

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini demografi penduduk Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Rata-rata tingkat pertumbuhan penduduk per tahun 2015-2045 diperkirakan sebesar 0,98% (bps.go.id). “*Berdasarkan data Administrasi Kependudukan (Adminduk) per Juni 2021, jumlah penduduk Indonesia saat ini adalah sebanyak 272.229.372 jiwa, dimana 137.521.557 jiwa adalah laki-laki dan 134.707.815 jiwa adalah perempuan*”, Hal itu dipaparkan oleh Direktur Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri (Dirjen Dukcapil Kemendagri), Prof. Zudan Arif Fakrulloh (dukcapil.kemendagri.go.id).

Pertumbuhan penduduk ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan tempat tinggal atau rumah, namun masalah tempat tinggal masih menjadi suatu kontroversi atau polemik. Permasalahan yang dihadapi oleh penduduk yang bertempat tinggal di daerah pedesaan umumnya memiliki masalah di bidang ekonomi dan kurangnya pemahaman terhadap pentingnya kelayakan dan Kesehatan tempat tinggal, sedangkan permasalahan yang dihadapi oleh penduduk yang bertempat tinggal di perkotaan adalah kurangnya lahan untuk tempat tinggal yang mengakibatkan harga tanah dan rumah semakin mahal dan sulit didapatkan.

Membangun sebuah perumahan dibutuhkan lahan yang cukup luas, dan letak lokasi perumahan tersebut berada di daerah permukiman yang sehat. Syarat permukiman sehat adalah sarana dan prasarana yang disediakan memadai, kualitas tanah dan udara yang baik, dan lokasi Kawasan permukiman yang dekat dengan fasilitas-fasilitas umum (prospeku.com). Tidak semua penduduk bisa dengan mudah membangun tempat tinggal atau rumah. Diperlukan banyak hal, sehingga rumah tersebut bisa dibangun dan ditempati. Maka tidak heran jika dewasa ini, bisnis perusahaan jasa yang bergerak dibidang *Property* semakin marak. Perusahaan jasa *Property* adalah perusahaan yang bergerak dalam kepemilikan aset, seperti tanah dan bangunan, termasuk sarana dan prasarana yang ada sebagai satu kesatuan. Dapat dikatakan bahwa Perusahaan jasa *Property* atau Bisnis *Property* adalah kegiatan membeli, menjual atau menyewakan produk-produk real estate dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

Produk Perusahaan jasa *Property* sangat beragam, mulai dari rumah tinggal, apartemen, villa, kos-kosan hingga asrama mahasiswa. Selain perumahan, produk Perusahaan jasa *Property* juga mencakup bangunan yang digunakan untuk tujuan komersial, seperti pertokoan, pusat perbelanjaan, hotel, gedung perkantoran, dan bangunan industri seperti pabrik (www.rumah.com). Begitupun perkembangan *property* yang ada di Karawang, menurut *CEO* Kota Kertabumi Bapak Franky M. Martono menjelaskan bahwa “Karawang merupakan kota di timur Jakarta yang saat ini sedang berkembang sangat pesat. Banyak sekali perencanaan infrastruktur yang akan dibangun di kota ini. Tentu saja hal ini akan mempercepat akses dari DKI Jakarta dan Bandung menuju ke Kota Karawang” (www.liputan6.com) dari

penjelasan diatas, diketahui perkembangan perusahaan jasa sudah berkembang dengan pesat.

Lokasi sebuah perumahan adalah hal penting yang harus diperhatikan, dimulai dari tidak rawan bencana alam, dekat dengan tempat pembuangan akhir (TPA), dekat dengan fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit dan lain-lain, serta lokasi tersebut harus memiliki kualitas air yang bersih. Proses pemasaran harus memiliki strategi yang terintegrasi dan jelas untuk merancang pasar dengan cara terbaik. Permasalahan yang sering menjadi faktor penting dalam upaya merancang strategi pasar dengan penjualan yang efektif salah satunya adalah masalah pemilihan lokasi usaha yang tepat merupakan salah satu faktor penunjang keberhasilan dari sebuah perusahaan.

Dalam pemilihan lokasi usaha yang tepat diperlukan pertimbangan faktor obyektif dan faktor subyektif yang tepat. Permasalahan ini akan muncul ketika manusia dihadapkan pada beberapa alternatif lokasi dan beberapa parameter lokasi yang menyertai alternatif lokasi tersebut. Memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk konsumen untuk datang ke tempat penjualan dalam pemenuhan kebutuhannya (**Handayani and Antono 2019**).

