

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, produsen harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan atau keinginan konsumen dan semakin siap dalam menghadapi pasar (Budiyanto, 2016). Pasar properti ditentukan oleh besarnya jumlah permintaan dan penawaran, sehingga secara langsung akan mempengaruhi harga. Kebutuhan dan keinginan setiap orang untuk membeli rumah sangat ditentukan oleh daya beli dan kemampuan orang tersebut, dengan kata lain, faktor keuangan seseorang sangat menentukan tipe dan jenis perumahan yang bagaimana yang akan dibelinya. Kemampuan konsumen membayar sejumlah harga, ketelitian konsumen mencari informasi harga sebelum pembelian, dan persepsi konsumen mengenai harga jual kembali akan mempengaruhi keputusannya dalam pembelian rumah (Harjanto, 2016).

Lubis (2018) mengatakan salah satu sistem pemasaran yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya adalah dengan harga. Harga digunakan sebagai alat dalam membantu penjualan, dilain pihak juga digunakan untuk membangun citra jangka panjang suatu produk. Harga harus mampu membujuk konsumen agar berperilaku sedemikian rupa sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dalam sejarah, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan seseorang untuk membeli.

Selain harga, kualitas produk juga telah menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Dengan banyaknya perusahaan bisnis properti menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif, maka perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap pesaing-pesaingnya dalam menguasai pasar, Karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas (Lubis, 2018).

Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Setelah konsumen melakukan

pembelian produk, apabila kualitas sesuai dengan harapan, konsumen cenderung melakukan pembelian ulang. Hal ini berarti persepsi pelanggan atas kinerja produk telah memenuhi harapannya, sehingga tercapai kepuasan konsumen (Oktavia dan Anwar, 2020).

Kualitas produk sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis. Perusahaan yang memproduksi produk yang berkualitas tinggi akan memberi keuntungan dibandingkan dengan memproduksi produk yang berkualitas rendah. Artinya, konsumen akan bersedia membeli suatu barang dengan harga yang masuk akal atau relative terjangkau, dengan kualitas yang baik (Purnamasari, Suwena dan Haris, 2016).

Perusahaan sebaiknya membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui keinginan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen. Strategi dilakukan dengan menganalisis perilaku konsumen seperti karakteristik konsumen, proses keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (Puspita, 2015). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang akan menentukan keputusan pembelian mereka serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

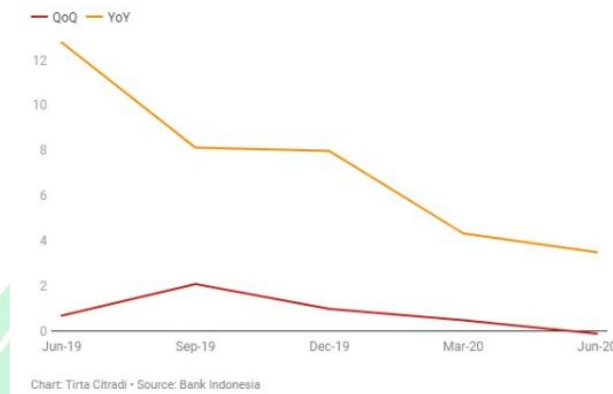
Bagi produsen, keputusan konsumen merupakan pertimbangan yang cukup penting untuk diperhatikan, karena kegagalan menangkap informasi dari konsumen akan mempengaruhi sukses atau tidaknya penjualan produk yang dihasilkan (Lubis, 2018).

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitifitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornel, 1992 dalam Aryani & Rosinta, 2011).

Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan memberikan harga yang relative murah dan kualitas produk yang baik. Artinya, memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan

untuk mendapatkan para konsumen yang *loyal* (setia) sehingga memberikan manfaat yang tinggi bagi perusahaan (Amanah, 2010).

