BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Selain makanan dan pakaian, rumah atau tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang paling mendasar. Rumah berfungsi sebagai tempat berlindung, beristirahat, dan berkumpul dengan keluarga serta tempat untuk bersosialisasi dengan masyarakat sekitar. Dalam fungsinya yang lebih strategis, rumah atau tempat tinggal berperan sebagai pusat pendidikan keluarga, persemaian budaya, dan peningkatan kualitas generasi yang akan datang, serta merupakan pengejawantahan jati diri (Surat Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah selaku Ketua Badan Kebijaksanaan Dan Pengendalian Pembangunan Perumahan dan Permukiman Nasional (BKP4N) Nomor 217/KPTS/M/2002).

Rumah dengan kualitas yang tinggi serta mampu mendatangkan kepuasan dan manfaat lebih bagi penghuninya tentu memiliki nilai tersendiri, terlebih jika didukung dengan fasilitas dan aksesbilitas yang ada seperti sistem keamanan lingkungan, sistem saluran air limbah, sarana jalan, jaringan listrik, jaringan telpon dan lain sebagainya (Khomarudin, 1997). Oleh karena itu, tidak heran jika sekarang banyak masyarakat yang menjadikan rumah sebagai lahan untuk berinvestasi.

Kebutuhan masyarakat akan perumahan dilandasi beberapa faktor. Kimtaru dalam Widodo (2012) mengungkapkan bahwa kebutuhan akan perumahan

tersebut didorong oleh faktor tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah serta faktor banyaknya rumah layak huni. Berdasarkan hal tersebut serta didukung dengan perubahan gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat yang semakin modern, kebutuhan akan rumah dengan tipe spesifik pun bermunculan.

Perumahan *cluster* adalah salah satu tipe perumahan yang saat ini banyak diminati para konsumen terutama kalangan menengah ke atas. *Cluster* merupakan tipe kelompok perumahan yang terletak dalam satu lingkungan dengan bentuk rumah yang serasi dimana dinding rumah yang satu dengan yang lain saling menempel dan pagar yang terbuka. Perumahan dengan konsep ini juga menggunakan sistem satu gerbang (*one gate system*) dengan keamanan 1 x 24 jam. Rumah dengan tipe *cluster* ini memiliki taraf penjualan yang tinggi dan peminat yang semakin bertambah di Indonesia. Oleh karena itu tidak heran banyak pengembang perumahan terutama di kota besar seperti Jakarta mulai mempertimbangkan tipe *cluster* sebagai model pemasaran yang mereka andalkan. Berikut daftar pengembang yang menjalankan proyek perumahan bertipe *cluster* yang ada di Jakarta:

Tabel 1.1 : Daftar Pengembang Perumahan *Cluster* di Jakarta

Pengembang	Proyek Perumahan	Lokasi
PT. Griya Hijau Properti	Cluster Green Valley	Ciputat
PT. Jaya Real Property	Cluster Grand Batavia	Cikupa
PT. Ciputra Residence	Cluster Gardenville	Cikupa
Sinar Mas Land	Cluster New Vivacia	BSD City
Summarecon	Cluster Alloggio	Serpong
Cipta Harmoni Lestari	Cluster Banara Serpong	Serpong
PT. Modernland Realty Tbk	Cluster Yarra	Cilincing
Hiland Internasional	Cluster Green Kirana Mansion	Bekasi
Summarecon	Cluster Vernonia	Bekasi

Pengembang	Proyek Perumahan	Lokasi
Summarecon	Cluster Volta	Serpong
Paramount Land	Cluster Menteng Village	Serpong
PT. Pratama Swarna Marga	Gladiola Residence	Cipadu
PT. LC Development	Ozone Residence	Bintaro
PT. Era Griya Selaras	Cluster Teras Bintaro	Bintaro
PT. Merril Swarna Daimah	Oasis 8 Residence	Tanah Kusir
PT. Homes Property	Pondok Pinang Residence	Pondok Pinang
PT. Wilson Properti Advisindo	Nouvellee Townhomes	Pesanggrahan
PT. FIM Jasa Ekatama	Bintaro Hijau Residence	Bintaro

