

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemerintah menambah anggaran untuk meluncurkan program sejuta rumah pada tahun 2018. Pemerintah memastikan target program strategis nasional sejuta rumah pada 2018. Melalui Program Nasional Sejuta Rumah, pemerintah menargetkan 70 persennya merupakan rumah yang diperuntukan bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR). Sedangkan sisanya 30 persen untuk non MBR (Bisnis Property 2018)

Berdasarkan hasil survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada tahun 2016, kebutuhan akan rumah atau backlog kumulatif naik sebesar 11,4 juta unit. Pada bulan September tahun 2017 telah berhasil dibangun sebanyak 623.444 unit. Jumlah tersebut terdiri atas 518.964 unit rumah untuk masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dan 104.650 unit rumah untuk non MBR. Pasokan dan permintaan akan rumah tidak seimbang, dimana tingginya permintaan akan rumah tidak diimbangi dengan jumlah pasokan yang memadai. Rata-rata setiap tahunnya kebutuhan akan rumah mencapai 800.000 unit sedangkan pasokan yang tersedia hanya sekitar 400.000 unit (Kompas Property 2017).

Pesatnya pembangunan rumah di wilayah Bekasi mengakibatkan persaingan yang ketat untuk *developer* dalam meningkatkan penjualan properti, Penting bagi *developer* lokal untuk terus mencari ide dan berinovasi. Tidak hanya menyuguhkan disain dan fasilitas saja, *developer* sebagai perusahaan pengembang juga harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan masyarakat di era modern ini. Kebutuhan konsumen pada generasi milenial yang berusia dibawah 35 tahun, *developer* bisa mengangkat akses internet super cepat, pada kelompok masyarakat ini, internet dan transportasi adalah pertimbangan penting dalam pemilihan properti disamping harga terjangkau.

Kebutuhan akan rumah kini menjadi suatu kebutuhan yang sangat mendesak bagi sebuah keluarga yang tinggal di daerah perkotaan. Mereka yang bekerja di perkotaan membutuhkan hunian yang layak dan nyaman untuk

keluarga, Setelah bertahun-tahun mengontrak akhirnya timbul suatu kejenuhan, karena setiap bulan harus membayar sewa yang harga sewanya terus menerus naik, meskipun membayar setiap bulan, rumah tidak mejadi miliknya, sehingga menjadi beban hidup selamanya. Oleh karenanya kini masyarakat mulai tersadarkan dan timbul sebuah pemikiran-pemikiran bagaimana agar dapat memiliki rumah.

Permasalahan tersebut ternyata di sambut baik oleh perusahaan perbankan dan pengembangan perusahaan untuk menawarkan sebuah solusi dimana masyarakat di berikan kemudahan oleh perusahaan perbankan untuk dapat membeli rumah secara KPR (kredit pemilikan rumah) dan dengan angsuran seperti mereka membayar sewa rumah, bedanya rumah tersebut pada akhirnya bisa menjadi miliknya. KPR, yaitu produk pembiayaan untuk pembeli rumah dengan skema pembiayaan sampai dengan 90% dari harga rumah. Bagi pengembang ini merupakan peluang untuk membuka perumahan-perumahan baru, karena dengan adanya permasalahan tersebut menciptakan permintaan akan kebutuhan rumah yang semakin tinggi.

Kebutuhan rumah yang tinggi berbanding lurus dengan permintaan, menyebabkan semakin banyak bermunculan perumahan-perumahan baru. Persaingan akan menjadi semakin ketat dan *developer* (Pengembang Perumahan) akan berusaha meningkatkan mutu dan servis dari perumahan yang dipasarkan seperti lokasi yang strategis, harga yang bersaing sehingga dapat memikat konsumen dan perumahan yang dibangun dapat diterima pasar.

