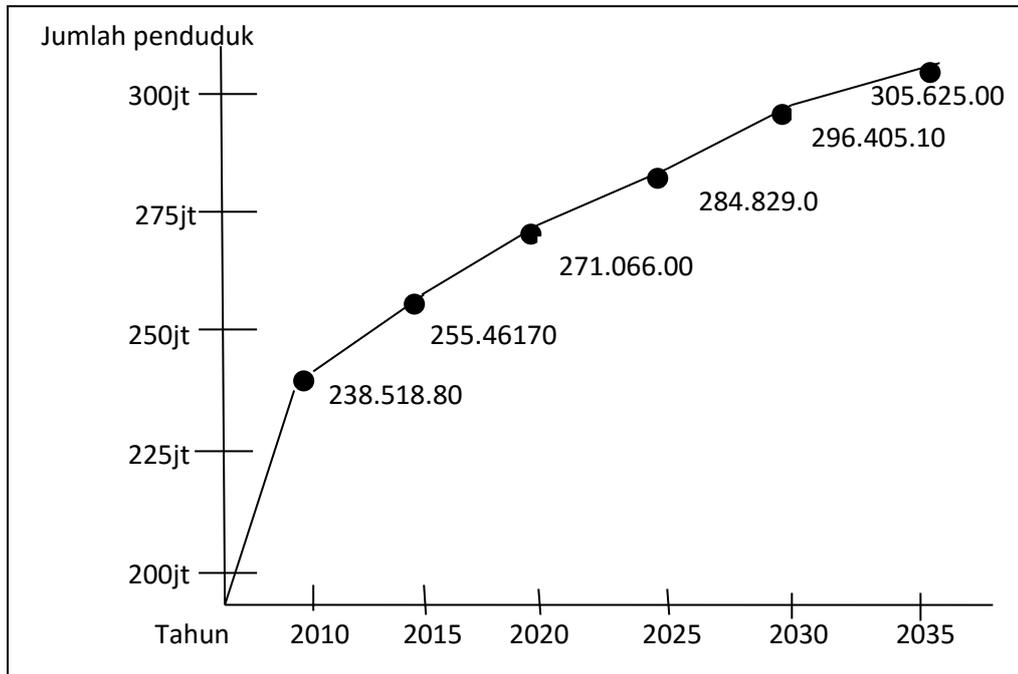


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat selama beberapa tahun terlihat dari tahun 2010 penduduk Indonesia 238,5 juta jiwa kemudian pada tahun 2014 menjadi 250,1 juta pada tahun 2015 naik menjadi 255,4 juta jiwa pada tahun 2016 dan BPS memberi gambaran proyeksi pada tahun 2035 mengalami kenaikan penduduk di Indonesia menjadi 305,6 juta pada tahun 2035 demikian pula pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin maju pesat tercatat bertumbuh sebanyak 6,28 % dalam beberapa tahun jumlah penduduk dan proyeksi penduduk di Indonesia dapat dilihat gambar dibawah ini .



Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2016

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Penduduk dan Proyeksi Kenaikan Jumlah Penduduk di Indonesia**

Dari data diatas peluang pasar untuk sektor *property* masih terbuka lebar,dengan jumlah penduduk dan proyeksi jumlah penduduk indonesia dalam beberapa tahun kedepan tentu juga akan berdampak dalam meningkatnya minat seseorang dalam kebutuhan rumah atau *property* , tentunya persaingan untuk mendapatkan konsumen atau pembeli akan semakin besar, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat oleh kompetitor, perusahaan harus mempunyai keunggulan dan daya saing tersendiri serta memahami struktur pasar agar strategi pemasaran menjadi lebih efektif. Dalam menaklukan persaingan dunia industry di Indonesia, dibutuhkan strategi-strategi pemasaran yang digunakan memperoleh hasil yang diinginkan. Hal tersebut menjadi rintangan tersendiri bagi perusahaan agar dapat memprediksi tren di masa mendatang

Sektor *properti* sebagai salah satu bentuk usaha biasanya yang diminati *Investor. Property* dan *Real Estate* merupakan salah satu alternatif investasi yang diminati investor dimana investasi disektor ini merupakan investasi jangka panjang dan *properti* merupakan aktiva multiguna yang dapat digunakan perusahaan sebagai jaminan, oleh karena itu perusahaan properti dan *real estate* mempunyai struktur modal yang tinggi. Industri *properti* merupakan salah satu bidang yang tidak akan mati. Keberadaannya dibutuhkan oleh seluruh masyarakat di belahan dunia manapun. Setiap harinya banyak bisnis baru bermunculan, baik berupa barang maupun jasa, hal tersebut menjadi salah satu faktor utama menjamurnya berbagai *property* baru sebagai modal bagi yang membutuhkan lokasi untuk menjalankan bisnis.