Harga properti residensial mencatatkan perlambatan pertumbuhan pada kuartal kedua tahun 2020. Saat bersamaan, merebaknya pandemic *Coronavirus Disease 2019* (Covid-19) telah memicu anjloknya penjualan perumahan (Citradi, 2020).



Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan KPR & KPA

Sumber : Tirta Citradi (2020) berdasarkan data Bank Indonesia

Pada Juni 2020, penyaluran kredit KPR & KPA tumbuh 3,5% (yoy), melambat dari kuartal sebelumnya yang tumbuh 4,34% (yoy). Secara kuartalan penyaluran kredit KPR dan KPA bahkan mengalami kontraksi. Di bulan Juni penyaluran KPR dan KPA terkontraksi 0,11% (qoq).

Penurunan permintaan rumah ini disebabkan oleh beberapa faktor. Sebanyak 19,85% responden yang disurvei BI mengatakan pandemic Covid-19 serta penerapan PSBB menjadi faktor utama anjloknya *demand*. Selain soal pandemic sebanyak 17,3 responden juga memandang bahwa suku bunga KPR dirasa masih tinggi. Padahal rata-rata suku bunga KPR berada di angka 8,85% lebih rendah dibandingkan pada Maret yang berada di angka 8,92%. Faktor lain yang tak kalah penting menjadi penghambat penjualan rumah antara lain proporsi uang muka yang tinggi untuk pengajuan KPR (17,1%), masalah perizinan/birokrasi (15,83%) dan kenaikan harga bahan bangunan (11,7%). (Citradi, 2020)

Mewabahnya pandemic Covid-19 pada 2020 di seluruh belahan dunia berdampak buruk terhadap perekonomian Negara di dunia termasuk Indonesia.

Indikator bangkitnya ekonomi makro suatu Negara salah satunya yaitu meningkatnya sektor properti karena sektor ini menjadi kebutuhan primer masyarakat Indonesia. Sejalan dengan ini Bank Indonesia mengeluarkan kebijakan uang muka atau down payment (DP) 0 persen untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dan Kredit Kendaraan Bermotor (KKB) yang berlaku efektif 1 Maret 2021 sampai dengan 31 Desember 2021. Pelonggaran uang muka ini bertujuan untuk mendorong kredit konsumsi semakin tinggi, khususnya di sektor property yang turut terdampak buruk akibat pandemic Covid-19 (Sulaeman dan Azzura, 2021).

Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah masalah rumah. Fungsi rumah juga telah berubah dari semula yang sekedar sebagai tempat berlindung, kini sebuah rumah tak cukup hanya untuk berteduh namun juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan dan juga keinginan pemiliknya. Seperti bangunan yang bagus dan kokoh serta lingkungan yang nyaman, dengan kata lain tidak cukup hanya asal untuk berteduh namun juga harus menjadi tempat tinggal yang layak (Budiyanto, 2016).

PT. Raja Sukses Propertindo merupakan perusahaan developer property yang berada di wilayah Cirebon. Setelah diresmikan pada tahun 2013, proyek pertama yang didirikan adalah proyek perumahan Sanur Village kemudian terus berkembang sampai saat ini dan memiliki 8 proyek perumahan yang terdiri dari 5 proyek perumahan subsidi dan 3 proyek perumahan komersil.

Tabel 1.1

Daftar Harga Produk Perumahan PT Raja Sukses Propertindo

Properti Terdaftar	Perumahan	Harga
Subsidi	Trusmi Klayan	Rp. 150.500.000
	Lovina Village Luwung	Rp. 150.500.000
	Lovina Village	Rp. 150.500.000
	Sanur Village	Rp. 150.500.000
	Nirwana Village	Rp. 150.500.000

Komersil	Trusmiland Arjawinangun	Rp. 300.000.000
	Golden Klayan Trusmiland	Rp. 295.000.000
	Cluster Azzura	Rp. 330.000.000

Sumber : website PT Raja Sukses Propertindo

PT Raja Sukses Propertindo memberikan pilihan produk dengan harga yang beragam, menjadikan harga produk PT Raja Sukses Propertindo memiliki daya saing dengan perusahaan pesaing. Dengan adanya pilihan harga berdasarkan jenis produk, maka konsumen memiliki alternative pilihan yang banyak untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan dan daya beli.

