

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini pembangunan negara semakin meningkat menuju era globalisasi. Pembangunan di sektor perekonomian juga mengalami perubahan yang luar biasa. Hal ini terlihat dengan semakin meningkatnya pendapatan perkapita negara, sehingga secara tidak langsung sangat mendorong tingkat kesejahteraan masyarakat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan semakin beraneka ragam sehingga membuka peluang bisnis bagi para produsen dari segala bidang usaha perekonomian.

Peningkatan ini tidak hanya dari segi produk saja akan tetapi dari segi kuantitas produknya juga mengalami peningkatan. Kondisi semacam ini mendorong produsen berlomba-lomba semaksimal mungkin dalam melayani konsumen. Semakin meningkatnya kebutuhan konsumen menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dimana masing-masing perusahaan berusaha menawarkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkannya. Para pembeli membeli barang atau jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat dipergunakannya sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah perumahan. 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. Fungsi rumah juga telah berubah, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat berlindung. Kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan keinginan pemiliknya. Seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus & kokoh, dan lingkungannya yang nyaman.

PT Bayu Pariama Batam atau yang dikenal dengan sebutan Rhabayu Group berdiri sejak tahun 2007 hadir dengan terus memberikan penawaran hunian yang diharapkan sesuai dengan keinginan masyarakat. PT Bayu Pariama Batam menyelesaikan 9 proyek perumahan dan ruko yang telah habis terjual serta 4 proyek yang sedang dalam tahap pembangunan serta pemasaran dan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Rekapitulasi Perumahan PT Bayu Pariama Batam

NO	PROYEK	LUAS	JUMLAH	TERJUAL	TAHUN
1	Rhabayu Asri	50.126 M ²	257	100%	2007
2	Permata Rhabayu I	30.000 M ²	252	100%	2007
3	Permata Rhabayu II	30.000 M ²	240	100%	2008
4	Pondok Rhabayu	27.914 M ²	220	100%	2008
5	Rhabayu Regency	40.000 M ²	289	100%	2010
6	Pesona Rhabayu I	34.273 M ²	260	100%	2011
7	Pesona Rhabayu II	12.464 M ²	92	100%	2012
8	Puri Rhabayu	29.370 M ²	203	100%	2012
9	Rhabayu Garden I	43.773 M ²	303	32,01%	2015
10	Rhabayu Oceanic	28.331 M ²	171	25,14%	2016
11	Nagamas Residences, TBK	20.170 M ²	169	37,27%	2017
12	Rhabayu Garden II	52.368 M ²	356	50,84 %	2018
TOTAL			2.812 Unit		

Sumber : Sisforum PT Bayu Pariama Batam (2018)

Masa kini masyarakat semakin kritis dalam pemilihan rumah bukan hanya nyaman namun memperhitungkan biaya yang harus dikeluarkan guna mendapatkan kenyamanan tersebut. Harga termasuk salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam penjualan rumah pada perusahaan properti. Pada dasarnya calon konsumen akan membeli rumah dengan harga yang sesuai dengan pendapatannya. Perilaku konsumen dalam membeli rumah di PT Bayu Pariama Batam selalu mengatakan harga lebih mahal di masing-masing tipe baik berdasarkan lokasi ataupun bangunan sehingga hal ini berdampak pada realisasi penjualan rumah yang terus menurun di tahun 2017-2018 yang menjadikan masyarakat lebih memilih developer lain. dengan perumahan lain.

Berikut adalah data jumlah konsumen yang membeli rumah pada PT Bayu Pariama Batam tahun 2017-2018 :

Tabel 1.2 Realisasi Penjualan Rumah Berdasarkan Harga

BULAN	HARGA (Rp)			
	129.000.000	141.000.000	250.000.000	350.000.000
Juni	5	-	2	-
July	13	-	1	1
Agustus	9	-	2	-
September	13	-	2	-
Oktober	5	-	2	-
November	4	-	1	-
Desember	2	-	1	-
January	4	-	-	-
February	3	-	2	-
Maret	3	-	2	-
April	-	72	1	-
Mei	2	46	1	1
TOTAL	63	118	17	2

