

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

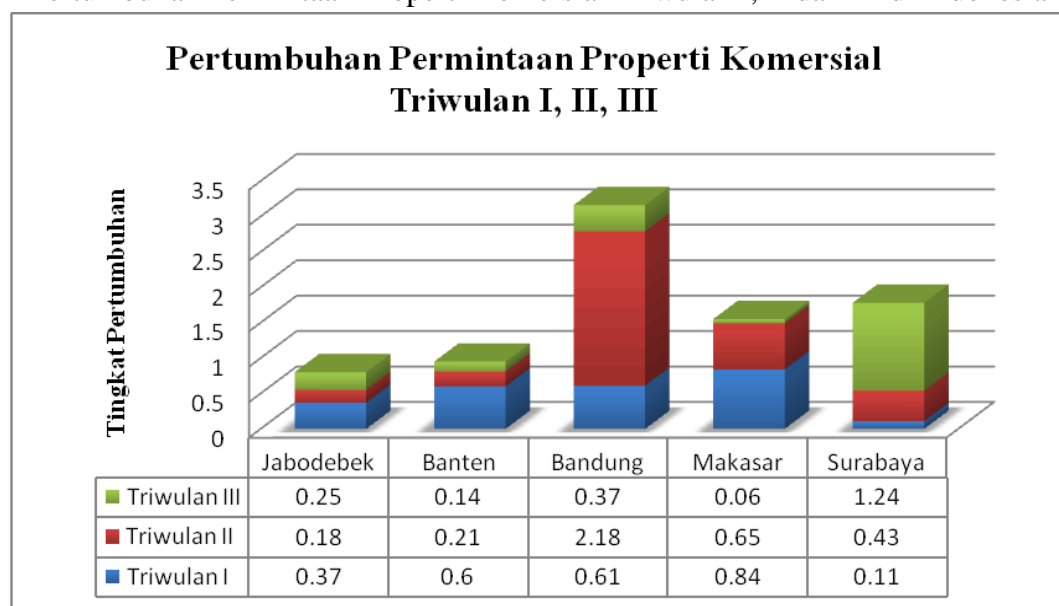
Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami peningkatan yang luar biasa. Dengan demikian meningkat juga kesejahteraan masyarakat, maka dari itu kebutuhan manusia akan semakin beragam, dan salah satunya kebutuhan akan tempat tinggal yaitu rumah. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Tiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul dan berlangsungnya aktivitas keluarga. Sekaligus sebagai sarana investasi. Keuntungan investasi pada sektor properti tersebut dapat dilihat dari kenaikan harga tanah dan bangunan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan keberadaan tanah yang bersifat tetap namun permintaan akan tanah untuk pemenuhan kebutuhan papan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk.

Menurut Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia (BI) Mirza Adityaswara, nilai sektor properti memiliki peran sangat penting dalam pembangunan perekonomian nasional. Kebijakan Pelonggaran atau pengetatan rasio *Loan to Value Ratio* (LTV) yang ditempuh Bank Indonesia dengan memperhatikan siklus keuangan, diharapkan mampu menyalurkan kredit terutama untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Hingga juni 2017 sektor properti mengalami pertumbuhan sebesar 12,1% lebih rendah dibandingkan bulan sebelumnya yang tumbuh 13,7%. Sinergi antar institusi perlu dilakukan untuk memastikan perkembangan kinerja sektor properti sehat dan kuat untuk tahun ini dan

kedepannya, dalam keterangan tertulis di Jakarta, Kamis (24/8/2017). (Sumber: <http://ekbis.sindonews.com>; 2017)

Berikut adalah grafik perbandingan pertumbuhan permintaan properti selama triwulan I sampai triwulan III tahun 2017 yang dilansir Bank Indonesia (BI).

Gambar 1.1
Pertumbuhan Permintaan Properti Komersial Triwulan I, II dan III di Indonesia



Sumber : Departemen Statistik Bank Indonesia, www.bi.go.id yang diolah, 2018

Berdasarkan grafik tersebut, pertumbuhan permintaan properti komersial pada triwulan I-2017, indeks permintaan properti komersial sebesar 0,40%. Pada triwulan II-2017 indeks permintaan properti komersial meningkat 0,23% lebih rendah dari triwulan sebelumnya. Sedangkan pada triwulan III-2017 indeks permintaan properti komersial masih mengalami kenaikan sebesar 0,22%, sedikit lebih rendah 0,23% dari pertumbuhan triwulan sebelumnya. Namun pada triwulan III, pertumbuhan permintaan properti komersial tertinggi terjadi di wilayah

Surabaya sebesar 1,24% hal ini menunjukkan masih tingginya animo pasar Surabaya terhadap properti komersial.