Seorang konsumen merupakan salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, tanpa adanya konsumen sudah dapat dipastikan bahwa transaksi tidak ada, dan sudah dipastikan pula bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bangkrut. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang terkait langsung dalam perolehan dan mengkonsumsi produk dan jasa, termasuk suatu proses pengambilan keputusan yang mengikuti

tindakan-tindakan yang ada. Menurut **Kotler (2007:223)** dalam (**Luluk Nur Azizah, S.Pd 2018**) seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli tidak secara langsung dapat dilakukan, namun harus melalui beberapa proses yang disebut dengan *buyer decision process*, yaitu suatu proses yang harus dilakukan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk membeli rumah.

Salah satu perusahaan jasa *property* di karawang yang diteliti oleh peneliti adalah PT. Madani Dharma Properti, perusahaan ini menyediakan rumah dengan berbagai tipe. PT. Madani Dharma Properti mencoba memberikan penawaran perumahan yang diberi nama Perumahan Bumi Insan Madani. Kelebihan dari perumahan ini diantaranya adalah memiliki *design* rumah yang *modern*, lokasi yang dekat dengan pusat kota, dan bebas dari banjir. Rumah yang ada di perumahan Bumi Insan Madani berjumlah 39 kavling/unit.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Rumah di Perumahan Bumi Insan Madani

Tahun	Penjualan	Target
2018	5 Kavling	24 Kavling / Tahun
2019	17 Kavling	
2020	9 Kavling	
2021	2 Kavling	

Sumber; PT. Madani Dharma *Property*, 2022

Berdasarkan data penjualan yang tertera pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penjualan di PT. Madani Dharma Properti pada tahun 2018 hingga tahun 2021 mengalami fluktuatif dalam penjualannya, juga penjualan rumah dari tahun ke tahun tidak dapat mencapai target yang sudah di tentukan. Walaupun Usaha

pemasaran yang berhubungan dengan Lokasi yaitu Perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti dekat dengan pusat kota, dan bebas dari banjir. Tetapi tetap mengalami fluktuatif. Naik turunnya penjualan rumah di Perumahan Bumi Insan Madani tidak lepas dari proses keputusan pembelian yang mempertimbangkan permasalahan Lokasi.

Berdasarkan hasil peninjauan awal melalui pra survey kepada 15 responden konsumen PT. Madani Dharma Properti mengenai Variabel keputusan pembelian konsumen dapat diuraikan dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Pra Survey Keputusan Pembelian Perumahan Bumi Insan Madani

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
Keputusan Pembelian		Ya	Tidak
1	Apakah anda membeli rumah di Perumahan Bumi Insan Madani sesuai dengan kebutuhan?	14 (93,3%)	1 (6,7%)
2	Apakah anda mencari Informasi mengenai rumah yang dijual di Perumahan Bumi Insan Madani sebelum membeli?	14 (93,3%)	1 (6,7%)
3	Apakah anda membandingkan produk rumah di perumahan bumi insan madani dengan produk lain sebelum membeli rumah tersebut?	4 (26,7%)	11 (73,3%)
4	Apakah anda merasa puas setelah melakukan pembelian rumah di Perumahan Bumi Insan Madani?	12 (80%)	3 (20%)
5	Apakah anda akan melakukan pembelian berulang di perumahan Bumi Insan Madani?	3 (20%)	12 (80%)

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada Perumahan Bumi Insan Madani terdapat beberapa keluhan yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sehingga dugaan

permasalahan yang dihadapi oleh Perumahan Bumi Insan Madani adalah, sebagai berikut:

1. Konsumsi pasca pembelian / pembelian berulang

Beberapa konsumen tidak akan melakukan pembelian berulang di perumahan Bumi Insan Madani karena faktor lokasi yang kurang strategis. Dapat dibuktikan pada tabel 1.2, dari 15 orang responden terdapat 12 responden atau 80% yang menyatakan tidak akan melakukan pembelian berulang rumah di perumahan Bumi Insan Madani.

Berikut hasil peninjauan awal melalui survey kepada 15 responden konsumen PT. Madani Dharma *Property* mengenai Variabel Lokasi dapat diuraikan dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Pra Survey Lokasi Perumahan Bumi Insan Madani

NO	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
Variabel Lokasi			
1	Apakah Perumahan Bumi Insan Madani mudah dijangkau?	15 (100%)	0 (0%)
2	Apakah Perumahan Bumi Insan Madani dekat dengan sarana transportasi umum?	6 (40%)	9 (60%)
3	Apakah Lokasi Perumahan Bumi Insan Madani strategis dan mudah ditemukan?	14 (93,3%)	1 (6,7%)
4	Apakah Lokasi perumahan Bumi Insan Madani padat lalu lintas?	3 (20%)	12 (80%)

5	Apakah Perumahan Bumi Insan Madani Memiliki lahan parkir yang luas dan nyaman?	15 (100%)	0 (0%)
6	Secara keseluruhan, Apakah Perumahan Bumi Insan Madani Memiliki lahan yang luas?	13 (86,7%)	2 (13,3%)
7	Apakah Lingkungan di sekitar Lokasi Perumahan Bumi Insan Madani mendukung untuk dijadikan tempat tinggal?	12 (80%)	3 (20%)
8	Apakah terdapat perumahan lain selain Perumahan Bumi Insan Madani di daerah tersebut?	13 (86,7%)	2 (13,3%)
9	Apakah Perumahan Bumi Insan Madani Mengikuti aturan Pemerintah Setempat?	15 (100%)	0 (0%)

