

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan jasa agen properti sangat pesat, data dari DPP AREBI mencatat ada sekitar 178 kantor agen properti baik lokal maupun internasional yang tersebar di Jakarta yang masuk dalam keanggotaan AREBI. Jasa agen properti sangat diperlukan sekarang, banyaknya penjual yang ingin menjual properti membuka peluang bagi agen properti untuk membantu memasarkan propertinya.

Agen properti dalam memasarkan propertinya tidak pernah meminta bayaran apapun kepada penjual, karena semua biaya pemasaran akan di tanggung oleh agen properti. Penjual akan memberikan komisi sesuai kesepakatan awal jika properti mereka terjual oleh agen properti itu.

Ditengah persaingan munculah agen properti *Two Seasons* yang berdiri tahun 2003 yang mengedepankan pelayanan yang baik dengan pengalaman yang di miliki oleh *marketing executive* mereka. Kecepatan dalam penjualan properti membuat nama *Two Seasons* semakin terkenal, dengan adanya jaringan-jaringan investor yang dimiliki, *Two Seasons* membantu penjualan properti semakin cepat dan tidak perlu menunggu lama.

Banyak cara yang dilakukan oleh *Two Seasons* dalam menawarkan jasanya kepada konsumen, salah satunya dengan pendekatan komunikasi antar pribadi, dengan melakukan kegiatan ini memudahkan seorang agen membujuk calon penjual rumah untuk bekerjasama dengan memakai jasa *Two Seasons*. Berkunjung dan berkeliling ke rumah- rumah yang ingin dijual merupakan kegiatan yang rutin dilakukan oleh seorang agen. Selain itu data penjual rumah juga didapat melalui *FSBO (For selling by owner)*, *Walk-in Client*, *Incoming Call* dan referensi dari rekan agen properti sendiri. Dengan berkomunikasi secara pribadi memungkinkan calon penjual akan menggunakan jasa *Two Seasons*, karena bertatap muka langsung komunikasi akan lebih efektif.

Seorang agen properti harus menjelaskan sistem kerja agen properti mulai dari perbedaan listing(data properti) open dan eksklusif karena jika open listing pemilik properti memberikan listing mereka kepada agen manapun dan berhak menjual sendiri tanpa ikatan dengan *Two Seasons*. Dan eksklusif listing adalah data properti yang diberikan hanya kepada *Two Seasons* dan terikat selama 3 bulan supaya propertinya dikelolah agar cepat terjual.

Agen properti juga membantu mulai dari proses pemasaran rumah sampai transaksi selesai. Apa keuntungan yang didapat oleh calon penjual jika memakai *Two Seasons* sebagai perantaranya dari pada agen lainnya itu juga harus di komunikasikan agen kepada calon penjual. Kesepakatan komisi juga harus dibicarakan sebelum melakukan perjanjian open atau eksklusif listing dengan calon penjual.

Dalam kegiatannya berkomunikasi dengan calon penjual juga harus bisa membangun rasa kepercayaan sehingga calon penjual mau memakai jasa *Two Seasons*. Tidak semua orang tau keberadaan agen properti sehingga seorang agen harus menjelaskan tentang perusahaan mereka kepada calon penjual. Jika rasa kepercayaan sudah timbul tidak sulit lagi bagi agen properti untuk menawarkan jasanya. Karena itu seorang agen harus membangun kepercayaan kepada calon pengguna jasanya agar mengenal dan mempercayai *Two Seasons*. Dengan penerapan prinsip komunikasi antar pribadi oleh agen diharapkan akan terbangun kepercayaan bagi pengguna jasa agen properti *Two Seasons*.

Keputusan calon penjual untuk memakai jasa *Two Seasons* tidak lepas dari komunikasi yang baik yang dilakukan oleh agen dan juga rasa percaya mereka terhadap *Two Seasons* sebagai agen properti yang handal dan dapat dipercaya sehingga mampu memasarkan rumah dan calon penjual memperoleh keuntungan. Selain rumahnya dapat terjual dengan cepat, calon penjualpun tidak usah diganggu oleh perantara-perantara lain yang tidak profesional.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Two Seasons Properti merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa agen properti. Dimana pekerjaannya harus menawarkan jasa kepada calon penjual agar mau memakai jasa agen *Two Seasons*. Untuk mendapatkan calon penjual agen properti harus melakukan pendekatan melalui komunikasi antar pribadi supaya dapat mengenal calon penjual dan juga membangun

kepercayaan penjual bahwa *Two Seasons* merupakan agen yang dapat dipercayakan untuk memasarkan rumahnya. Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penulis merumuskan masalah yaitu : **“Sejauhmana Penerapan Prinsip Komunikasi Antar Pribadi Agen Properti *Two Seasons* Dan Tingkat Kepercayaan Calon Pengguna Jasanya”?**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui penerapan prinsip komunikasi antar pribadi Agen *Two Seasons* bagi pengguna jasanya.
- Untuk mengukur tingkat kepercayaan pengguna jasa Agen *Two Seasons* dalam menjual rumahnya.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan pembaca dapat mengetahui penerapan komunikasi antar pribadi agen properti dalam membangun kepercayaan calon pengguna jasanya.

b. Manfaat Praktis

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini, agen properti *Two Seasons* dapat menerapkannya dalam pekerjaannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika laporan penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana uraian setiap babnya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan penguraian dan penjelasan dari masalah penelitian secara teoritis dan definisi-definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Bab ini meliputi kerangka teori, operasional variabel, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, populasi, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi subjek penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan tugas-tugasnya. Dalam bab ini juga menguraikan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran dari penulis atas penelitian yang telah dilakukan.