

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia menurun, pelemahan ekonomi rupiah Indonesia terlihat jelas dari penurunan nilai Rupiah Indonesia mencapai 10.500 nilai rupiah terhadap nilai tukar Singapore Dolar pada awal Oktober ini. Batam tidak biasa dan juga telah dipengaruhi oleh penurunan ekonomi Indonesia. Batam adalah salah satu kota industri yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau (berseberangan dengan singapura). Batam adalah daerah zona perdagangan bebas (FTZ), sehingga banyak investor asing untuk mendirikan pabrik atau bisnis di Batam.

Namun karena ekonomi Indonesia yang lemah, banyak perusahaan telah dipengaruhi oleh melemahnya ekonomi sehingga ada banyak perusahaan yang telah meninggalkan Indonesia. Tidak terkecuali di Batam, banyak perusahaan shipyard telah meninggalkan Batam karena ekonomi lemah dan tuntutan pekerja atas Upah Minimum Regional (UMR) tinggi membuat banyak perusahaan asing tidak berkelanjutan pada bisnis mereka.

Akibatnya, dengan ditutupnya tingkat banyaknya perusahaan asing, ini adalah salah satu sumber penghasilan utama bagi masyarakat Batam dan mereka menghasilkan uang. Masyarakat Batam pindah ke area lain ataupun sentral industri lainnya. Dengan penutupan banyak shipyard, itu telah menjadi krisis besar-besaran di sektor properti di Batam karena berkurangnya kapasitas masyarakat. Para pelaku bisnis dituntut untuk menentukan strategi yang tepat dan

dapat menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing untuk mencapai tujuan perusahaan. Dipertahankan dan menambahkan permintaan baru tentu bukan tugas yang mudah bagi parapelaku bisnis. Konsep penjualan percaya para konsumen dan perusahaan bisnis jika tidak dikendalikan, maka tidak akan teratur membeli banyak produk yang ditawarkan. Dikarenakan kebutuhan konsumen terus menambah dari waktu ke waktu, menjadi peluang bisnis (Efnita, 2017: 114).

Keunggulan kompetitif merupakan salah satu syarat kesuksesan bagi suatu perusahaan, setiap perusahaan diharuskan memiliki strategi unik sendiri untuk mendapatkan unggul secara kompetitif dalam bersaing dengan perusahaan lainnya dan dapat di tahan pertengahan persaingan yang ketat. Sebagian konsumen dalam membeli produk mempertimbangkan berbagai faktor lain seperti citra merk, layanan, lokasi toko, nilai (*value*), kualitas dan terlebih sensitif terhadap faktor harga. (Tjiptono, 2015: 289). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengatasi perilaku konsumen ketika mereka sampai di pasar karena keberlanjutan dan pengembangan perusahaan sangat tergantung pada perilaku konsumen mereka.

Dalam proses memahami perilaku konsumen berarti perusahaan perlu berusaha dalam menemukan hal-hal yang membuat konsumen merasa tertarik atau menolak untuk membeli produk/jasa. Untuk perusahaan yang cerdas, ia akan mencoba untuk memahami dengan jelas tentang proses-proses dalam pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman yang mereka miliki dalam pengambilan keputusan, menggunakan, memilih dalam menyebar luaskan produk untuk menciptakan suatu ide dalam konsumen atau memunculkan minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Konsumen saat ini penting dalam memilih suatu produk, minat terhadap keputusan dalam melakukan pembelian produk sangat banyak dipengaruhi oleh penilaian konsumen produk. Konsumen menginginkan produk yang memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Sehingga perusahaan harus menemukan dan mengumpulkan informasi tentang kebutuhan dan harapan konsumen berdasarkan produk agar perusahaan dapat membuat produk sesuai harapan calon konsumen. Jika perusahaan tersebut dapat melengkapi harapan konsumen, maka itu akan menciptakan citra yang baik. Meskipun masyarakat Batam sedang mengalami krisis tetapi kebutuhan hidup tetap berjalan. Kebutuhan dasar manusia adalah masalah tempat tinggal. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Dengan demikian pengembangan perumahan tidak dilandasi hanya untuk pembangunan fisik saja tetapi harus dikaitkan dengan fasilitas sarana umum, promosi dan lokasi.