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2022

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah keluhan konsumen terhadap Lokasi pada mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen. Sehingga permasalahan yang dihadapi oleh perumahan Bumi Insan Madani adalah, sebagai berikut:

1. Akses

Sebagian besar Konsumen beranggapan bahwa Perumahan Bumi Insan Madani tidak dekat dengan sarana Transportasi umum, hal ini dapat dipastikan kebenarannya karena Akses menuju gerbang utama Perumahan Bumi Insan Madani berada di samping aliran irigasi yang dimana jalan menuju gerbang tersebut bukan jalan utama. Dapat dilihat pada tabel 1.3 dari 15 responden terdapat 9 responden

atau 60% yang menyatakan bahwa mereka merasa perumahan Bumi Insan Madani tidak dekat dengan sarana transportasi umum.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“PENGARUH LOKASI PERUMAHAN BUMI INSAN MADANI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT. MADANI DHARMA PROPERTI KARAWANG”**.

1.2.Perumusan Masalah ,

1. Bagaimana Gambaran Umum perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang?
2. Bagaimana kondisi lokasi/letak perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang?
3. Bagaimana Keputusan pembelian perumahan Bumi Insan Madani di PT, Madani Dharma Properti Karawang?
4. Bagaimana pengaruh lokasi/ letak perumahan terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang?
5. Apa hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan perumahan Bumi Insan Madani untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut di PT. Madani Dharma Properti Karawang?

1.3.Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Gambaran Umum perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang

2. Untuk Mengetahui kondisi lokasi/letak perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang
3. Untuk Mengetahui Keputusan pembelian perumahan Bumi Insan Madani di PT, Madani Dharma Properti Karawang
4. Untuk Mengetahui pengaruh lokasi/ letak perumahan terhadap keputusan pembelian konsumen perumahan Bumi Insan Madani di PT. Madani Dharma Properti Karawang
5. Untuk Mengetahui hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan perumahan Bumi Insan Madani untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut di PT. Madani Dharma Properti Karawang

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis yaitu:

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kepentingan ilmu pengetahuan khususnya untuk bidang ilmu Administrasi Bisnis dan dapat dijadikan wawasan, informasi, dan ilmu untuk memahami aplikasi teori- teori ilmu berbisnis dan pemasaran khususnya yang berkaitan dengan pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian dan hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dipergunakan oleh akademik dalam hal ini jurusan Administrasi Bisnis Universitas Pasundan sebagai referensi perpustakaan.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi:

1. Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini dapat berguna bagi peneliti untuk menambah ilmu, informasi dan wawasan yang baru dipelajari tentang pemasaran terutama tentang pengetahuan lokasi terhadap keputusan pembelian. Dan, peneliti dapat mengaplikasikan ilmu dan wawasan yang sudah dipelajari di kelas dalam penelitian ini. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat digunakan pada kehidupan sehari-hari atau diaplikasikan pada saat peneliti membuat bisnis sendiri.

2. Bagi PT. Madani Dharma Properti

Diharapkan hasil Penelitian ini dapat berguna bagi PT. Madani Dharma Properti untuk membantu memberikan masukan dan evaluasi dalam menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan lokasi dan Keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak-pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi, wawasan dan ilmu bagi para pembaca. Serta, dapat menjadi referensi berupa informasi ilmiah bagi peneliti selanjutnya khususnya tentang pengaruh lokasi dan keputusan pembelian.

1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1. Lokasi

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di PT. Madani Dharma Properti pada Perumahan Bumi Insan Madani yang berlokasi di kabupaten Karawang.

1.5.2. Lama Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, Terhitung mulai Oktober 2021 sampai dengan Maret 2022.

Tabel 1. 4 Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	KET	TAHUN 2021 - 2022																								
		OKT				NOV				DES				JAN				FEB				MAR				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
TAHAP PERSIAPAN																										
1	Penjajakan																									
2	Studi Kepustakaan																									
3	Pengajuan Judul																									
4	Bimbingan																									
5	Penyusunan Usulan Penelitian																									
6	Seminar Usulan Penelitian																									
TAHAP PELAKSANAAN																										
1	Observasi																									
2	Wawancara																									
3	Penyebaran Angket																									
4	Penarikan Angket																									
5	Analisis Data																									
TAHAP PENYUSUNAN																										
1	Penyusunan Laporan																									
2	Sidang Skripsi																									
3	Perbaikan																									

Sumber: Hasil olahan Peneliti, 2022