

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Properti merupakan suatu sektor yang dibutuhkan dan diminati oleh manusia. Properti identik dengan *real estate*, rumah, tanah, gedung, ruko, apartemen, dll. Jenis produk properti yang paling banyak dicari ialah properti residensial. Properti residensial adalah nama lain dari rumah tinggal, sebagai prasarana fisik untuk kebutuhan tempat tinggal. Rumah termasuk kebutuhan primer yang sangat menunjang keberlangsungan hidup manusia. Rumah sendiri merupakan sarana atau tempat dimana semua proses kehidupan terjadi didalamnya seperti proses pembinaan keluarga, pendidikan, sosialisasi antar manusia lainnya serta berfungsi sebagai sarana tempat tinggal atau hunian. Properti sangat penting bagi manusia, dan manusia tidak bisa terlepas dari sector properti, misalnya tempat tinggal, gedung, pabrik, pusat perbelanjaan, dll.

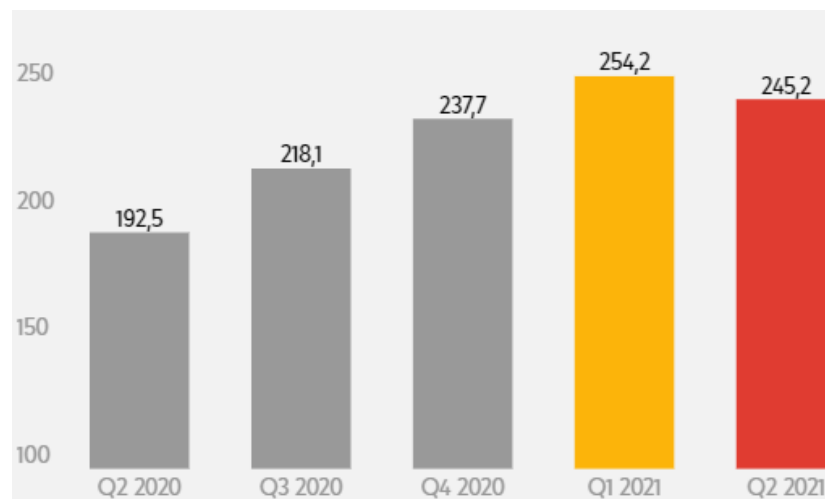
Di Indonesia, Permintaan produk serta suplai pada sektor properti setiap tahun terjadi peningkatan.



Gambar 1. 1 Indonesia Property Sales Market Q1 2021

Sumber: Rumah.com

Menurut data grafik *Property Index Market (RIPMI)*, terjadi kenaikan dan penurunan yang fluktuatif pada indeks permintaan maupun suplai properti disetiap quartalnya, namun pada Q1 2018 sampai Q4 2021 secara garis besar terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada permintaan dan suplai. Hal ini berpengaruh pada indeks harga yang terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan permintaan dan suplai akan properti tersebut selaras dengan peningkatan penduduk yang semakin tajam diberbagai tempat. Selain itu, arus urbanisasi yang terus terjadi didaerah perkotaan, menimbulkan kebutuhan akan properti di daerah perkotaan meningkat tinggi. Jawa Timur merupakan salah satu wilayah dengan tingkat pertumbuhan properti terbesar. Sebagaimana dikutip dari data *Property Index Market (RIPMI)*, menunjukkan bahwa pada Quartal 2 2021 Jawa Timur termasuk dalam salah satu provinsi dengan suplai properti nasional terbesar selain Jakarta, Banten, Jawa barat, dengan menyumbang suplai properti nasional sebesar 12%.



Gambar 1. 2 Indeks suplai property di Jawa Timur Q2 2020-Q2 2021

Sumber: Rumah.com

Indeks suplai properti di Jawa Timur pada Q2 2020 berada di angka 192,5 atau naik 52,7 poin menjadi 245,2 pada Q2 2021. Kenaikan ini menjadi refleksi bahwa para pengembang kembali melahirkan proyek hunian baru. Jawa Timur juga tempat yang sangat strategis untuk berinvestasi properti, karena banyaknya penduduk dan murah nya distribusi pabrik, sehingga menyebabkan semakin banyaknya permintaan akan properti. Investasi properti di Jawa Timur memang patut dipertimbangkan, khususnya proyek hunian yang berlokasi di kawasan strategis seperti Surabaya dan Gresik. Salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan rumah tinggal adalah produk tanah kavling. Tanah kavling merupakan salah satu jenis produk properti yang dijual dalam bentuk tanah induk yang dipetak-petakkan menjadi beberapa unit dan siap dibangun rumah. Konsumen bisa menggunakan tanah tersebut untuk kebutuhan investasi maupun tempat tinggal di masa depan. Banyak pengembang properti yang menjual produk properti dalam bentuk tanah kavling khususnya di wilayah Surabaya Barat dan Gresik. Karena kemudahan akses dan semakin menipisnya lahan mengakibatkan semakin tahun harga tanah kavling di kawasan ini semakin meningkat.

