

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Realisasi pembangunan rumah di perumahan Andalusia *Regency* Suci masih belum bisa memenuhi target penjualan, dalam 1,5 tahun produk rumah belum habis terjual. Tingkat penjualan perumahan belum mencapai target atau mengalami ketidak stabilan (fluktuasi), hal ini dapat dilihat pada target dan realisasi penjualan perumahan di Andalusia *Regency* Suci (ARS) pada bulan Maret sampai Agustus 2018.

Tabel 1.1
Target Penjualan Perumahan Andalusia *Regency* Suci (ARS)
Periode Maret-Agustus 2018

Bulan	Penjualan		Pencapaian Target (%)
	Target (unit)	Realisasi (unit)	
Maret	15	8	1,20
April	15	1	0,15
Mei	15	0	0,00
Juni	15	0	0,00
Juli	15	3	0,45
Agustus	15	3	0,45
Total	90	15	13,50

Sumber : Laporan Penjualan ARS Bulan Maret-Agustus 2018

Berdasarkan dari data tabel 1.1 target dan realisasi penjualan Andalusia *Regency* Suci (ARS) dalam periode 2018, realisasi penjualan perumahan pada bulan Maret dan April masing-masing sebesar 8 unit dan 1 unit dengan persentase sebesar 1,20 % dan 0,15 %. Sampai pada bulan Juli dan Agustus pencapaian target setiap bulan masih belum mengalami kenaikan signifikan yaitu sebesar

0,45%, yang artinya pada enam bulan terakhir hanya terealisasi 15 unit, sedangkan target penjualan dalam satu bulan adalah 15 unit, dilihat dari tingkat penjualan setiap bulannya penjualan perbulan juga mengalami fluktuasi yang artinya penjualan perumahan Andalusia Regency Suci (ARS) belum mencapai target.

Produk perumahan Suci ini memiliki berbagai macam tipe, yang dimana masing-masing tipe sudah dilengkapi dengan kualitas dan spesifikasi bangunan sesuai dengan SOP yang sudah berlabel SNI (Standar Nasional Indonesia). Menurut bapak Sucipto., SE.,MA. "*Konsep perumahan di Andalusia Regency Suci berkonsep minimalis, moderen, dan tampak mewah*" bagi kalangan menengah keatas dan ditambah lagi pembangunan fasilitas tambahan lainnya untuk mendukung dari konsep moderen tersebut seperti tandon, akses jalan raya, playground, balai pertemuan, mosholla dan lain sebagainya, untuk melihat tipe rumah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.2
Tipe Dan Harga Pada Perumahan
Andalusia Regency Suci

No	Rumah (Tipe)	Harga (Rp)	Jumlah (Unit)
1	60	780.000.000	40
2	54	625.000.000	75
3	45	540.000.000	25
4	38	470.000.000	26
Jumlah			166

Sumber : PT Manzilah Visi Mulia, 2018

Strategi harga yang sudah ditentukan oleh PT Manzilah Visi Mulia untuk masing-masing setiap rumah berbeda, tergantung dengan luas bangunan, fasilitas tambahan harga jual diatas sudah termasuk biaya penyambungan listrik, Izin Mendirikan Bangunan (IMB), Sertifikat Hak Guna Bangun (SHGB) dan pemasangan air bersih. Tidak hanya itu saja penetapan harga menengah keatas juga mempertimbangkan aspek lokasi yang strategis.

Lokasi perumahan Andalusia *Regency* Suci (ARS) yang berada di Jl.Kh. Syafi'i Suci Gresik. Tempatnya dekat dengan akses jalan raya menuju lokasi industri dan sebelah barat dekat dengan akses jalan menuju GKB. Lokasi perumahan dari pusat kota dan keramaian tidak jauh dari pusat kota dan rata-rata konsumen memilih perumahan tersebut dengan tempat kerja, sehingga mudah atau dekat dengan lokasi yang dituju. Menurut bapak Umar "*lokasi perumahan Andalusia ini berada tengah nol jalan raya*" yang artinya perumahan ini dekat dengan fasilitas yang mudah dijangkau seperti tempat kerja, pasar, pondok pesantren. Lokasi juga penting dalam mengelola saluran pemasaran atau distribusi untuk melakukan transaksi jual beli maupun promosi di kantor pemasaran akan tetapi tempat untuk melakukan transaksi belum dibangun, jadi *customer* melihat lokasi menghubungi *marketing* terlebih dahulu.