Sumber : Database Sisforum PT Bayu Pariama Batam

Dalam 1 (satu) tahun terakhir terlihat bahwa realisasi penjualan mengalami penurunan yang cukup signifikan dan mampu membuat pengusaha *real estate* khawatir dengan umur perusahaan jika penjualan terus menerus menurun. Meski penjualan unit rumah dengan harga Rp 129.000.000,- yang berada di Tg.Balai Karimun tetap terjual setiap bulannya namun hal tersebut tidak dapat memberikan kelegaan kepada pihak perusahaan karena jika hanya mengandalkan penjualan rumah di Tg.Balai Karimun hal tersebut jelas tidak akan mampu membantu biaya operasional perusahaan terhadap proyek perumahan yang sedang berjalan lainnya.

Sehingga pada pertengahan tahun 2018 PT Bayu Pariama Batam kembali menyediakan rumah subsidi di Batam di atas tanah seluas 52.368 M² yang menjadikan masyarakat kalangan menengah ke bawah adalah sasaran yang tepat. Dengan harapan akan disambut dengan antusias oleh masyarakat sehingga memberikan sedikit harapan perusahaan akan mampu mempertahankan eksistensinya di dunia *real estate* di Kota Batam.

Saat ini dalam membeli rumah masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi dan faktor bangunan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan mereka. Bagi mereka yang memiliki pendapatan besar mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk dalam hal ini faktor bangunan..

Lokasi juga menjadi salah satu alasan penting bagi calon konsumen dalam pertimbangan membeli rumah. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi. 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.

Lokasi juga seringkali menentukan kesuksesan suatu bisnis, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Terkait hal ini para pengusaha *real estate* mengambil keuntungan dengan memberikan harga yang cukup tinggi terhadap lokasi yang strategis tersebut dan calon konsumen pun tidak ragu dalam mengambil keputusan pembelian dikarenakan harga dan lokasi yang ditawarkan sebanding dengan timbal balik yang didapat oleh konsumen nantinya.

Namun tidak semua calon konsumen menyukai lokasi yang strategis atau yang dekat dengan pusat kota, sebagian konsumen terkadang masih mencari lokasi yang asri layaknya di pedesaan yang nyaman, tidak ada keramaian atau polusi. Dan lokasi yang disediakan oleh PT Bayu Pariama Batam kurang diminati oleh masyarakat dikarenakan jauh dari pusat kota. Maka dari itu PT Bayu Pariama Batam memberikan pilihan lokasi yang bervariasi yang dapat kita lihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.3 Realisasi Penjualan Rumah Berdasarkan Lokasi

BULAN	LOKASI			
	Tg. Balai Karimun	Marina	Tiban	Patam
Juni	5	2	-	-
July	13	-	1	1
Agustus	9	2	-	-
September	13	2	-	-
Oktober	5	2	-	-
November	4	-	-	1
Desember	2	1	-	-
January	4	-	-	-
February	3	2	-	-
Maret	3	-	-	2
April	-	73	-	-
Mei	2	47	1	-
TOTAL	63	126	2	4

Sumber : Database Sisforum PT Bayu Pariama Batam

Dari data tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa dilokasi tertentu tetap terjual walau mengalami penurunan namun di lokasi tiban mengalami penurunan yang drastis namun pada bulan Mei di lokasi Marina mengalami peningkatan yang signifikan dikarenakan adanya *launching* perumahan baru dengan harga yang sangat murah sehingga menarik minat masyarakat kalangan menengah kebawah. Dapat dilihat penjualan di lokasi Tiban hanya terjadi 2 kali transaksi jual beli rumah sepanjang 1 tahun belakangan ini, hal tersebut dikarenakan fasilitas cluster, cctv dan security 24 jam yang menjadikan harga rumah di lokasi tersebut menjadi cukup mahal dibandingkan perumahan lain yang berada di daerah sekitar.

