

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Berkembangnya penduduk di Indonesia yang tergolong tinggi, rumah merupakan suatu unsur utama bagi kesejahteraan rakyat. Rumah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia. Selain kebutuhan pokok, rumah tidak hanya sekedar sebagai tempat tinggal untuk berteduh bagi keluarga saja namun juga bisa berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak, bahkan bisa berfungsi sebagai sarana untuk berinvestasi. Beberapa Negara dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi dan persebaran penduduk yang tidak menyeluruh seperti di Indonesia, persoalan tempat tinggal masih menjadi kontroversi, pada masa sekarang ini pertumbuhan sektor perumahan di Sumatera Utara sangat pesat pertumbuhan didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan perumahan yang sesuai dengan tingkat kebutuhannya.

Tingginya permintaan masyarakat terhadap perumahan, dilandaskan dari meningkatnya jumlah penduduk Sumatera Utara khususnya kota Medan dari tahun ke tahun terus bertambah. Selain angka kelahiran semakin bertambah, banyaknya pendatang dari daerah lain membuat kota Medan semakin padat. Data terakhir dari sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara dan Badan Pusat Statistik Kota Medan untuk tahun 2021 jumlah penduduk Sumatera Utara sudah mencapai 15, 8 juta jiwa dan jumlah penduduk kota Medan sudah mencapai 1.128.388 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021)

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa perkembangan dan permukiman di Kota Medan semakin meningkat, sehingga dibutuhkan tempat yang layak bagi penduduk kota Medan. hal ini yang mendorong para pengusaha *developer* perumahan untuk memberikan solusi perumahan yang layak dengan harga terjangkau. Banyak pembangunan perumahan yang tersebar di kota Medan dalam beberapa tahun ini, khususnya di Medan Johor, Medan Tembung, dan Medan Sunggal namun hanya sedikit yang dapat dikatakan layak sebagai perumahan yang ideal di Kota Medan. Selain itu daerah – daerah ini, memiliki lokasi strategi yang berdekatan dengan kota Medan. Sehingga akan mudah bagi konsumen dalam menjangkau aktivitas.

Dengan meningkatnya permintaan hunian dari tahun ke tahun, para pengusaha *developer* perumahan terpacu dalam pembuatan inovasi baru seperti melakukan modernisasi hunian. Inovasi yang dilakukan para pengembang perumahan yaitu memberikan pilihan bentuk rumah seperti rumah biasa, apartemen, rumah susun, dan rumah sederhana yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mode- mode global. semakin menambah ketatnya persaingan bisnis properti di Indonesia. Saat ini banyak bermunculan perumahan- perumahan baru yang bisa dijadikan alternatif bagi kepala rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan akan tempat tinggal bagi keluarganya. Mempunyai persamaan usaha dilakukan oleh para pengusaha *developer* perumahan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Mulai dari model, tipe, harga, dan berbagai promosi yang dilakukan.

Perkembangan ekonomi di setiap wilayah juga menjadi pemicu kenaikan harga tanah di suatu wilayah yang dinilai properti baik berupa tanah dan bangunan. Dapat dipastikan kebutuhan semakin lama ketersediaan lahan untuk tinggal semakin sempit, mengakibatkan harga tanah dan rumah semakin tinggi. Tingginya harga rumah

menyebabkan keterbatasan daya beli bagi masyarakat yang memiliki kemampuan ekonomi rendah sehingga mereka cenderung memilih perumahan yang lebih sederhana. Dan banyak orang yang tidak mampu membeli rumah dan mencari jalan lain seperti menyewa rumah, mengontrak rumah, dan banyak juga yang membangun bangunan liar atau rumah liar sebagai sarana tempat tinggal dan pada kondisi lingkungan dimana terjadi perkembangan jumlah penduduk, akan diikuti oleh pengembang pemukiman baru sehingga diperlukan adanya sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu perusahaan di kota Medan yang bergerak di bidang properti adalah perumahan tunggal persada *residence* yang bergerak pada bidang properti yang berlokasi di wilayah kecamatan Sunggal, Medan, Sumatera Utara. Perumahan ini berdiri sekitar tahun 2015 dengan pembangunan rumah-rumah yang signifikan perumahan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan rumah bagi golongan ekonomi menengah yang berada di Kota Medan, dan mengutamakan kenyamanan dengan lingkungan yang nyaman, dengan luas lahan 25.500 m<sup>2</sup>. Pemasaran rumah dilakukan sebanyak 60 unit dengan tipe 45/78. Pembangunan perumahan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan rumah bagi golongan ekonomi menengah yang berada di kota Medan. Untuk fasilitas KPR bagi pembeli, perusahaan kerjasama dengan Bank BTN Cabang Medan, motto dari *Spirit, Joy and Hope*. Hal inilah yang menarik minat konsumen dalam memilih hunian dalam membeli sebuah perumahan. Selama 3 tahun terakhir 2018 sampai 2020 terdapat 710 konsumen yang telah berkunjung ke perumahan tunggal persada *residence*. Hal ini terlihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Data Pengunjung Selama 3 Tahun Terakhir (2018-2020)**