Secara promosi sendiri *marketing* sering menggunakan dua cara yaitu menggunakan media promosi *online* dan secara langsung, promosi *online* sendiri sudah di lakukan secara gencar-gencaran melalui media sosial *facebook* saja, dengan alasan bahwa orang-orang di zaman sekarang banyak yang mengakses informasi tentang penjualan dimedia sosial, adanya sistem promosi melau *online*

produk dapat dikenal oleh masyarakat secara cepat dan ketertarikan konsumen untuk membeli. Secara langsung sendiri *marketing* menggunakan media baliho didepan perumahan, sebar brosur di perusahaan perkantoran, *open table* ketika ada *event* tertentu dan di mall. Secara langsung sendiri kebanyakan konsumen hanya bertanya-tanya saja belum pasti membeli, akan tetapi tergantung dengan *sales marketing* dalam menyampaikan dan meyakinkan konsumen.

Dalam mewujudkan Sumber Daya Manusia (*people*) diperlukan rekrutmen atau tenaga profesional yang ahli dalam bidang *marketing*. PT Manzilah Visi Mulia juga merekrut empat *agency* untuk membantu menjual produk perumahan akan tetapi *agency* sendiri tidak hanya memegang satu perumahan saja tetapi bisa merangkap produk perumahan lainnya. Sedangkan karyawan tenaga penjual (*sales marketing*) *inhouse* hanya satu yang dituntut untuk mampu bekerja sesuai dengan tugasnya dalam melayani *customer* hingga menjelaskan secara detail pada konsumen, karena secara langsung akan mempengaruhi proses pembelian. Sedangkan *marketing* sendiri melakukan promosi melalui media *online* masih belum ada pelatihan, hanya *marketing agency* dan *inhouse* saling bertukar pikiran dalam memasarkan produknya..

Pada proses pembelian, akad dan serah terima kunci juga memakan waktu tidak begitu lama karena perusahaan langsung tanggap apabila konsumen *deal* membeli perusahaan juga tidak akan menunda-nunda lagi kalau ditunda akan mengalami kerugian, pada hari libur banyaknya pengunjung yang datang untuk melihat lokasi perumahan di Suci. Pada proses pembelian karyawan juga

ditugaskan untuk melayani sampai serah terima kunci dan menyampaikan produk yang sudah disediakan, fasilitas yang sudah tersedia dan bukti-bukti lainnya.

Bukti fisik dari produk perumahan Andalusia *Regency* Suci yang tersedia hanya beberapa saja terdapat fasilitas umum untuk mendukung dari konsep yang sudah dibangun seperti musholla akses masuk jalan yang sekarang masih dalam tahap pembangunan, sedangkan fasilitas dari produknya sendiri sudah ada yang diberikan pada konsumen.

Pemberian layanan yang diberikan pada *marketing* untuk konsumen termasuk layanan di media sosial *online*, pelayanan transaksi penyerahan sampai proses akhir yang sudah dibagi setiap departemen organisasi saling berhubungan dan berbagi tugas, dengan sistem pelayanan seperti ini tidak mengherankan jika konsumen senang pelayanan di proses secara cepat oleh perusahaan Andalusia.

PT Manzilah Visi Mulia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang properti menggunakan *brand* atau merek Andalusia properti, dengan visi menjadi *trend setter* unggul dan terpercaya pada industri properti. Serta misi untuk menjalankan suatu visi yaitu memberikan produk yang terbaik melalui kualitas pelayanan, desain yang unggul dan memiliki nilai tambah. Andalusia sendiri mempunyai beberapa proyek di Gresik yaitu: Andalusia *Square* Kartini (ASK), Andalusia *Regency* Giri (ARG), Andalusia *Griya* Giri (AGG), Andalusia *Cluster* Giri (ACG), Andalusia *Regency* Suci (ARS).

Gresik merupakan kota industri yang cukup besar di Jawa Timur, dengan pertumbuhan penduduk yaitu 1,24% pada tahun 2010-2015 dan 1,18% pada tahun 2014-2015 (*bps.com*, diakses pada 01 November 2018). Hal ini menjadikan Para

pengusaha bisnis properti membangun bisnisnya di Gresik, karena semakin banyaknya suplai maka semakin mudah konsumen menentukan pilihan, sehingga perusahaan beranggapan potensi bisnis properti di kota Gresik lebih menjanjikan dan mempunyai potensi yang cukup besar dibandingkan dengan kota lain. Semakin meningkatnya jumlah penduduk di Gresik maka kebutuhan rumah akan semakin meningkat.