Bagi masyarakat yang sampai saat ini belum memiliki rumah, kebanyakan dari mereka tidak berani mengambil keputusan yang tepat atau niat yang kuat untuk dapat memiliki rumah. Banyaknya pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan sehingga tidak kunjung memiliki rumah. Pertimbangan yang biasanya mereka lakukan adalah menunda-nunda dengan harapan penghasilannya meningkat, kemudian harga rumah atau nominal suku bunga bank turun, baru berencana akan membeli rumah. Resiko yang akan didapatkan biasanya adalah kehabisan unit, dan harga bertambah naik. Keputusan individu untuk membeli sebuah rumah tidak terlepas dari

penghasilan yang diperoleh setiap bulan, sehingga kemampuan daya beli yang dimiliki sebanding dengan harga rumah yang ditawarkan.

Persaingan dalam bisnis properti cukup ketat dengan demikian, untuk dapat memenangkan persaingan *developer* harus memperhatikan faktor-faktor yang cukup mempengaruhi keberhasilan bisnis properti tersebut. Faktor-faktor tersebut misalnya pemilihan lokasi yang strategis seperti dekat dengan pusat perbelanjaan, dilalui angkutan umum, dekat dengan stasiun dan sarana transportasi, pusat pendidikan, sarana ibadah, kesehatan, serta fasilitas penunjang lainnya. Karena selain faktor lokasi yang menjadi pertimbangan konsumen, ada juga faktor lainnya seperti harga yang sesuai dengan *budget* calon pembeli.

Kota Bekasi kini menjadi lokasi primadona dan sangat diminati oleh mereka yang menginginkan hunian yang nyaman, strategis dan tentunya terjangkau secara harga. Bila dibandingkan dengan harga rumah yang berlokasi di Jakarta tentu memiliki perbedaan harga yang sangat signifikan. Masyarakat yang bekerja di Jakarta menginginkan tempat tinggal atau hunian yang bisa menjadi hak milik, nyaman, strategis dan tentunya terjangkau secara harga dan lokasi.

Tren dalam menjual secara online akhir-akhir ini terus meningkat. Rupanya, tren bagus ini merambat ke bidang properti yang sampai sekarang masih diyakini menjadi salah satu bidang yang menarik untuk berinvestasi. Dengan perkembangan *e-commerce* yang tumbuh sangat pesat serta tumbuhnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang di jual secara online termasuk penjualan dan pembelian rumah. Hal ini di manfaatkan sangat baik oleh *developer* dan *agent property* dalam memasarkan rumah.

Banyak masyarakat yang sedang mencari informasi rumah secara online, baik dari google, portal iklan property, media sosial, dan media-media lainnya. Sehingga faktor harga, lokasi, kualitas produk, dan promosi, sangat menentukan keputusan pembelian oleh calon pembeli yang hendak membeli rumah.

Perumahan Harapan Bahagia Bekasi terletak di pinggir Kota Bekasi, tepatnya di sebelah utara Kota Bekasi, posisinya berada di perbatasan antara wilayah kota dan kabupaten. Perumahan ini berada di kawasan kompleks Pesantren Ataqwa yang merupakan pusat pendidikan islam terpadu. Lokasi yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan Pertokoan Marakas serta lokasi perumahan yang dilalui angkutan umum menjadi nilai tambah dan nilai jual tersendiri.

Harga jual yang cukup terjangkau membuat pembeli mudah memutuskan untuk berinvestasi membeli rumah yang di pasarkan oleh Perumahan Harapan Bahagia. Hasil penjualan rumah dapat dilihat dari data penjualan tahun 2017

Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Penjualan Tahun 2017

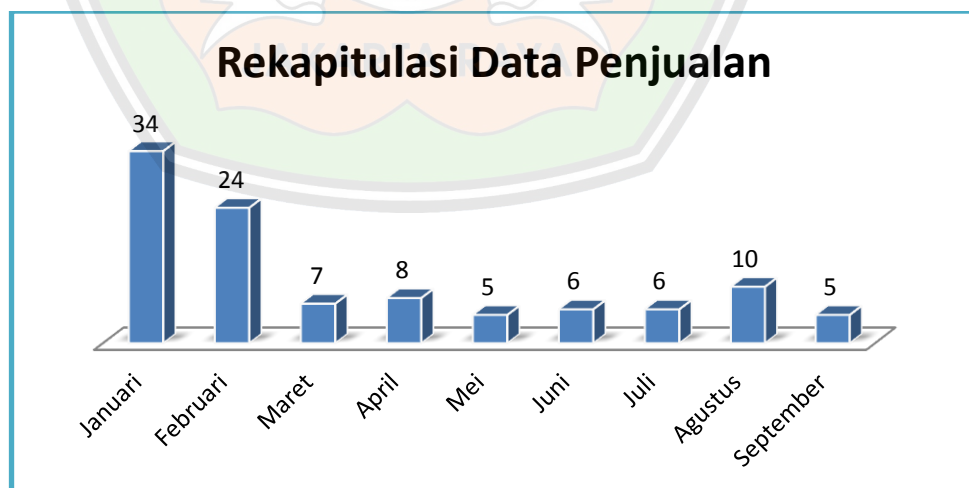
Bulan	Unit Terjual	Nilai Harga
Januari	34	Rp 8.142.900.000
Februari	24	Rp 5.691.000.000
Maret	7	Rp 1.775.000.000
April	8	Rp 2.085.000.000
Mei	5	Rp 1.345.000.000
Juni	6	Rp 1.685.000.000
Juli	6	Rp 1.720.000.000
Agustus	10	Rp 2.600.000.000
September	5	Rp 1.445.000.000
	105	Rp. 26.488.900.000

Sumber : Laporan Penjualan PT GRED Tahun 2017

Perumahan ini mulai di pasarkan pada awal Januari tahun 2017 berjumlah 105 unit dan merupakan proyek tahap ke-3 setelah proyek tahap satu dan dua sudah terlebih dulu *sold out*. Jumlah nilai proyek perumahan ini mencapai Rp. 26.488.900.000. Perusahaan ini terus berkembang dan terus menerus melakukan pembebasan lahan sehingga unit rumah yang dipasarkan terus bertambah. Berdasarkan data di atas, penjualan tertinggi adalah pada bulan Januari sebanyak 34 unit dan selanjutnya mengalami penurunan penjualan pada bulan Februari sebanyak 10 dan pada bulan Maret sebanyak 17 unit.

Penurunan penjualan disebabkan karena banyak yang membatalkan pembelian rumah pada bulan Maret 2017. Selain itu faktor cuaca mempengaruhi calon Konsumen untuk tidak melakukan survei rumah karena pada saat itu terjadi hujan yang tidak kunjung reda sehingga mengakibatkan banjir di beberapa wilayah Jakarta dan Bekasi. Pada bulan April peningkatan penjualan yang tidak seberapa besar dan kembali turun pada bulan Mei sampai dengan Juli 2017. Lalu naik kembali pada bulan Agustus, namun pada bulan September 2017 penjualan turun 50% dari bulan sebelumnya yakni hanya 5 unit rumah saja yang terjual.

Promosi yang dilakukan marketer yaitu melalui media cetak seperti membagikan brosur, promosi secara online seperti beriklan di iklan Facebook berbayar atau Facebook Ads, iklan Google Adwords dan portal iklan; Rumah.com, Olx, Urbanindo dan lain sebagainya. Rata-rata pembeli pada perumahan ini mendapatkan informasi dari media online, dan hanya sebagian kecil saja pembeli yang medapaat informasi dari media cetak. Pajak BPHTB (Biaya Perolehan Hak Tanah dan Bangunan) biaya notaris serta biaya bank harus ditanggung pembeli, sehingga hanya pembeli yang memiliki dana yang mampu membeli.



Gambar 1.1 Grafik Rekapitulasi Data Penjualan Tahun 2017

Pada grafik di atas menunjukkan jumlah penjualan yang fluktuatif dan cenderung turun. Tingginya tingkat pembatalan pembelian unit rumah

mendorong penulis untuk melakukan penulisan mengenai permasalahan yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan dan pembatalan pembelian unit rumah. Berikut ini data dari kantor *Developer* Perumahan Harapan Bahagia Bekasi :