No	Tahun	Pengunjung
1	2018	240
2	2019	238
3	2020	232
	<b>Total</b>	<b>710</b>

*Sumber : perumahan tunggal persada residence (2020)*

Banyaknya konsumen yang berkunjung dalam 3 tahun terakhir sangat berpotensi dalam meningkatkan penjualan perumahan tunggal persada *residence*. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, perumahan tunggal persada *residence* melakukan kegiatan pemasaran pada awal penjualan dimulai dari proyek *canvassing* di kantor atau sekitar daerah proyek, *opentable mall*, pemasaran langsung di proyek dan promosi di surat kabar. Saat ini dilakukan dengan kegiatan promosi penjualan, seperti *facebook*, *instagram*, dan *rumah123.com*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menarik calon pembeli dengan menjelaskan keunggulan, tipe rumah dan harga yang ditawarkan, proses dari masing – masing tipe rumah. Manajemen sangat meyakini bahwa hal ini merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan produk secara utuh kepada masyarakat. Sehingga dari strategi yang dijalankan serta tingginya pengunjung, maka para pengusaha *developer* perumahan tunggal persada *residence* memiliki target 3 tahun kedepan bahwa dapat melakukan penjualan rumah hunian secara luas. Namun kenyataannya, berbanding terbalik dengan target yang ingin dicapai, dimana hasil penjualan selama 3 tahun terakhir perusahaan ini, masih jauh dari

target yang dituju dikarenakan masih rendahnya minat beli konsumen dan tingginya persaingan *developer* perumahan lainnya. Hal ini terlihat pada tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1. 2.Target dan penjualan Rumah Selama 3 Tahun Terakhir (2018-2020)**

Tahun	Target Penjualan (unit)	Penjualan (Unit)
2018	72	38
2019	72	17
2020	72	17
<b>Total</b>	<b>216</b>	<b>72</b>

Sumber: perumahan tunggal persada residence (2020)

Dengan rendahnya minat pembelian dan tingginya persaingan yang terjadi dalam memasarkan produk maka berimbas pada volume penjualan produk. Oleh karena itu, pengusaha harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat supaya volume penjualan tidak berkurang dan bertambah. Perusahaan harus mulai menyiapkan perencanaan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang rinci, salah satu konsep utama dalam pemasaran modern, dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk memenuhi permintaan produknya, dan dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang diketahui dengan 4P yaitu, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Strategi bauran pemasaran yaitu strategi yang dapat meliputi produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses menurut Philip Kotler,(2000) dalam (Fajriani et al., 2021) .Keempat bauran pemasaran tersebut akan dapat menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan yang tangapan diinginkan dari pasar sasaran.

Dalam 4P menggambarkan pandangan penjual tentang strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi pembeli, masing-masing alat pemasar harus dirancang untuk memberikan satu manfaat bagi pelanggan. Untuk itu para para pengusaha *developer* perumahan tunggal persada *residence* harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Adanya ilmu pemasaran, pihak manajemen perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran mana yang paling tepat untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Persaingan bisnis yang sangat ketat di era globalisasi saat ini berusaha para para pengusaha *developer* perumahan tunggal persada *residence* untuk lebih mengetahui keinginan konsumen dan meningkatkan kualitas barang atau jasa, promosi, harga maupun pelayanan terhadap konsumen serta mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk mendukung pencapaian target penjualan perusahaan, maka perlu bagi perusahaan untuk dapat mengetahui keinginan konsumen terhadap perumahan yang dibutuhkan guna meningkatkan penjualan perusahaan. Maka berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan mengangkat judul "**ANALISIS MARKETING MIX 4P TERHADAP MINAT BELI DI PERUMAHAN SINGGAL PERSADA RESIDENCE MEDAN "**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan penulis, maka adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada residence Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada residence Medan?
3. Apakah tempat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada residence Medan?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada residence Medan?

### **1.3. Tujuan Tugas Akhir**

Sehubungan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh produk properti terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada *residence* Medan.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh harga promosi properti terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada *residence* Medan.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tempat properti terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada *residence* Medan.
4. Untuk mengetahui uji besarnya pengaruh Promosi properti terhadap minat beli konsumen di perumahan tunggal persada *residence* Medan.

### **1.4. Kontribusi / Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan (perumahan tunggal persada *residence* Medan)  
Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan perumahan tunggal persada *residence* Medan agar dapat meningkatkan mulai dari produk, harga, tempat dan promosi untuk meningkatkan minat beli sehingga mampu bersaing dengan perumahan lainnya.
2. Bagi Peneliti  
Untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan teori-teori dan pemahaman yang diperoleh selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk dapat lulus dari program Studi Manajemen Pemasaran internasional di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
3. Bagi Pembaca  
Hasil penelitian ini akan memberikan pengetahuan dan wawasan untuk orang yang membacanya agar terinspirasi untuk menjadi pengusaha yang bersaing dalam bidang developer.