Menurut Direktur Jenderal Penyediaan Perumahan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Syarif Burhanuddin pada Konferensi Pers Hari Habitat Dunia Tahun 2016 di Jakarta, Senin (3/10), “Angka urbanisasi masyarakat ke wilayah perkotaan berdasarkan angka Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 sekitar 49,8 persen sedangkan tahun 2015 cukup tinggi yakni sekitar 53,3 persen. Tentunya semakin tinggi urbanisasi akan berdampak pada kebutuhan rumah masyarakat”. ( [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com) )

Sedangkan di daerah Surabaya, Jawa Timur kebutuhan akan rumah juga terus berkembang, Karena Jawa Timur juga merupakan daerah perkotaan yang banyak di datangi masyarakat yang sebagian besar merantau, sehingga tingkat kebutuhan akan tempat tinggal juga cukup tinggi. Seperti yang ditunjukkan pada grafik di bawah ini :

### Grafik Properti

Berikut adalah grafik properti yang terdaftar di Urbanindo untuk daerah Surabaya, Jawa Timur



Sumber : [www.urbanindo.com/2013/03/analisa-properti-di-daerah-surabaya-jawa-timur/](http://www.urbanindo.com/2013/03/analisa-properti-di-daerah-surabaya-jawa-timur/)

**Gambar 1.2**  
**Grafik kenaikan jumlah *property* Jawa Timur**

Mengacu pada grafik diatas jumlah *property* yang terdaftar di daerah Surabaya tiap bulan meningkat , menurut perhitungan *Area Analytics* berdasarkan

data Urbanindo.com, sejak Bulan Agustus 2012 hingga Februari 2013 pemasaran properti untuk daerah Surabaya selalu mengalami peningkatan setiap bulannya, di akhir bulan Februari 2013 total properti yang dipasarkan mencapai 1019 properti. Dari total 1019 properti tersebut didapat data rumah dijual sebanyak 687 buah, tanah 168, ruko 70, apartemen 55 dan komersial properti sebanyak 48 *property*.

Perkembangan bisnis Properti terus berkembang dari tahun ke tahun, tidak terkecuali di Gresik, sektor Properti mempunyai prospek yang cukup cerah ke depannya. Berkembangnya industri Properti di kawasan Gresik dimulai sejak berdirinya pabrik Semen Gresik tahun 1953. Pabrik semen terbesar di Indonesia yang diresmikan oleh presiden pertama RI ini menjadi titik awal industrialisasi di Gresik. Petrokimia Gresik menjadi industri skala besar kedua yang didirikan di kawasan ini dan berproduksi hingga hari ini. Sejak itu, ratusan pabrik beserta infrastruktur penunjang dibangun di Kabupaten Gresik yang sekaligus menghadirkan ribuan pendatang baru dari berbagai wilayah di Indonesia.

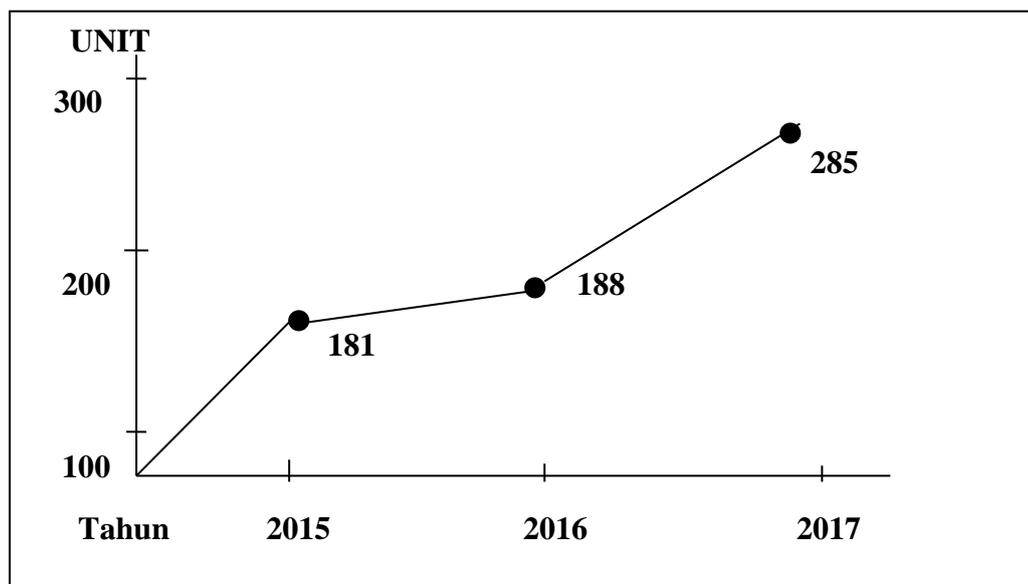
( <http://blp-property.com:2013> )

