

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah tempat tinggal atau rumah. Rumah sebagai tempat tinggal merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan. Setiap manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan sebagai tempat berkumpul serta berlangsungnya kegiatan keluarga, sekaligus sebagai barang investasi. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman, Pasal 1 butir 7 dikatakan bahwa Rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta aset bagi pemiliknya. Sedangkan dalam butir 2, yang dimaksud perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni.

Dewasa ini fungsi rumah sedikit berubah, dengan semakin tingginya kebutuhan hidup manusia, serta persaingan dan gaya hidup yang mulai bergeser, menyebabkan waktu yang dipergunakan oleh manusia untuk bekerja semakin banyak, dari yang semula hanya sekedar sebagai tempat tinggal, saat ini rumah juga diharuskan dapat mendatangkan kepuasan dan manfaat lebih bagi pemiliknya seperti lokasi yang strategis, bangunan yang bagus dan kokoh, serta lingkungannya yang nyaman. Dengan kata lain tidak sekedar tempat berteduh melainkan harus menjadi tempat tinggal yang layak, yang mampu menghilangkan atau mengurangi tekanan hidup yang tinggi. Khususnya bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah, namun demikian di Indonesia masih banyak masyarakat yang berpenghasilan rendah (MBR) yang tidak memiliki rumah dan tentunya juga berpola pandang sederhana, yaitu rumah sebagai tempat tinggal.

Seiring perkembangan zaman, rumah tidak hanya diartikan sebagai tempat tinggal semata, akan tetapi kepemilikan rumah atau tanah dianggap sebagai barang investasi dalam jangka panjang khususnya bagi kalangan masyarakat menengah keatas yang sering dijadikan sebagai tolak ukur kesejahteraan manusia. Kebutuhan rumah di Indonesia setiap tahunnya terus bertambah. Berdasarkan data dari Real Estate Indonesia (REI), total kebutuhan rumah pertahun di Indonesia mncapai 2,6 juta yang didorong oleh pertumbuhan penduduk. Berdasarkan jumlah penduduk tahun 2018 kurang lebih 251 juta jiwa dengan angka pertumbuhan penduduk 1,3% pertahun dapat dipastikan kebutuhan terhadap perumahan akan meningkat. Pembelian rumah bisa dilakukan dengan cara tunai ataupun cicilan. Bagi masyarakat KPR Syariah sangat dibutuhkan karena semakin naiknya harga perumahan namun demikian kemampuan daya beli masyarakat terbatas maka KPR menjadi salah satu solusi dalam proses pembelian rumah yang akan dilakukan.

Saat ini pun dalam membeli rumah masyarakat tidak hanya melihat faktor harga saja namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi, faktor bangunan, dan faktor lingkungan. 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. Dan untuk faktor lingkungan merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya.

Dengan melihat kondisi semacam ini mendorong produsen untuk melebarkan sayapnya di bidang perumahan. Maka tidak mengherankan jika akhirakhir ini bisnis di bidang perumahan semakin marak, banyak perusahaan muncul dengan memberikan berbagai macam fasilitas dalam menawarkan produknya.

Perkembangan bisnis perumahan semakin marak dewasa ini, tidak hanya terpusat di kota-kota besar akan tetapi sudah meluas di kota-kota kecil. Sejalan dengan hal tersebut upaya pembangunan perumahan terus ditingkatkan dengan tetap memperhatikan syarat perumahan yang layak dan memenuhi standar kesehatan. Oleh karena itu, pemerintah melalui perbankan merealisasikan pemberian kredit. Salah satu kredit yang diberikan berupa kredit pemilikan rumah atau fasilitas kavling siap bangun. Sehingga pertumbuhan KPR yang pesat di suatu pihak akan menciptakan peluang bagi industri perbankan untuk membiayainya. Kredit Perumahan Rakyat (KPR) merupakan salah satu produk yang berkembang di Indonesia. Produk Kredit Perumahan Rakyat (KPR) juga dimiliki hampir seluruh perbankan di Indonesia sehingga bank bersaing memberikan bunga ringan dan jangka waktu yang relatif lebih lama untuk menarik minat nasabah ([www.btn.co.id](http://www.btn.co.id)).

Kredit Perumahan Rakyat termasuk dalam satu jenis kredit konsumtif, dimana kredit konsumtif merupakan kredit yang digunakan untuk membiayai pembelian barang atau jasa-jasa yang akan memberikan kepuasan langsung terhadap kebutuhan manusia, KPR bisa diartikan sebagai pembiayaan yang diajukan oleh debitur kepada pihak bank dimana pembiayaan tersebut akan dipergunakan untuk membangun, merenovasi, membeli atau memperluas tanah Dengan demikian Kredit Perumahan Rakyat (KPR) juga memberikan alternatif bagi nasabah untuk memiliki rumah dengan mudah dan tepat sasaran yang mana setiap bulan nasabah mengangsur pembayaran. Sehingga penghasilan rutin setiap bulan selain dapat mengangsur cicilan, kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar.