Salah satu pengembang yang bergerak dalam bidang bisnis pelayanan penjualan tanah kavling yaitu CV Sumber Barokah Kavling yang berlokasi di Perum GSN Sumberrejo, Pakal, Surabaya. CV Sumber Barokah Kavling memfasilitasi pembelian tanah kavling di daerah Surabaya Barat dan Gresik perbatasan sejak tahun 2014. Perusahaan ini memiliki 34 tahap lokasi kavling yang tersebar di Surabaya Barat dan Gresik. Dalam melakukan transaksinya, CV. Sumber Barokah memakai system Kredit Syariah tanpa bunga, denda, sita dan telah menjual ratusan unit kavling. Adapun data penjualan tanah kavling

oleh CV. Sumber Barokah dapat dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Penjualan Unit Kavling CV. Sumber Barokah

Tahun	Terjual (UNIT)
2017	102
2018	145
2019	157
2020	188
2021	127
JUMLAH	719

Data pada tabel 1.1 diatas merupakan data penjualan unit tanah kavling CV. Sumber Barokah 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2017-2021. Dari data diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan penjualan tiap tahunnya, kecuali pada tahun 2020 ke 2021 yang mengalami penurunan. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk memperluas pangsa pasarnya dalam penjualan tanah kavling. CV. Sumber Barokah Kavling terus bersaing dan berinovasi agar memberikan kualitas produk tanah kavling yang baik. Tanah kavling yang baik, harus memperhatikan banyak hal. Karena konsumen memiliki banyak faktor dan sudut pandang sendiri ketika memutuskan membeli suatu properti. Dalam melakukan pembelian tanah kavling, konsumen mempertimbangkan banyak faktor seperti, Lokasi, fasilitas umum/akses, Harga, dll. Membeli sebuah properti tidak mudah, perlu sebuah pertimbangan berbagai hal. Dibutuhkan sebuah informasi yang matang bagi konsumen hingga akhirnya membuat sebuah keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono (2015:21) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Proses tersebut dimulai

dengan pengenalan produk yang dijual, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Apabila produk yang ditawarkan oleh pengembang tanah kavling tersebut sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, proses tersebut akan mengarah dan berujung pada keputusan pembelian. Harga merupakan satu-satunya unsur pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono 2016). Menurut (Kotler & Amstrong 2011) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hasil penelitian Sofie Santa (2021), Lia dan Fariaman (2019), Vania dkk (2019), Riyanto (2020), dan Iis dkk (2021) menemukan bahwa faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan tentang harga tanah kavling maupun cara transaksinya baik secara kredit atau tunai dan besarnya potongan atau diskon yang ditawarkan para pengembang. Konsumen bisa saja membandingkan harga dengan kavling lainnya karena konsumen akan membeli sesuai kemampuan dan kebutuhannya.

Salah satu faktor yang juga turut dipertimbangkan konsumen ialah lokasi tanah kavling. Lokasi ialah suatu tempat yang letaknya sudah tetap dan strategis, yang mana hal tersebut berpengaruh kepada seseorang dalam menciptakan keinginan melakukan pembelian dengan alasan bahwa lokasi tersebut sudah strategis, seperti bertempat di arus bisnis, dan sebagainya (Sibarani, C. G. G. T., Armayanti, N., Irwansyah, & Suharianto 2019). Konsumen kavling mempunyai harapan agar kedepannya memiliki hunian dengan lokasi dengan akses yang bagus. Hasil penelitian Primaraga Sumantri (2021), Sofie Santa (2021), Bongsu

Saragih (2020, dan Riyanto (2020) menemukan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor berikutnya yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli tanah kavling adalah fasilitas umum. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler & Amstrong 2016). Fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk membeli sebuah produk (Tjiptono dan Chandra 2016). Pentingnya fasilitas terhadap keputusan pembelian juga dikemukakan oleh M.Taufik, Khuzaini (2017) dalam penelitiannya yang mengungkapkan bahwa fasilitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya semakin baik fasilitas yang diberikan oleh perusahaan terhadap konsumennya, maka keputusan pembelian konsumen pun akan semakin meningkat pula. Sehingga sangatlah penting bagi perusahaan pengembang untuk dapat memberikan fasilitas umum maupun fasilitas social bagi para pembeli rumah.

Dalam uraian diatas, Fenomena semakin selektifnya konsumen inilah yang merupakan sebuah tantangan dan masalah bagi pengembang properti khususnya tanah kavling. Perkembangan bisnis ini kedepannya akan menghadapi permasalahan baru akibat dari berkembangnya teknologi, informasi serta persaingan-persaingan bisnis. Seperti halnya Salah satu pengembang yang bergerak dalam bidang bisnis pelayanan penjualan tanah kavling yaitu CV Sumber Barokah Kavling yang terdapat di Perum GSN Sumberrejo, Pakal, Surabaya. CV Sumber Barokah Kavling memfasilitasi pembelian tanah kavling di daerah Surabaya Barat dan Gresik perbatasan sejak tahun 2014.

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas, maka penulis memberi skripsi ini judul **“Pengaruh Lokasi, Fasilitas Umum, dan Penyesuaian Harga terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Unit Tanah Kavling CV. Sumber Barokah Kavling)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling?
2. Apakah fasilitas umum secara parsial berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling?
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif terhadap tingkat keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling?
4. Apakah lokasi, fasilitas umum, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara parsial lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah
2. Untuk mengetahui secara parsial fasilitas umum memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber

Barokah Kavling.

3. Untuk mengetahui secara parsial harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling.
4. Untuk mengetahui secara simultan lokasi, fasilitas umum dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada unit tanah kavling CV. Sumber Barokah Kavling.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu manajemen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan strategi atau langkah kedepan dalam menghadapi persaingan antar pengembang properti guna menentukan harga dan lokasi tahap tanah kavling yang akan datang.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti empiris untuk memberikan pandangan dan pengetahuan yang makin mendalam juga sebagai dasar penelitian selanjutnya.