

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis bidang properti terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam bidang properti. Perusahaan developer saling berlomba-lomba dalam memasarkan properti yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Persaingan yang semakin ketat dilingkungan bisnis menuntut setiap perusahaan untuk berfikir cerdas dalam mengambil setiap tindakan termasuk dalam hal perumusan strategi diantaranya menyediakan lokasi strategis dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang membentuknya. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana bila mengukur kepuasan konsumennya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan. Konsumen yang sangat puas umumnya ketika perusahaan memperkenalkan tipe rumah terbaru, konsumen membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu memikirkan harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani agar perusahaan dapat terus bertahan ditengah persaingan.

Tabel 1.1

Perbandingan Harga dengan Pesaing

No	Nama perumahan	Type	Harga
1	Permata Zamrud Residence	36/60	Rp. 341.000.000
2	Ratih Residence	36/60	Rp. 230.000.000

Kebutuhan akan ketersediaan tempat tinggal semakin meningkat seiring dengan derasnya arus urbanisasi. Hal ini menyebabkan peningkatan kebutuhan

sarana dan prasarana perumahan dan lingkungan pemukiman dan pengadaan perumahan untuk golongan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah keatas. penjualan rumah yang seiring meningkat dari tahun ke tahun. Pilihan masyarakat dalam memiliki rumah dengan cara membeli secara tunai atau angsuran, dapat dilakukan melalui pasar properti.

Permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi, pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Selain itu juga dipengaruhi harga pasar, selera konsumen serta peraturan perundang- undangan. Seiring dengan gaya hidup atau *lifestyle* masyarakat modern yang dinamis lebih cenderung membutuhkan rumah dengan berbagai fasilitas seperti sarana olahraga (*club house*), keamanan, rekreasi di dalam satu kawasan dengan sistem satu pintu akses keluar masuk atau disebut juga *cluster*. Berikut ini tabel data daftar harga dan type beserta angsuran perumahan permata zamrud residence, sebagai berikut:

Tabel 1.2

Daftar Harga dan Type Permata Zamrud Residence Resmi

Type	Harga	Angsuran		
		10 Tahun	15 Tahun	20 Tahun
38/85	Rp. 440.000.000	Rp. 5.455.000	Rp. 4.330.000	Rp. 3.800.000
36/72	Rp. 380.000.000	Rp. 4.700.000	Rp. 3.700.000	Rp. 3.300.000
36/65	Rp. 356.000.000	Rp. 4.400.000	Rp. 3.500.000	Rp. 3.100.000
36/60	Rp. 341.000.000	Rp.4.200.000	Rp. 3.350.000	Rp. 2.950.000

Faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang diambil kosumen untuk membeli produk. Sebelum seseorang memutuskan untuk membeli suatu perumahan, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tersebut. Sebagian

konsumen lebih memilih lokasi yang mudah dijangkau kendaraan umum dan sarana-sarana umum seperti rumah sakit, stasiun dll.

Kota Bekasi merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dengan laju pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi di Indonesia. Pertumbuhan penduduk yang terjadi baik secara alamiah maupun melalui proses urbanisasi menyebabkan pertumbuhan pada permintaan rumah tinggal. Hal ini mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan perumahan di Kota Bekasi baik rumah sederhana, rumah tipe menengah hingga perumahan mewah. Perumahan Permata Zamrud Residence merupakan perumahan berkonsep cluster atau one gate system. Target pasar dari perumahan ini adalah konsumen dengan pendapatan menengah keatas dari kalangan muda dan pengambilan keputusan.

Pengembang memberikan konsep berbeda dalam menawarkan produk perumahan dimana di konsep cluster tersebut di lengkapi dengan fasilitas taman bermain yang luas dan nyaman. Meskipun harga yang ditawarkan relatif mahal tetapi kualitas desain rumah dan keunggulan akses menjadi nilai lebih yang ditawarkan pengembang. Penjualan sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Dalam konsep penjualan, konsumen membeli suatu produk karena berbagai pertimbangan yang disesuaikan dengan kondisi dan karakter dari konsumen. Penurunan penjualan rumah di perumahan Permata Zamrud Residence disebabkan oleh berbagai faktor. Secara umum dibagi kedalam 2 (dua) faktor yakni faktor internal seperti bauran pemasaran, kebijakan segmentasi, target pasar dan positioning. Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk menentukan usaha, apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar siklus penjualan secara terus-menerus.