Tak kalah penting juga yang menjadi pertimbangan konsumen ialah bangunan, dimana jenis bangunan cukup fleksibel bagi konsumen karena setiap perusahaan real estate selalu memberikan beberapa pilihan bangunan dengan spek

yang bervariasi. PT Bayu Pariama Batam menyediakan 4 pilihan yakni, type 36/72 memiliki 1 kamar mandi dan 2 kamar tidur yang sesuai dengan keluarga baru ataupun single, begitu juga dengan type 30/60, 38/78 dan 42/84 memberikan fasilitas yang sama namun yang membedakan ialah luas bangunan dan tanah saja.

Namun untuk bangunan pengembang masih kurang piawai dalam pemilihan bentuk, warna, dan desain bangunan yang belum dapat mengikuti keinginan konsumen di zaman sekarang ini sehingga masyarakat kurang tertarik pada perumahan yang dibangun PT Bayu Pariama Batam. Dari banyaknya spesifikasi bangunan yang ditawarkan oleh PT Bayu Pariama Batam juga tetap mengalami penurunan penjualan pada tahun 2017-2018 dan dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.4 Realisasi Penjualan Rumah Berdasarkan Jenis Bangunan

BULAN	BANGUNAN			
	30/60	36/72	38/78	42/84
Juni	5	2	-	-
July	13	1	1	-
Agustus	9	2	-	-
September	13	2	-	-
Oktober	5	2	-	-
November	4	1	-	-
Desember	2	1	-	-
January	4	-	-	-
February	3	2	-	-
Maret	3	2	-	-
April	72	1	-	-
Mei	48	1	1	-
TOTAL	181	17	2	-

Sumber : Database Sisforum PT Bayu Pariama Batam

Berdasarkan penelitian (Muhammad Taufik Ranchman Ali, 2017) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, lokasi dan fasilitas menjadi factor-faktor pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian properti. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti di PT Bayu Pariama Batam untuk membuktikan apakah penelitian sebelumnya sesuai dengan penelitian sekarang. Inilah alasannya kenapa peneliti tertarik untuk meneliti **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Rumah Pada PT Bayu Pariama Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka, identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Harga rumah yang dipasarkan termasuk mahal.
2. Lokasi yang kurang strategis menjadikan konsumen sulit mencapai lokasi.
3. Bangunan yang ditawarkan tidak menarik.
4. Kepuasan konsumen terhadap produk rumah yang dihasilkan belum mencapai sempurna.

1.3. Pembatasan Masalah

Untuk melakukan penulisan yang terarah dan mencapai sasaran maka penulis membatasi pada garis besar factor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah pada PT Bayu Pariama Batam

pada konsumen yang membeli property dalam kurun waktu 1 tahun terakhir yaitu sejak Juni 2017 sampai dengan Mei 2018.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah harga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian properti di PT Bayu Pariama Batam?
2. Apakah lokasi menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian properti di PT Bayu Pariama Batam?
3. Apakah bangunan menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di PT Bayu Pariama Batam ?
4. Bagaimana harga, lokasi dan bangunan menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui harga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian properti di PT Bayu Pariama Batam
2. Untuk mengetahui lokasi menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian properti di PT Bayu Pariama Batam

3. Untuk mengetahui bangunan menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian property di PT Bayu Pariama Batam
4. Untuk mengetahui harga, lokasi dan bangunan menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai kalangan terutama pihak kampus, akademisi, perusahaan tempat penelitian dan peneliti selanjutnya. Adapun manfaat penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.

1.6.1. Aspek Teoritis

Manfaat Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Dapat memperkuat teori yang sudah ada, atau menambah teori yang sudah ada.
2. Memberikan masukan kepada para akademisi sebagai bahan perkembangan untuk menyempurnakan hasil kajian.
3. Sebagai bahan wacana bagi masyarakat umum, untuk menambah wawasan.
4. Penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan sebagai penelitian lebih lanjut sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan mengambil topik permasalahan yang sama.

1.6.2. Aspek Praktis

Manfaat Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini mampu memperdalam pengetahuan dari dunia praktisi yang sangat berharga untuk disinkronkan dengan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah.
2. Bagi PT Bayu Pariama Batam, hasil ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan penetapan kebijakan yang perlu dilakukan dalam meningkatkan faktor-faktor untuk meningkatkan loyalitas konsumen sehingga meningkatkan penjualan.
3. Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian mengenai bidang yang sama.