Disisi lain semakin lama ketersediaan lahan untuk tinggal mengakibatkan harga tanah semakin mahal dan akhirnya banyak orang yang tidak mampu membeli rumah dan lebih memilih mengontrak atau menyewa. Pada tabel berikut jumlah rumah tangga yang memiliki rumah sendiri di kota Gresik:

TABEL 1.3
Persentase Rumah Tangga dan Status Rumah
Yang Ditempati Tahun 2015-2017

Tahun	Status Kepemilikan Rumah	
	Milik Sendiri (%)	Kontrak (%)
2015	85,83	3,32
2016	83,47	3,81
2017	87,11	3,43

Sumber: BPS Kota Gresik 2017

Berdasarkan tabel diatas jumlah rumah tangga dikota Gresik berdasarkan status kepemilikan rumah yang ditempati milik sendiri lebih tinggi dari pada mengontrak, pada tahun 2015 sebanyak 85,83% sedangkan untuk kontrak sebesar

3,32%. Sedangkan pada tahun 2016 status kepemilikan rumah milik sendiri lebih besar milik sendiri daripada mengontrak dalam prosentase sebesar 83,47% sedangkan untuk mengontrak 3,81%. Pada tahun 2017 sendiri status kepemilikan rumah milik sendiri dan kotrak meningkat dalam persentase 87,11% dan untuk kontrak 3,43%.

Hal ini menunjukkan bahwa rumah adalah sebagai kebutuhan pokok yang masih tinggi dalam tingkat permintaan dan antusias daya beli masyarakat. Selain sebagai tempat tinggal, rumah juga berfungsi sebagai peran sosial dalam lingkungan status dan kebanyakan di era moderen sekarang rumah menjadi peran ekonomis untuk investasi di dunia bisnis, hal ini dapat menjadi peluang bagi pebisnis yang mau berinvestasi, sehingga kesempatan pada para *developer* yang baru bermunculan untuk mengenalkan produk-produknya baik rumah tipe menengah keatas dan menengah kebawah, sehingga kondisi persaingan saat ini dalam bisnis properti di Gresik menjadi ketat. Berbagai usaha dilakukan pengembang *developer* untuk menawarkan produk perumahan untuk menarik perhatian konsumen mulai dari konsep model, desain, tipe, lokasi dan harga juga sebagai pertimbangan mereka dalam menentukan perumahan yang diinginkan dari banyaknya *developer* yang menawarkan produk-produknya yang terbaik.

Banyaknya pengembang baru bisnis properti di Gresik ini membuat para manajer harus jeli dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, agar perusahaan dapat mempertahankan tingkat penjualan serta menganalisis kesempatan dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari pengembang lainnya, karena konsumen akan semakin mudah dalam menentukan pilihan berdasarkan

harga maupun fasilitas lainnya. Tidak hanya itu juga manajer harus mampu merekrut *sales marketing* atau tenaga penjual yang handal dalam bidangnya hal ini agar bisa meyakinkan, merayu atau membujuk konsumen dalam pembelian produknya hal ini akan berimbas pada penjualan. Terdapat 12 *developer* pengembang perumahan di Gresik:

Tabel 1.4
Suplay Properti di Gresik
Periode 2017-2018

No	Developer	Produk	Launching
1	PT. Graha Sarana Gresik	Bella casa <i>village</i>	15, November 2018
2	PT. Bumi Lingga Pertiwi	Permata Visio	03, November 2018
3	PT. Raya Bumi Nusantara Permai	<i>Green Garden Regency</i>	19, Oktober 2018
4	PT. Gota Mulya Group	Permata <i>Green Menganti Regency</i>	15, September 2018
5	PT. Hamdani Properti Land	Puri Dyan Nirvana	10, September 2018
6	PT. Hero Sasanti Jaya	<i>Grand Pelangi Cerme</i>	04, Oktober 2018
7	PT. Berkat Jaya Development	<i>Grand Kedamaian Regency</i>	20, Februari 2018
8	PT. Kartini Citra Utama	Graha AmertaBunder	09, Januari 2018
9	PT. Sukses Kreasi Bersama	<i>Cerme Square Residence</i>	13, Desember 2017
10	PT. Chalidana	Puri Safira <i>Regency Menganti</i>	30, Agustus 2017
11	PT. Manzilah Visi Mulia	<i>Andalusia Regency Suci</i>	14, April 2017
12	PT. Graha Bunder Utama	<i>Grand verona Regency</i>	15, Januari 2017