Salah satu pelaku pengembangan perumahan di Batam adalah PT Jiarmah Global. PT Jiarmah Global adalah Perusahaan pengembangan perumahan yang bernama perumahan Azure Bay, Pasir Putih Batam Centre. Perumahan Azure Bay hadir di atas tanah seluas enam hektar. Menghadirkan rumah dengan konsep minimalis modern, dimana rumah yang dikembangkan merupakan bangunan dua lantai. Adapun fasilitas sarana umum yang ditawarkan adalah kolam renang, *clubhouse*, *mini golf*, taman bermain anak-anak, *jogging track*, *gym centre*, *fitnes studio*, *function room*, *BBQ plaza* dan lainnya. Fasilitas sarana umum adalah fasilitas umum dan fasilitas sosial, termasuk infrastruktur, sarana pendidikan, keagamaan, kesehatan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas

inimembangun dan menarik minat investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut (Widiastuti, 2018: 114).

Fasilitas sarana umum perlu disiapkan di perumahan untuk menunjang aktivitas konsumen. Kepemilikan rumah akan semakin kompleks apabila didukung dengan fasilitas sarana umum sehingga konsumen merasa nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas yang disediakan. Permasalahan disini adalah bahwa fasilitas sarana umum yang disediakan hanya yang tujuan hiburan. sedangkan fasilitas sarana umum yang penting dan kebutuhan dasar tidak dimiliki didalam perumahan ini, Fasilitas yang tidak dimiliki disini meliputi sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi. Keberadaan fasilitas sarana umum tersebut justru lebih menarik minat investor karena keunggulan tersendiri dalam hal letak lokasi maupun kegiatan promosi.

Pemilihan lokasi sangat mempengaruhi baik atau buruknya suatu letak perumahan, semakin baik lokasi maka semakin banyak konsumen yang menyukai perumahan tersebut sehingga pemilihan lokasi sangat penting untuk perusahaan pengembangan perumahan. lokasi adalah dalam keputusan yang telah dibuat oleh perusahaan atau lembaga pendidikan mengenaialokasi operasi (Hamdani, 2011: 92). PT Jiarmah memilih membangun perumahan Azure Bay di Pasir Putih Batam Centre sehingga mudah mengakses ke pusat perbelanjaan Mega Mall, Ocarina Park, pusat pemerintahan. Lokasi perumahan tersebut memang strategis dan menguntungkan karena berada pada pusat kota dan tambah lagi adanya jembatan penghubung antara Ocarina dan Bengkong. Tetapi lokasi strategis ini juga memiliki sisi negatif jika dilihat dari kedekatan dengan pusat pemerintah karena

jika terjadi demo maka kenyamanan penghuni perumahan akan terganggu dan karena berada di pusat kota, maka perumahan ini tidak cocok bagi penduduk yang memiliki daya beli rendah.

Promosi juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Dalam manajemen pemasaran, promosi dikatakan sebagai pendahulu dari kegiatan bisnis produk untuk mencapai target pasar dan menjual produk. Promosi adalah jenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa (Alma, 2015: 110). Pada PT Jiarmah Global terjadi kurang promosi yang dilakukan melalui iklan di televisi dan koran karena kebijakan penghematan biaya oleh manajer. Padahal dengan promosi dengan iklan, promosi juga dapat menjangkau ke luar negeri. Proses promosi harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak mengecewakan konsumen. Promosi PT Jiarmah Global menyebabkan keluhan dari konsumen karena belum tersedianya fasilitas jaringan *wifi*, jaringan TV kabel dan CCTV.

Variabel yang terakhir yaitu keputusan pembeli. Menurut (Buchari Alma, 2011:96), menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah : Suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, pendapat dan proses untuk membangun sikap untuk biarkan konsumen memproses semua informasi dan menarik kesimpulan sebagai tanggapan untuk menunjukkan produk mana yang akan di beli.