Gresik yang merupakan kota pelabuhan sejak jaman dahulu relatif mudah menerima perkembangan dinamika industri dalam kehidupan masyarakatnya. Masyarakat asli berbaur dengan para pendatang dan bersinergi membangun Gresik menjadi sebuah tempat tinggal dan tempat bekerja bersama. Berbagai bidang usaha berkembang dengan pesat menjadikan kawasan ini terus berkembang seiring pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Sebuah area di Kabupaten Gresik dengan berselimut semak belukar yang tidak produktif di pinggiran kota Gresik, menjadi awal sebuah kawasan kehidupan baru. Di lahan

ini, mulai dibangun rumah-rumah berukuran kecil dengan jumlah yang sangat terbatas. Tahap demi tahap lahan tersebut ditambah dan kemudian dibangun beraneka jenis rumah sesuai kebutuhan saat itu. Kebutuhan akan Fasilitas umum, seperti : masjid, taman, klinik, perkantoran, tempat belanja, dan taman-taman juga penting dalam pengaruh permintaan rumah. (www.blp-property.com : 2013).

Salah satu perusahaan Property di Gresik yaitu PT. Graneda, PT. Graneda merupakan perusahaan yang bergerak di bidang developer & property yang lahir sebagai jawaban atas tantangan kebutuhan rumah layak huni di Indonesia. berkembang untuk menjawab tantangan tersebut maka PT. Graneda bertekad untuk menjadi perusahaan berkualitas yang mampu bersaing serta memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh komponen yang terkait terhadap industri properti di Indonesia, baik itu pelanggan, perbankan maupun seluruh komponen pendukung bisnis developer dan property, dalam proyek perumahannya PT. Graneda mempunyai beberapa proyek perumahan yang tersebar di beberapa daerah di wilayah Gresik dan Surabaya, perusahaan ini telah mengembangkan beberapa kawasan perumahan salah satunya yang terbesar adalah “Grand Gresik Harmoni” yang juga terletak di Desa Kembangan Kecamatan Kebomas yang berjumlah 300 unit, selain itu beberapa proyek lainnya di antaranya perumahan “Grand Symphony yang terletak di Desa Kembangan Kecamatan Kebomas yang berjumlah 160 unit, , “Grand Raya Made” di Jl. Raya Made Kecamatan Benowo, Surabaya berjumlah 20 unit, “Mutiara Banjarsari di Desa Banjarsari berjumlah 200 unit, “ Peganden Residence” di Jl. raya Peganden berjumlah 20 unit, ( PT. Graneda : 2016 )

Permintaan suatu rumah atau property tiap tahun akan meningkat seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan tempat tinggal. Seperti yang terjadi pada perumahan Grand Gresik Harmoni pada tahun 2017 data terakhir menunjukkan penjualan perumahan Grand Gresik Harmoni yang terus meningkat dari tahun 2015 dan 2016, pada data penjualan pada PT. Graneda di perumahan Grand Gresik Harmoni adalah proyek dengan penjualan terbanyak sekaligus proyek terbesar dari PT. Graneda. berikut data penjualan perumahan Grand Gresik Harmoni tahun 2015-2016 .



Sumber : PT. Graneda ( 2017 )

**Gambar 1.3**  
**Total penjualan perumahan *Grand Gresik Harmoni* tahun 2015-2017**

Mengacu pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan perumahan Grand Gresik Harmoni yang terletak didesa Kembangan kecamatan Kebomas Gresik yaitu dari penjualan sebesar 181 unit rumah di tahun 2015, di tahun 2016 penjualan meningkat menjadi 188 unit rumah. Sedangkan

kenaikan yang sangat signifikan di tunjukkan pada tahun 2017 sampai pada periode bulan Mei yaitu sebanyak 285. Kenaikan jumlah pembeli sangat signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen semakin banyak konsumen yang tertarik dan berminat dengan perumahan Grand Gresik Harmoni (PT.Graneda : 2017 ).