Sumber : *Informasi Media Brosur, 2018*

Saat ini konsumen dihadapkan atau ditawarkan pada banyak developer di Gresik sendiri terdapat 12 *developer* yang menciptakan produk-produk barunya.

semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang properti yang menawarkan keunggulan produk masing-masing, maka *developer* menawarkan harga perumahan yang menggiurkan mulai dengan tingkat harga yang ditawarkan *developer* dari menengah keatas dan menengah kebawah, dengan banyaknya *developer* yang bermunculan di bidang properti mengakibatkan persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan strategi pemasaran dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Tingginya Persaingan pada dunia bisnis properti pastinya manajer pemasar memiliki beberapa strategi untuk meningkatkan penjualan perumahan agar dapat mencapai target yang mereka inginkan, Salah satunya bauran pemasaran (*marketing mix*). Untuk merebut konsumen atau pangsa pasar. Persaingan dalam bisnis properti semakin ketat ditambah lagi dengan jumlah *developer* di Gresik semakin berkembang. Untuk meningkatkan jumlah penjualan dalam pembelian rumah di Andalusia *Regency Suci* (ARS) diperlukan pemasaran jasa yaitu dengan menggunakan 7P + 1C menurut Rambat Lupiyoadi (2016;92) bauran pemasaran terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Lokasi/ Tempat (*Place*), SDM/ Orang (*People*), Proses (*Proces*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Layanan Pelanggan (*Customer Service*). Sehingga menjadi *marketing mix* atau pemasaran jasa, Kedelapan unsur tersebut saling berhubungan satu dengan sama lain dalam bauran pemasaran yang optimal.

Pemasaran merupakan proses kegiatan mulai dari pemilihan pasar, penciptaan produk, penetapan harga, sistem distribusi hingga mempromosikan produk yang akan dijual. Selain itu, fungsi pemasaran yaitu untuk mendapatkan laba bagi perusahaan melalui produk atau jasa, dengan adanya ilmu pemasaran jasa, diharapkan manajer perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang paling efektif dan tepat dalam menjual produknya untuk mengetahui dan keinginan konsumen dengan aktivitas kegiatan pemasaran. Bauran pemasaran jasa dalam meningkatkan penjualan sangat penting bagi setiap perusahaan, termasuk perusahaan properti. Banyaknya persaingan produk properti perusahaan harus siap berorientasi pada kegiatan pemasaran. selain itu pemasar memperkenalkan produk kepada konsumen dalam menunjang meningkatkan target penjualan.

Apabila perusahaan tidak mampu mengkondisikan bauran pemasaran jasa maka berdampak pada konsumen untuk kedepannya, oleh karena itu PT Manzilah Visi Mulia dituntut dapat dapat memprediksikan konsumen dalam merespon strategi pemasaran yang sudah ditetapkan agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan, karena peran SDM dan bauran pemasaran lainnya menentukan keberhasilan produk perumahan.

Berdasarkan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk memilih judul “ **Penurunan Penjualan Dalam Bauran Pemasaran Jasa Perumahan Andalusia Regency Suci (ARS) Di PT. Manzilah Visi Mulia)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan peneliti kaji adalah mengapa penjualan perumahan Andalusia *Regency Suci* (ARS) dalam pemasaran jasa yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*plce*), promosi (*promotion*), SDM/ orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*phiyical evidence*), layanan pelanggan (*customer service*) mengalami penurunan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab turunnya penjualan perumahan Andalusia *Regency Suci* (ARS) dalam pemasaran jasa yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Plce*), Promosi (*Promotion*), SDM / Orang (*People*), Proses (*Process*) dan Bukti Fisik (*Phiyical Evidence*) Dan Layanan Pelanggan (*Customer Service*).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi direktur dan manajer *marketing* PT Manzilah Visi Mulia, sebagai evaluasi mengenai target penjualan melalui bauran pemasaran jasa serta meningkatkan konsumen dalam pembelian rumah.

2. Manfaat Akademis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan, serta mengembangkan penulis dalam menganalisis masalah. Hasil penelitian ini Sebagai bahan acuan.