Perkembangan bisnis properti yang semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil. salah satunya adalah Gresik sebagai salah satu kota penyangga kota Surabaya. Selain karena wilayah yang strategis dan lahan yang masih banyak tersedia, kondisi ekonomi Gresik juga tidak kalah bersaing dari Surabaya yang dikenal sebagai kawasan industri. Berikut adalah data kependudukan menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kab. Gresik 2017.

Tabel 1.1
Kepadatan Penduduk Gresik

Kecamatan	Luas Wilayah (KM ²)	Penduduk	Kepadatan
Wringinanom	62,62	72.844	1.163
Driyorejo	51,29	103.895	2.026
Kedamean	65,95	63.03	956
Menganti	68,72	122.248	1.779
Cerme	71,73	78.333	1.092
Benjeng	61,26	66.266	1.082
Balompanggung	63,88	58.243	912
Duduksampeyan	74,29	50.859	685
Kebomas	30,06	105.656	3.515
Gresik	5,54	86.417	15.599
Manyar	95,42	112.862	1.183
Bungah	79,44	67.176	846
Sidayu	47,13	43.847	930
Dukun	59,09	67.744	1.146
Panceng	62,59	52.519	839
Ujungpangkah	94,82	51.236	540
Sangkapura	118,72	69.281	584
Tambak	78,7	37.983	483
Total	1.191,25	1.310.439	1.1

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan yang ada di kota Gresik. Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak seperti salah satu pengembang

perumahan PT. Graneda yang memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Perumahan Grand Shimpony Gresik dimana perumahan ini memiliki keunggulan desain bangunan yang menarik, lokasi yang strategis, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap. Namun masyarakat sebagai calon konsumen atau bahkan yang sudah menjadi konsumen harus jeli dalam memilih pengembang. Kredibilitas pengembang sangat penting untuk diperhatikan karena hal ini akan berpengaruh terhadap produk yang mereka tawarkan. Semakin baik kredibilitasnya maka akan semakin baik pula kualitas produk yang ditawarkan. Untuk itu PT. Graneda harus memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumennya dan kemudian merealisasikannya. Berikut data penjualan tahun 2013-2017 di Perumahan Grand Shimpony Gresik.

Tabel 1.2
Data Penjualan Grand Shimpony Gresik

Tahun	Target Penjualan (UNIT)	Realisasi (UNIT)	Pencapaian (%)
2013	45	35	78%
2014	35	30	86%
2015	27	21	78%
2016	20	18	90%
2017	15	13	87%

Sumber : Pemasaran PT. Graneda yang diolah 2018

Berdasarkan data penjualan table 1.2 dapat terlihat bahwa penjualan di Perumahan Grand Shimpony Gresik selama lima tahun terakhir menunjukkan kenaikan dalam pencapaian target yang diinginkan. Rata-rata pencapaian target selama lima tahun tersebut adalah 82% atau baru terealisasi sebanyak 117 unit dari 142 unit yang ditargetkan dengan pencapaian terbesar 90% pada tahun 2016.

Antara tahun 2013 sampai 2017 target penjualan rumah mengalami penurunan karena pada kurun waktu tersebut pihak pengembang sedang menyelesaikan pembangunan di kawasan Grand Surya, sehingga penjualan lebih difokuskan pada kawasan tersebut dan ditahun berikutnya pengembang tinggal menghabiskan stok sisanya. Dari lima tahun terakhir pencapaian yang diraih oleh Perumahan Grand Shimpony Gresik mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Grand Shimpony Gresik.

Beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan diantaranya adalah harga. Menurut Gitosudarmo (2012), harga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Secara teoritis seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya. Harga yang ditetapkan oleh PT Graneda sebagai ukuran terhadap apa yang telah di peroleh konsumen atas produk dan jasa yang telah diberikan.

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (rumah) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang dibeli. Menurut Lupiyoadi (2006), Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini Perumahan Grand Shimpony ini memiliki keunggulan yaitu dari bahan baku yang berkualitas, keamanan perumahan, dan dekat dari pusat kota (PT. Graneda: 2018). Faktor kualitas produk ini tidak kalah penting

juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk.

Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Perusahaan properti harus mempertimbangkan lokasi perumahan karena pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan supplier, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler, 2007). Sebelum seseorang memutuskan membeli rumah atau tempat tinggal, Orang tersebut akan terlebih mempertimbangkan lokasi rumah bernilai strategis atau tidak.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 485) mendefinisikan suatu keputusan pembelian sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik?
3. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Perumahan Grand Shimpony Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi PT. Graneda

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dalam mengembangkan bisnis *property* dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan agar lebih baik di masa yang akan datang.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumber pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.