan strategi apa yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kajian ini dilakukan karena bertambahnya jumlah penduduk Bekasi yang berdampak pada meningkatnya kebutuhan dan permintaan masyarakat akan rumah dan tempat tinggal khususnya properti Syariah di Bekasi. Penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang. Pembahasan dibatasi pada harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen untuk membeli ke Perumahan Syariah Babelan City Regency. Perumahan Syariah Babelan City Regency adalah perusahaan real estate berupa hunian atau rumah yang menawarkan rumah dengan harga terjangkau dengan konsep KPR Syariah sederhana/mewah dan nyaman di Kelurahan Kedung Pengawas Kecamatan Babelan Kota Bekasi. dapat dijangkau oleh konsumen kelas menengah ke bawah. Selama 3 tahun terakhir, Perumahan Syariah Babelan City Regency mengalami peningkatan penjualan yang signifikan sebagaimana tercatat dalam laporan penjualan tahun 2018, 2019, 2020 dan 2021 seperti pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1 Penjelasan Harga Penjualan/Unit

Tahun	Jumlah Unit	Sisa Unit	Type	Harga Penjualan / Unit (Rupiah)
2018	30	0 unit	Type 36/60	Rp.220.000.000
2019	20	0 unit	Type 36/60	Rp.270.000.000
2020	40	0 unit	Type 48/60	Rp.390.000.000
2021	40	0 unit	Type 38/60 &	Rp.430.000.000
	130		Type 48/60 mezzanine	Rp.450.000.000

Sumber: Perumahan Syariah Babelan City Regency

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh, harga, promosi dan kualitas produk dalam menarik minat konsumen untuk memutuskan pembelian rumah syariah di Bekasi melalui proposal ini dengan judul: **“Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Properti Syariah Babelan City Regency”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *property* di Perumahan Syariah Babelan City Regency?
2. Apakah promosi berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *property* di Perumahan Syariah Babelan City Regency?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Perumahan Syariah Babelan City Regency?
4. Apakah Harga, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *property* di Perumahan Syariah Babelan City Regency?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Perumahan Syariah Babelan City Regency berpengaruh secara parsial positif dan signifikan.
2. Untuk mengetahui bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian berpengaruh secara parsial positif dan signifikan.
3. Untuk mengetahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh secara parsial positif dan signifikan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap perilaku keputusan pembelian pada Properti Syariah Babelan City Regency

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu terapan yang diperoleh dalam studi dan pembelajaran, serta kesempatan untuk memperluas wawasan dan memahami masalah pemasaran, khususnya perilaku keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

- a) Dapat menjadi acuan untuk sumber informasi tentang keputusan pembelian terhadap harga, promosi dan kualitas produk.
- b) Hasil penelitian diharapkan bisa dijadikan masukan yang berguna terutama dalam hal pengembangan kualitas produk kepada pelanggan oleh perusahaan.

3. Bagi Pembaca

Dengan hasil penelitian yang terbatas ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca, dan sebagai referensi pembaca yang khususnya adalah mahasiswa yang ingin melakukan penelitian, dan hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi atau data tambahan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian dengan kasus serupa.

1.5. Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Pada penelitian ini peneliti hanya meneliti buyer sebagai objek penelitian.
2. Pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan faktor harga, promosi, dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. Masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor-faktor pada penelitian ini.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi maka penulismembagi dalam enam bab yang di uraikan dalam sistematika penulisan :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori-teori yang akan digunakan untuk mendukung proses penelitian, yaitu pengertian-pengertian keputusan pembelian, harga, promosi, dan kualitas produk serta kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan, yaitu profil organisasi/perusahaan sebagai tempat penelitian, hasil analisis data deskriptif, pengujian instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian pengaruh keempat variabel dengan menggunakan regresi linear berganda serta hasil pengujian hipotesis dan hasil penelitian meliputi harga (X_1), promosi (X_2), kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan peneliti dan saran.