Sumber : Berbagai Sumber (Diolah Peneliti), 2015

PT. Fim Jasa Ekatama adalah salah satu pengembang perumahan dengan tipe *cluster* di kawasan Jakarta Selatan. Konsep perumahan *cluster* yang ditawarkan PT. Fim Jasa Ekatama memiliki keunikan tersendiri dibandingkan perumahan *cluster* lain yaitu dengan konsep *free design* modern tropis. Saat ini, konsep tersebut banyak diminati para konsumen karena fleksibilitas design yang ditawarkan untuk sebuah unit *private home*. Selain itu, jumlah unit dalam satu *cluster* perumahan yang ditawarkan PT. Fim Jasa Ekatama tidak pernah tidak pernah melebihi 50 unit. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang tidak menyukai model *cluster* dengan ruang lingkup besar dikarenakan nilai *safety* yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan konsep *cluster* lainnya. Walau demikian, untuk mempertahankan *market* dan nilai '*brand*' PT. Fim Jasa Ekatama itu sendiri, harga yang ditawarkan oleh pengembang ini tetap kompetitif dengan pesaing-pesaingnya.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pihak PT. Fim Jasa Ekatama, proyek pembangunan rumah *cluster* yang dikerjakan perusahaan di Jakarta Selatan memiliki kendala dalam pemasaran unitnya. Berikut laporan pemasaran rumah *cluster* yang pernah dibuat oleh PT. Fim Jasa Ekatama:

Tabel 1.2 : Laporan Pemasaran Perumahan *Cluster* PT. Fim Jasa Ekatama

Nama Perumahan	Lokasi	Tahun Bangun dan Jual			Realisasi Penjualan		Keterangan
		Bangun (Tahun)	Jumlah Unit (Unit)	Target (Tahun)	Waktu Penjualan (Tahun)	Persentasi Penjualan Sesuai Target	
BHR	Bintaro	2012	25	1	3	30 %	Tidak Sesuai Target
SR	Jalan Siaga	2008	35	1	2	50%	Tidak Sesuai Target
PGR	Pondok Bambu	2009	21	1	2	50%	Tidak Sesuai Target
RB	Jalan Kebagusan	2010	49	1	2	50%	Tidak Sesuai Target
MGT	Jalan T. Amir Hamzah	2010	15	1	1	100 %	Sesuai Target

Sumber : Data Pemasaran Pt.Fim Jasa Ekatama, 2012

Keterangan:
BHR : Bintaro Hijau Residence
SR : Siaga Residence
PGR : Palm Garden Residence
RB : Rumah Bagus
MGT : Menteng Garden Townhouse

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran unit pada perumahan *cluster* yang dibangun oleh PT. Fim Jasa Ekatama tidak selalu sesuai dengan target penjualan. Hal ini diduga dikarenakan faktor lokasi kawasan perumahan *cluster* yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Walau pihak pemasar telah mengupayakan edukasi kepada calon pembeli, namun kegiatan pemasaran PT. Fim Jasa Ekatama tetap mengalami kesulitan. Menurut pengamatan pihak pemasar sendiri, selain faktor lokasi yang telah dipaparkan sebelumnya, lemahnya perekonomian negara serta turunya daya beli masyarakat terhadap perumahan turut menyumbang sulitnya pemasaran perumahan *cluster* yang dibangun oleh PT. Fim Jasa Ekatama tersebut.

Lebih lanjut, Firdaos (1997) menyatakan bahwa permintaan akan perumahan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Namun begitu, persepsi konsumen mengenai harga juga tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor tersebut. Informasi yang berhasil diidentifikasi dari pihak pemasar PT. Fim Jasa Ekatama terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah *cluster* di kawasan Bintaro, Jakarta Selatan yaitu lokasi, kualitas produk yang meliputi fasilitas *free design* yang ditawarkan pengembang, serta harga.

Dalam memilih sebuah tempat tinggal (rumah), faktor lokasi sangat berpengaruh bagi calon penghuninya mengingat perannya dalam menunjang aktifitas anggota keluarga didalamnya. Lokasi perumahan yang dekat dengan daerah perkantoran, sekolah, pusat perbelanjaan, arena rekreasi keluarga, serta bebas dari segala bencana termasuk banjir merupakan lokasi idaman bagi setiap keluarga. Berdasarkan hal tersebut, maka tidak heran jika perumahan, terutama yang bertipe *cluster*, dengan lokasi yang strategis seperti ini lebih mudah dipasarkan dibandingkan dengan perumahan dengan lokasi terpelosok. Oleh karena itu, pihak pengembang harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap rumah tipe *cluster* ini adalah kualitas produk. Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi fasilitas *free design* yang ditawarkan pihak