Tabel 1.2 Rekapitulasi Data Pembatalan Unit Rumah Tahun 2017

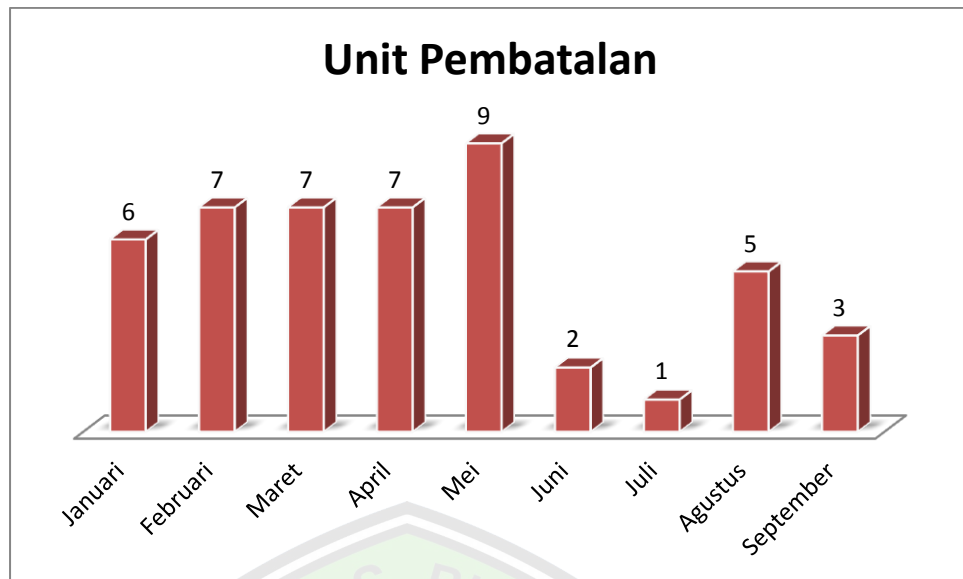
Bulan	Unit Pembatalan	Nilai Harga
Januari	6	Rp 1.555.000.000
Februari	7	Rp 1.780.000.000
Maret	7	Rp 1.805.000.000
April	7	Rp 1.725.000.000
Mei	9	Rp 2.430.000.000
Juni	2	Rp 570.000.000
Juli	1	Rp 330.000.000
Agustus	5	Rp 1.265.000.000
September	3	Rp 714.000.000
	47	Rp 12.174.000.000

Sumber: Laporan Pembatalan Pembelian Unit Rumah PT. GRED

Berdasarkan data tabel di atas dapat dilihat bahwa pembatalan pembelian selama bulan Januari sampai bulan September tahun 2017 sebanyak 47 unit yang terdiri dari:

- 31 unit batal, pembeli sudah melakukan *booking fee*, namun belum membayar uang muka dan melakukan pembatalan secara sepihak.
- 7 Unit batal, pembeli sudah membayar uang muka, kemudian melakukan pembatalan sepihak.
- 10 unit batal, pembeli sudah membayar uang muka, tetapi tidak di ACC oleh pihak bank.

Sehingga jumlah transaksi pendapatan yang seharusnya diperoleh perusahaan sebesar Rp 12.174.000.000.



Gambar 1.2 Grafik Rekapitulasi Data Pembatalan Pembelian

Berdasarkan grafik rekapitulasi data pembatalan pembelian di atas terlihat bahwa tingkat pembatalan pembelian terus meningkat dari bulan Januari sampai dengan bulan Mei 2017 sebanyak 36 unit. Kemudian terjadi penurunan pembatalan pembelian pada bulan Juni 2017 sebanyak 2 unit saja yang batal pembelian rumahnya, namun demikian ini berbanding lurus dengan tingkat penjualan yang juga turun. Kemudian pada bulan Agustus 2017 terjadi peningkatan pembatalan pembelian rumah sebanyak 5 unit yang juga di iringi dengan naiknya tingkat penjualan.

Kredit pembiayaan rumah di Perumahan Harapan Bahagia Bekasi, menggunakan bank syariah sehingga angsuran perbulannya lebih besar dengan sistem angsuran flat. Namun demikian bila dibandingkan dengan menggunakan KPR bank konvensional tentu lebih ringan angsurannya saat pengajuan kredit pemilikan rumah di bank konvensional. Hal ini menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen. Berikut ini tabel perbandingan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) Perbankan Perbankan BTN Syariah dan BTN Konvensional.