Lampung merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dengan jumlah penduduk yang cukup tinggi di Indonesia, dimana jumlah penduduknya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan pertumbuhan penduduk ini mendorong pertumbuhan pembangunan perumahan di Kabupaten

Jember, khususnya type kecil dengan fasilitas subsidi, yang dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengembang yang ada di Lampung yang berjumlah 32 pengembang yang tergabung dalam asosiasi REI dan 8 pengembang yang tergabung dalam asosiasi APERSI. Sistem Tata Kota yang diberlakukan di Lampung memberikan banyak peluang sehingga banyak pengembang beramai-ramai melakukan pembangunan properti dalam hal ini rumah. Pembangunan ini memang semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal. Oleh karena itu, sebagai konsumen harus selektif dalam memilih pengembang. Kebutuhan akan perumahan tentunya tak lepas dari tren pertumbuhan penduduk dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah. Perilaku konsumen perumahan di Lampung begitu beragam termasuk perilaku konsumen rumah subsidi yang berasal dari golongan menengah. Karena itulah pengembang perumahan melakukan segmentasi pasar dengan cara menyediakan berbagai tipe rumah dengan tujuan konsumen dapat memilih produk segmentasi mana yang sesuai dengan kesesuaiannya. Perilaku konsumen rumah tidak terlepas dari apa yang mereka butuhkan dari rumah yang akan dibeli, dan apa yang dapat mereka lakukan untuk membeli rumah tersebut. Berbagai faktor keputusan pembelian rumah pun memiliki sudut pandang yang berbeda dari setiap konsumen rumah baik rumah type rumah, menengah dan besar. Oleh sebab itu konsumen cenderung selektif dalam memilih rumah yang akan merekahuni. Kepuasan menjadi salah faktor utama karena rumah akan menjadi empat tinggal yang lama atau dijadikan sarana investasi bagi konsumen.

PT 31 Mandiri Prima Menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Pemasaran perumahan pada umumnya memiliki atribut penawaran yang hampir sama. PT 31 Mandiri Prima mencoba memberikan penawaran perumahan yang salah satunya diberi nama Pesona Natar Residence yang beralamat di jalan dahlia II/Belimbing Natar Lampung Selatan dimana perumahan ini memiliki keunggulan yaitu harga yang terjangkau, desain bangunan yang menarik, lokasi yang strategis, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap. Pembangunan perumahan Pesona Natat Residence

pada tahun 2016 dengan pengembangnya awal PT. Agung Jaya Permai sudah berganti dengan PT 31 Mandiri Prima. Perumahan Pesona Natar Residence memiliki total 261 unit dengan kondisi yang sudah terjual sebesar 239 unit dengan ukuran 36/72 dan 52/120.

**Tabel 1.1** Perumahan Pesona Natar Residence

<b>Tipe</b>	<b>Ukuran tanah (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Harga KPR (Rp)</b>
<b>36</b>	<b>72</b>	<b>Rp. 130.000.000</b>
<b>52</b>	<b>120</b>	<b>Rp. 310.000.000</b>

*Sumber : PT 31Mandiri Prima 2020*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas PT 31 Mandiri Prima memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan menawarkan 2 *type* perumahan yang berbeda yaitu type 33 dan 50 Dan menjual dengan harga bersih dengan harga sebesar Rp 130.000.000,- dan Rp. 310.000.000,-.

Dengan adanya kredit perumahan rakyat menjadikan masyarakat dalam memiliki rumah dapat dilakukan dengan cara membeli secara angsuran, yang dapat diperoleh melalui pasar properti. Saat ini tingginya permintaan konsumen akan perumahan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya lokasi, pertumbuhan penduduk, kemudahan mendapat pinjaman, pendapatan konsumen, harga rumah, fasilitas dan sarana umum, dan peraturan perundangan. Menurut Kimtaru bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok, yaitu: Kebutuhan akan perumahan berdasar tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah serta kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni.

Namun berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada konsumen yang telah membeli unit perumahan di Pesona Natar Residence terdapat permasalahan yang dirasakan oleh para konsumen. Konsumen mengeluhkan sarana dan prasarana yang ada di Perumahan tersebut belum didapat dengan baik. Salah satunya adalah akses jalan pada perumahan yang masih belum diaspal. Jalan pada perumahan

tersebut masih berupa tamah merah dan sebagian masih timbunan sabes. Hal tersebut berakibat jalanan akan becek dan terdapat genangan pada saat musim penghujan seperti saat ini. permasalahan lain sarana irigasi juga dibuat secara menyeluruh pada setiap blok perumahan. Imbasnya pada saat musim penghujan saat ini air akan masuk ke halaman rumah warga.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, saya sebagai peneliti ingin melakukan penelitian tersebut dengan mengambil judul penelitian yang berjudul : **Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Perumahan Subsidi.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Perumahan Subsidi?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup penelitian ini adalah Masyarakat pada Perumahan Subsidi Pesona Natar Residence.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Batasan objek penelitian agar dapat lebih mengarahkan pembahasan, maka penelitian ini dibatasi mengenai Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Perumahan Subsidi.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah Perumahan Pesona Natar Residence jalan dahlia II/Belimbing Natar Lampung Selatan.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 s.d Maret 2020.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang mencakup tentang Indeks kepuasan masyarakat.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Perumahan Subsidi

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

#### **1. Bagi Peneliti**

Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih di dapat dibangku perkuliahan

#### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah-langkah strategi pemasaran yang berorientasi pada peningkatan IndeksKepuasanMasyarakatTerhadapPerumahanSubsidi

#### **3. Bagi Akademik**

- a. Menambah referensi perpustakaan Manajemen IBI Darmajaya.
- b. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.
- c. Menambah informasi, sumbangan penelitian bahan kajian dalam penelitian.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Beberapa data disajikan pula di bab ini.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai pemasaran, jasa, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang hasil analisis tersebut.

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang simpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**