Dari faktor eksternal dipengaruhi oleh tingkat persaingan, kondisi ekonomi, dan tren pasar. Dalam penelitian ini faktor yang menjadi penyebab penurunan penjualan dilihat dari faktor internal yang merupakan bagian dari penetapan harga, lokasi, dan adanya ke tidakpuasan para konsumen perumahan permata zamrud residence dengan cara memainkan harga yang dilakukan karyawan itu sendiri,

sehingga para konsumen tertarik untuk membeli rumah di perumahan permata zamrud. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola karyawannya dengan baik agar dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi.

Kurangnya kepuasan konsumen perumahan permata zamrud residence disebabkan adanya kecurangan yang dibuat oleh karyawan itu sendiri dengan memperkecil harga angsuran yang besar atau relatif mahal menjadi lebih murah sehingga dapat dijangkau oleh setiap kalangan yang bergolongan menengah hingga kalangan yang bergolongan kebawah. Dengan harga angsuran yang dibilang menjadi murah, maka banyak konsumen yang tertarik untuk membeli perumahan permata zamrud residence. Berikut ini data daftar harga yang diperkecil oleh karyawan permata zamrud residence, sebagai berikut:

Tabel 1.3

Harga dan Type Permata Zamrud Residence Tidak Resmi

Type	Harga	Angsuran		
		10 Tahun	15 Tahun	20 Tahun
38/85	Rp. 440.000.000	Rp. 4.955.000	Rp. 3.830.000	Rp. 3.300.000
36/72	Rp. 380.000.000	Rp. 4.200.000	Rp. 3.200.000	Rp. 2.800.000
36/65	Rp. 356.000.000	Rp. 3.900.000	Rp. 3.000.000	Rp. 2.600.000
36/60	Rp. 341.000.000	Rp. 3.700.000	Rp. 2.850.000	Rp. 2.450.000

Berdasarkan tabel diatas daftar harga angsuran yang dikeluarkan oleh permata zamrud residence yang telah diubah oleh karyawan yang tidak bertanggung jawab dengan mengurangi daftar harga angsuran menjadi lebih rendah dibandingkan harga angsuran awal yang sudah ditetapkan, sehingga konsumen menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, hal ini sesuai dengan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Soekotjo (2017) bahwa Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada *Cafe Milk Moo Sidoarjo*, artinya semakin strategis lokasi yang dimiliki oleh *Cafe Milk Moo Sidoarjo* maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan pada *Cafe Milk Moo Sidoarjo*.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan, maka penulis tertarik untuk penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri (Permata Zamrud Residence)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dijelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting dalam kelangsungan setiap unit usaha. Maka dapat dirumuskan satu permasalahan pokok yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, yakni:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri?
3. Apakah Harga dan Lokasi berpengaruh secara bersama sama terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Muara Berkah Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah dan batasan masalah diatas maka skripsi ini disusun untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen PT. Muara Berkah Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen PT. Muara Berkah Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen PT. Muara Berkah Mandiri.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini di tunjukkan untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan agar lebih fokus. Penulis membuat batasan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Penelitian ini mengkhususkan pada pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Muara Berkah Mandiri.
2. Penelitian ini mengkhususkan Lokasi pada PT.Muara Berkah Mandiri.
3. Penelitian dilakukan pada responden yang datang pada PT. Muara Berkah Mandiri.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian ini secara teoritis maupun praktis dan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan yang sebenarnya di lapangan.
 - b. Bagi pembaca, untuk wawasan sekaligus bahan kajian lebih lanjut terutama bagi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
 - c. Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini di harapkan mampu memperkuat penelitian sebelumnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perusahaan, sebagai bahan evaluasi pemilik usaha untuk meningkatkan Harga dan Lokasi yang baik.
 - b. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya lingkup manajemen.
 - c. Bagi kalangan akademis dan pembaca, dapat menambah wawasan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai hal-hal yang dibahas dalam penulisan ini, maka penulisannya dibagi dalam tiga (3) bab. Pembagian tersebut dimaksudkan agar dapat mempermudah dalam pemikiran dan pemahaman. Adapun pembagian ketiga bab tersebut adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi pendahuluan yang menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, batasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teoritik yang meliputi tinjauan pustaka / landasan teori serta mengemukakan kerangka pikir yang mendasari penelitian dan pemaparan hipotesis penelitian.

Bab II : Metodologi Penelitian

Bab ini membahas mengenai kerangka konsep, populasi dan sampel, desain penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan tempat sertajadwal penelitian.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab empat disajikan gambaran umum deskripsi responden atau uji asumsi klasik, identifikasi hubungan antar variabel serta pembuktian hipotesis.

Bab V : Penutup

Bab kelima berisi mengenai kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

Bagian Akhir

Daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.