Tabel 1.3 Tabel Ilustrasi Angsuran KPR Perbankan BTN Syariah
Angsuran Flat Sampai Akhir Periode



NO	Luas Tanah	Luas Bangunan	Harga Jual	DP	JUMLAH DP	SISA HUTANG POKOK	ANGSURAN 7,16% 5 TAHUN/60bln	ANGSURAN 8,10% 10 TAHUN/120bln	ANGSURAN 9,31% 15 TAHUN/180bln
1	60M2/RUMAH	36M2	Rp265.000.000	10%	Rp 26.500.000	Rp 238.500.000	Rp 5.398.050	Rp 3.597.375	Rp 3.175.363
				20%	Rp 53.000.000	Rp 212.000.000	Rp 4.798.267	Rp 3.197.667	Rp 2.822.544
				30%	Rp 79.500.000	Rp 185.500.000	Rp 4.198.483	Rp 2.797.958	Rp 2.469.726
2	72M2/RUMAH	45M2	Rp285.000.000	10%	Rp 28.500.000	Rp 256.500.000	Rp 5.805.450	Rp 3.868.875	Rp 3.415.012
				20%	Rp 57.000.000	Rp 228.000.000	Rp 5.160.400	Rp 3.439.000	Rp 3.035.567
				30%	Rp 85.500.000	Rp 199.500.000	Rp 4.515.350	Rp 3.009.125	Rp 2.656.121
3	80M2/RUMAH	45M2	Rp 295.000.000	10%	Rp 29.500.000	Rp 265.500.000	Rp 6.009.150	Rp 4.004.625	Rp 3.543.537
				20%	Rp 59.000.000	Rp 236.000.000	Rp 5.341.466	Rp 3.559.666	Rp 3.142.007
				30%	Rp 88.500.000	Rp 206.500.000	Rp 4.673.783	Rp 3.114.708	Rp 2.749.318

Sumber : Price List PT. GRED Tahun 2017

Tabel 1.4 Tabel Ilustrasi Kredit KPR Rumah Dengan Suku Bunga
Promosi (8.5% Pertahun) Perbankan BTN Konvensional

KPR DI DUKUNG OLEH :

NO.	TYPE	Harga Jual	DP	JUMLAH DP	SISA HUTANG POKOK	ANGSURAN 5 Th/60bln	ANGSURAN 10 Th/120 bln	ANGSURAN 15 Th/180bln
4	36/60	Rp265.000.000	10%	Rp 26.500.000	Rp 238.500.000	Rp 5.043.600	Rp 3.029.200	Rp 2.393.400
			20%	Rp 53.000.000	Rp 212.000.000	Rp 4.483.200	Rp 2.692.600	Rp 2.127.500
			30%	Rp 79.500.000	Rp 185.500.000	Rp 3.922.800	Rp 2.356.000	Rp 1.861.500
5	45/72	Rp285.000.000	10%	Rp 28.500.000	Rp 256.500.000	Rp 5.424.300	Rp 3.257.800	Rp 2.574.000
			20%	Rp 57.000.000	Rp 228.000.000	Rp 4.821.600	Rp 2.895.800	Rp 2.288.000
			30%	Rp 85.500.000	Rp 199.500.000	Rp 4.218.900	Rp 2.533.800	Rp 2.002.000
6	45/80	Rp295.000.000	10%	Rp 29.500.000	Rp 265.500.000	Rp 5.614.600	Rp 3.372.100	Rp 2.664.400
			20%	Rp 59.000.000	Rp 236.000.000	Rp 4.990.800	Rp 2.997.400	Rp 2.368.300
			30%	Rp 88.500.000	Rp 206.500.000	Rp 4.366.900	Rp 2.622.700	Rp 2.072.300

Sumber: Tabel Ilustrasi KPR BTN KC Harapan Indah Tahun 2017

Namun demikian tidak sedikit juga pembatalan yang dilakukan karena sebab lain seperti faktor keluarga, kondisi keuangan, penghasilan dan yang terpenting adalah keyakinan pembeli untuk dapat meyakinkan pada diri sendiri bahwa ia mampu.