Tumbuhnya minat beli pada perumahan Grand Gresik Harmoni berbeda-beda untuk masing- masing pembeli di samping produk yang dibeli dan saat ingin membelinya berbeda. Banyak faktor yang bisa menumbuhkan minat beli seseorang dalam membeli. Minat Beli menurut Swasta dalam Kristianto (2009: 74) merupakan tindakan –tindakan dan hubungan sosial yang di lakukan oleh konsumen perorangan maupun kelompok organisasi untuk menilai , memperoleh dan menggunakan barang –barang melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli tersebut salah satunya adalah lokasi, menurut Utami (2012:89) dalam Supirman ( 2016 : 4 ).Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. seperti salah satu proyek perumahan terbesar dari PT. Graneda yaitu Perumahan Grand Gresik Harmoni, perumahan tersebut terletak didesa Kembangan kecamatan Kebomas Gresik, yang terdiri dari 300 unit , Lokasi Perumahan Grand Gresik Harmoni adalah salah satu faktor yang

membuat perumahan ini semakin di minati. Perumahan Grand Gresik Harmoni adalah salah satu perumahan dari PT. Graneda yang mempunyai lokasi yang sangat strategis, dimana perumahan tersebut terletak sangat berdekatan dengan fasilitas umum seperti pusat perbelanjaan , Wisata Religi, Masjid Agung Gresik, dan Terminal Gresik , jalan tol dan juga sangat dekat dengan RSUD Ibnu Sina, hal ini memungkinkan para konsumen dalam memudahkan semua aktifitasnya.

Persaingan dunia properti yang semakin ketat seiring dengan banyaknya perusahaan properti di Gresik, mengancam eksistensi perusahaan-perusahaan yang sebelumnya menguasai pasar. Faktor lain yang dapat mempengaruhi tumbuhnya minat beli konsumen dalam membeli *property* adalah fasilitas menurut Sulastiyono (2011:98) dalam Kusuma dan Suwitho (2015:3 ) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dalam hal ini perumahan Grand Gresik Harmoni juga menyediakan beberapa fasilitas, fasilitas yang di miliki oleh Perumahan Grand Gresik Harmoni yaitu tempat olah raga yang bernama GGH sport, GGH sport adalah lapangan futsal yang di desain untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah tempat futsal yang nyaman dan aman. terdapat dua buah lapangan berukuran standart minimal internasional untuk menggelar pertandingan baik itu berskala laihan maupun turnamen. Di dasari dengan permukaan lantai sintetis yang berkualitas yang di gunakan dalam berbagai ajang internasional adalah bukti komitmen kami untuk selalu menjaga kualitas skill bermain futsal anda dan juga mendukung keamanan ketika anda kerja keras, selain lapangan futsal juga ada The Garden Speak tempat

yang khusus diciptakan untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah tempat yang bisa di gunakan untuk merayakan ultah, rapat, dan juga reuni. Graneda property juga menyediakan fasilitas untuk beribadah, kenyamanan, kelengkapan dan keamanan menjadi konsep pengembangan kawasan terpadu ini. ( PT. Graneda : 2016 )

Peningkatan yang di alami oleh PT Graneda di perumahan Grand Gresik Harmoni juga di pengaruhi oleh harga yang telah di tetapkan oleh perusahaan. Menurut Kotler (2009:439) 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 PT Graneda dalam menetapkan harga tersebut mengacu pada jumlah biaya yang di keluarkan. Adapaun biaya yang di maksud adalah biaya pembuatan unit property, biaya Operasional dan Laba yang di inginkan pihak Developer. Seperti pada spesifik bangunan yang terjamin dan beberapa fasilitas umum yang sudah tersedia. Biaya yang di keluarkan juga termasuk biaya PPAT/By. Notaris, sertifikat SHGB, IMB, Tandon 2m<sup>2</sup>, Listrik 1300 VA Dan Air Bersih. Akan tetapi harga jual tersebut belum termasuk Biaya proses KPR, BBN dan pajak lain yang di berlakukan oleh pemerintah. Selain itu Tujuan utama PT Graneda untuk mengembangkan perumahan yang layak dengan lingkungan yang sehat dan ideal tetapi dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan dan tetap menjaga kualitas bahan bangunan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Lokasi,**

## **Fasilitas Dan Harga Terhadap Minat Beli perumahan Grand Gresik Harmoni Desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“
2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Minat Beli Perumahan Grand Gresik Harmoni desa Srembi – Kembangan kecamatan Kebomas“

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan *property*  
 Penelitian ini memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengetahui persepsi konsumen terhadap Minat Beli Konsumen pada perumahan melalui lokasi , fasilitas dan harga yang digunakan sehingga perusahaan mampu

mengkonsep strategi pemasaran sehingga terbentuk *brand loyalty* pada konsumen.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.