Tabel 1. 1 Data Konsumen di PT Jiarmah Global pada Maret – Agust 2019

NO	BULAN	DATA PENGUNJUNG
----	-------	-----------------

1.	Maret	27 Konsumen
2.	April	24 Konsumen
3.	Mei	19 Konsumen
4.	Juni	21 Konsumen
5.	Juli	20 Konsumen
6.	Agustus	18 Konsumen
Total Konsumen		129 Konsumen

Sumber: Manajemen PT Jiarmah Global (2019)

Data diatas menunjukan bahwa PT Jiarmah Global mengalami penurunan kunjungan setiap bulannya, hal ini mengidentifikasikan ada penurunan keputusan pembelian pada PT Jiarmah Global. Dengan memperhatikan uraian diatas, diidentifikasikan bahwa penurunan keputusan pembeli tersebut ada kaitan dengan faktor promosi pada PT Jiarmah Global.

Pihak perusahaan harus teliti dalam menganalisis tiap-tiap tahapan dalam keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen. Dengan memahami tahapan yang mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sehingga konsumen dapat membeli produk/jasa yang disediakan. Menerapan strategi pemasaran secara akurat konsumen akan tertarik menggunakan jasa yang disediakan karena memenuhi kebutuhan mereka.

Fenomena serupa juga terjadi pada penelitian oleh Dwi Rachmawatia, Sakinah Shukria, S. M. Ferdous Azama dan Ali Khatibia (2019) dengan judul “Factors influencing customers’ purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia” dengan variable lokasi, Harga, Kualitas Produk, Citra Merek,

Promosi dan Keputusan Pembelian, dimana seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penulisan dengan mengambil judul yang akan dijadikan sebagai bahan penulisan skripsi yaitu : **“Pengaruh Fasilitas Sarana Umum, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan pada PT Jiarmah Global”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas penulismengidentifikasi adanya sejumlah masalah yang dihadapi oleh PT Jiarmah Global, adalah sebagai berikut:

1. Kondisi Perekonomian di Indonesia, terutama di Batam sedang mengalami krisis
2. Harapan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas umum dalam perumahan tidak terpenuhi
3. Lokasi perumahan secara geografis kurang strategis
4. Kurangnya kegiatan promosi di lakukan melalui iklan di televisi dan koran.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti merasa perlu membatasi masalah agar permasalahan yang dianalisa dapat terarah dan sesuai sasaran dan tujuan yang diharapkan. Maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel bebas yaitu fasilitas sarana umum, lokasi dan promosi.

2. Variabel terikat yaitu keputusan pembelian.
3. Penelitian ini dilakukan pada konsumen PT Jiarmah Global.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas sarana umum berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Jiarmah Global?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Jiarmah Global?
3. Apakah promosi terhadap keputusan pembelian di PT Jiarmah Global?
4. Apakah fasilitas sarana umum, lokasi dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT Jiarmah Global?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas sarana umum terhadap keputusan pembelian pada PT Jiarmah Global.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Jiarmah Global.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Jiarmah Global.

4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas sarana umum, lokasi dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Jiarmah Global.

1.6. Manfaat Penelitian

Setiap mahasiswa khususnya penulis yang melakukan penelitian pada suatu objek sangat mengharapkan agar hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Manfaat-manfaat tersebut antara lain:

1.6.1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang keputusan pembelian khususnya mengenai variabel yang mempengaruhi yakni fasilitas sarana umum, promosi, lokasi dan keputusan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan bagi perusahaan untuk terus mengevaluasi agar mencapai tujuan bersama.

1. Memperoleh jawaban atas rumusan masalah mengenai fasilitas sarana umum, lokasi, promosi dan keputusan pembelian.
2. Memperkuat teori yang sudah ada atau menambah teori yang sudah ada.
3. Membuktikan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel penambahan wawasan peneliti tentang fasilitas sarana umum, lokasi, promosi dan keputusan pembelian.

1.6.2. Aspek Praktis

Manfaat dari aspek praktis adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, untuk memberikan saran dan masukan bermanfaat mengenai fasilitas sarana umum, lokasi dan promosi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian perumahan.
2. Bagi pembaca, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai pedoman yang dapat memberikan sebuah perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.