Adapun alasan yang juga mendorong penulis untuk melakukan penulisan ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah di Perumahan Harapan Bahagia. Seiring dengan tingginya penjualan pada perumahan tersebut ternyata ditemukan fakta bahwa telah terjadi banyak masalah atas penjualan perumahan tersebut di mana konsumen yang telah melakukan pembelian rumah dan sudah melakukan *booking fee* atas unit rumah yang di belinya dengan mudah membatalkan pembelian. Sebagai

penulis yang sekaligus marketer di perusahaan tersebut sangat tertarik untuk menelitinya. Angka tersebut cukup tinggi, sehingga mendorong penulis untuk melakukan penulisan mengenai keputusan pembelian, penulis ingin mengetahui faktor yang menyebabkan konsumen cepat memutuskan untuk membeli dan kemudian melakukan keputusan untuk membatalkan pembelian. Hal tersebut dianggap penting untuk menjadi pembelajaran penulis sebagai marketer, masukan bagi perusahaan dan juga menjadi pengetahuan bagi akademisi serta masyarakat luas.

Sektor bisnis ini mempunyai prospek perkembangan ke depan yang cerah dan menjanjikan, dan bagi sektor rill cukup signifikan, khususnya dalam hal pembelian bahan material, pembukaan lapangan kerja bagi angkatan kerja di Indonesia. Dengan demikian dipandang perlu untuk mengadakan penulisan yang mengungkapkan analisa marketing mix terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian di atas, bahwa analisa marketing mix terhadap keputusan pembelian belum diketahui secara pasti, untuk itu, akan diadakan penulisan terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia pada PT. Gemilang Rizqi Efendi Development (GRED) yang berada daerah Ujung Harapan, Bekasi.

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang masalah di atas dan pertimbangan penulis maka skripsi ini diberi judul:

“Analisa Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Harapan Bahagia Bekasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi ?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi ?
3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi ?

4. Apakah terdapat pengaruh *place* terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi ?
5. Apakah terdapat pengaruh variabel-variabel marketing mix yang terdiri dari : produk, *price*, promosi, *place* terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penulisan ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *place* terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel dalam konsep marketing mix- yang terdiri dari : produk, harga, promosi, *place* terhadap keputusan pembelian Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis hasil penulisan ini dapat bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu marketing yang berkaitan dengan marketing mix dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian rumah.

Bagi penulis penulisan ini dapat memberikan tambahan wawasan dan bekal ilmu pengetahuan serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu

yang didapat dibangku perkuliahan sehingga dapat membandingkan yang didapat dalam bidang manajemen pemasaran dengan praktek dilapangan.

Bagi pembaca atau masyarakat, sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama dalam melakukan jual-beli properti perumahan.

b. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan penulisan ini dapat dijadikan acuan dalam menentukan strategi pemasaran yang akan diaplikasikan, selain itu juga dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pemasaran yang tepat oleh perusahaan yaitu mengetahui strategi marketing mix dan keputusan pembelian agar tercapai tujuan perusahaan dalam pasar persaingan penjualan properti.

1.5 Batasan Masalah

Agar penulisan mengenai analisa marketing mix terhadap keputusan pembelian rumah tidak melebar dari permasalahan maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut :

1. Obyek penulisan ini adalah konsumen rumah di Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.
2. Penulisan ini hanya terfokus pada marketing 4P terhadap keputusan pembelian rumah Perumahan Harapan Bahagia, Bekasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penulisan yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini mengungkapkan tinjauan pustaka yang digunakan dan menjadi acuan dalam menyusun skripsi. Selain itu diuraikan pula mengenai buku-buku referensi relevan dan berhubungan untuk pembahasan masalah yang akan dikaji dalam skripsi penulis terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode analisis data dan teknik pengolahan data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai gambaran umum perusahaan, hasil analisis data dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial atas jawaban penelitian yang menjawab hipotesis yang berkaitan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.