Dalam perkembangannya PT Raja Sukses Propertindo memperluas areal proyek perumahan yang tersebar di beberapa wilayah di Cirebon. Keberadaan proyek-proyek PT Raja Sukses Propertindo selalu mendapatkan respon positif dari konsumen, bagi PT Raja Sukses Propertindo kepercayaan konsumen sangat berarti dan akan terjaga terus menerus, itu sebabnya sekarang progres dari proyek-proyek PT Raja Sukses Propertindo bukan hanya selalu tepat waktu, tetapi memberikan yang terbaik dari segi kualitas.

Dari tahun ke tahun PT. Raja Sukses Propertindo terus berkembang, terbukti dengan total rumah yang terjual terus meningkat. Meskipun sempat mengalami penurunan di tahun 2019, namun di tahun 2020 kembali meningkat dengan sangat signifikan. Sejauh ini, pandemic Covid-19 tidak berdampak pada perkembangan penjualan PT Raja Sukses Propertindo. Penjualan rumah PT Raja Sukses Propertindo justru meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan ini terbukti dengan banyaknya jumlah unit yang terjual pada tahun 2020 yaitu sebanyak 327 unit rumah.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dipahami masalah tersebut sebagai berikut:

- a. Harga pasar property dipengaruhi oleh banyaknya permintaan dan penawaran.
- b. Harga produk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian produk perumahan di PT Raja Sukses Propertindo.
- c. Persaingan yang kompetitif membuat PT Raja Sukses Propertindo dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing.
- d. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.
- e. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumen merasa puas atas produk yang dibelinya.
- f. Bagi produsen, keputusan konsumen merupakan pertimbangan yang cukup penting untuk diperhatikan.
- g. Kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk menciptakan loyalitas.
- h. Rumah adalah kebutuhan manusia yang paling mendasar.
- i. PT Raja Sukses Propertindo merupakan perusahaan developer property yang sedang berkembang dan mengalami peningkatan pada 2020 meski perekonomian sedang terpuruk akibat pandemic Covid-19.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penelitian ini dibatasi pada pengambilan keputusan pembelian produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen dilihat dari dua faktor yaitu harga dan kualitas produk.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalahnya adalah:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo?

- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo?
- d. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo?
- e. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo?
- f. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening?
- g. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo.
- b. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo.
- e. Untuk menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo.
- f. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

g. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk perumahan PT Raja Sukses Propertindo dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan syariah pada umumnya dan khususnya bagi jurusan perbankan syariah, dan juga diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan kajian kelilmuan di bidang ekonomi Islam. Serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi Ekonomi Mikro dan Makro serta menjadi bahan bacaan di Universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

2) Bagi PT Raja Sukses Propertindo

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi PT Raja Sukses Propertindo tentang faktor-faktor seperti harga dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh PT Raja Sukses Propertindo untuk meningkatkan penjualannya.

3) Bagi Penulis

Sebagai bahan penelitian ilmiah tentang teori-teori yang telah diperoleh dan diterapkan secara empiris dengan harapan dapat bermanfaat dalam pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen.

4) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih tentang perusahaan.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan di dalam penyusunan skripsi ini meliputi lima bab, diantaranya adalah Bab I Pendahuluan, dalam bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan. Bab II Kajian Pustaka, Dalam bab ini menguraikan tentang Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis. Bab III Metodologi Penelitian, dalam bab ini menguraikan tentang Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Metode Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data. Bab IV Hasil Dan Pembahasan, dalam bab ini menguraikan tentang Kondisi Objektif Penelitian, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Penelitian. Bab V Penutup, dalam bab ini menguraikan tentang Kesimpulan dan Saran dari penulis dalam pelaksanaan penelitian tersebut.