pengembang. Pihak calon pembeli dapat mendesain sendiri bentuk serta dekorasi dan material yang akan digunakan dalam pembangunan rumah *cluster* mereka dengan bantuan *expert* yang disediakan. Kualitas produk seperti ini merupakan strategi yang berbeda yang ditawarkan PT. Fim Jasa Ekatama dalam menarik calon pembeli, serta merupakan nilai plus tersendiri bagi calon pembeli yang menginginkan desain rumah *cluster* sesuai dengan kepribadian mereka.

Selain dua faktor yang telah disebutkan, persepsi harga juga turut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap rumah bertipe *cluster*. Perbedaan tingkat pendapatan yang sekaligus merupakan faktor pendorong perbedaan gaya hidup (*lifestyle*) tersebut akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap harga rumah *cluster* yang ditawarkan. Menurut Kertajaya (2000), harga adalah sebuah pengorbanan yang harus dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan kualitas yang dipersepsikan konsumen. Konsumen dengan pendapatan tinggi cenderung bergaya hidup tinggi sehingga persepsi harga dari kalangan ini berbeda dengan persepsi harga yang dimiliki konsumen dari kalangan berpendapatan menengah ke bawah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengajukan penelitian dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH *CLUSTER* DI KAWASAN JAKARTA SELATAN (Studi Kasus Pembangunan PT. Fim Jasa Ekatama)".

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap rumah tipe *cluster* di kawasan Jakarta Selatan. Adapun faktor penyebab dari permasalahan tersebut salah satunya dapat ditinjau dari faktor sisi permintaan (*demand side factor*) (Karsidi, 2002). Berdasarkan latar belakang masalah di atas identifikasi dapat di kemukakan sebagai berikut :

1. Permintaan konsumen terhadap perumahan ini erat hubungannya dengan lokasi. Lokasi perumahan yang jauh dengan tempat kerja, sekolah, atau fasilitas publik lainnya lebih sedikit diminati mengingat jarak, waktu, dan harga (ongkos) yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk menuju tepat-tempat tersebut menjadi semakin banyak. Sebaliknya, semakin dekat lokasi perumahan dengan tempat kerja, sekolah, dan fasilitas umum lainnya maka permintaan perumahan di lokasi tersebut semakin banyak.
2. Keinginan untuk memenuhi permintaan perumahan juga dipengaruhi oleh kualitas produk. Konsumen dengan gaya hidup (*lifestyle*) tinggi pada umumnya menginginkan perumahan dengan atribut produk yang berkualitas tinggi pula. Perumahan dengan desain ekslusif dan dilengkapi dengan ornamen bangunan berdaya tahan lama serta sistem kemanan terjamin tentu menarik perhatian konsumen tipe ini. Oleh karena itu tidak heran jika banyak konsumen perumahan rela mengeluarkan uang lebih demi memiliki rumah dengan produk berkualitas.

3. Walau demikian, permintaan perumahan juga dibatasi oleh harga. Perumahan yang ditawarkan dengan harga tinggi tentu sulit untuk dicapai oleh kalangan menengah ke bawah. Maka permintaan akan perumahan bersangkutan hanya diminati oleh kalangan atas saja. Hal ini dapat terjadi dikarenakan harga memiliki hubungan yang searah dengan tingkat pendapatan. Kalangan menengah ke atas dengan tingkat pendapatan diatas rata-rata tentu berkemampuan membeli perumahan dengan harga yang tinggi.
4. Berdasarkan pertimbangan seperti yang telah diungkapkan, maka diperlukan suatu penelitian untuk menganalisis pengaruh lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap rumah tipe *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan. Adapun faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas produk, dan harga.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
5. Faktor apakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.

1.4. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas produk, dan harga secara bersamaan (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.

5. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah *cluster* di kawasan Jakarta Selatan.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti lokasi, kualitas produk, serta harga.
2. Manfaat praktis, penelitian ini memberikan data kepada pihak pengembang dalam menetukan kebijakan kualitas dan mutu pembangunan perumahan terutama di kawasan Jakarta Selatan. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan masukan kepada pihak bersangkutan mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap sebuah produk terutama rumah berjenis *cluster*.