

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan tempat tinggal merupakan salah satu hajat hidup yang mendasar bagi manusia. Manusia tentunya akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasarnya terlebih lagi akan tempat tinggal karena tempat tinggal berfungsi selain untuk tempat berlindung nyatanya juga dituntut untuk mengakomodir kebutuhan bagi pemiliknya. Dengan kata lain, tidak cukup hanya sebagai tempat berteduh tetapi juga harus bisa menjadi tempat tinggal yang layak. Oleh karenanya pada bisnis properti banyak muncul pengembang yang berlomba-lomba dalam menyediakan produk perumahan dengan berbagai fasilitas yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan pembeli.

Perumahan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Memiliki rumah sendiri adalah idaman semua orang ,bahkan menjadi kebutuhan bagi yang sudah berkeluarga namun harga rumah yang melambung tinggi menyebabkan sedikit sekali orang yang mampu membeli rumah secara tunai sehingga membeli rumah dengan kredit atau menyewa adalah cara yang dapat dipilih. Akan tetapi tidak semua manusia memiliki kemampuan finansial yang memadai untuk membangun rumah sesuai dengan keinginan, keadaan ini membuat tidak sedikit masyarakat yang hidup dengan tempat tinggal dengan kemampuan menyewa.

Pembiayaan perumahan adalah salah satu jawaban dari persoalan diatas,banyak perumahan yang dibangun mulai kelas perumahan rakyat hingga

setingkat perumahan mewah dan apartemen. Hal ini membuat banyaknya jenis usaha yang membuat hunian dengan sistem kredit dalam jangka waktu tertentu dan menjadi hak milik setelah pembayaran selesai dilakukan, hal ini tidak hanya terjadi di kota besar akan tetapi juga diberbagai wilayah di seluruh Indonesia, salah satunya adalah perumahan di Pinang Awan, kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Didalam upaya peningkatan usaha perumahan, daya tarik merupakan faktor yang penting didalam meningkatkan kemajuan suatu usaha. Daya tarik adalah kualitas atau sifat yang membuat seseorang atau sesuatu menjadi menarik, mengundang minat, keinginan, atau ketertarikan pada orang lain, bisa berupa keunikan, keindahan, nilai, atau kemampuan dalam bidang tertentu, yang mendorong orang untuk mendekat, mengunjungi, atau membelinya. Tingginya tingkat persaingan pada usaha sejenis membuat promotor perumahan harus memiliki strategi khusus didalam meningkatkan daya tarik pembelian.

Fenomena *personal selling* pada perumahan pinang awan yaitu promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan *personal selling* dinilai kurang efektif karena konsumen yang datang tidak memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk memilih perumahan pinang awan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat *personal selling* masih belum optimal. *Personal selling* adalah metode promosi penjualan tatap muka atau langsung (interaksi orang-ke-orang) antara tenaga penjual (wiraniaga) dan calon pelanggan untuk mengenalkan produk, memahami kebutuhan pelanggan, membangun hubungan, dan membujuk mereka agar melakukan pembelian, dengan tujuan menciptakan penjualan yang saling

menguntungkan dan loyalitas jangka panjang (Reppi et al., 2021). Ini adalah komunikasi dua arah yang memungkinkan penjual menyesuaikan pesan dan mendengarkan umpan balik langsung.

Fenomena penetapan harga pada perumahan pinang awan residence, penetapan harga dari tahun ketahun cenderung stabil dan memanfaatkan pemberian diskon pembelian akan tetapi masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa harga yang telah ditetapkan masih belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Strategi penetapan harga adalah metode bisnis untuk menentukan harga produk/jasa, mempertimbangkan biaya, pesaing, dan nilai bagi pelanggan, dengan tujuan memaksimalkan keuntungan (Wowor et al., 2021). Metode umum meliputi penetapan harga berdasarkan biaya (cost-plus), harga kompetitif, harga skimming (tinggi lalu turun), penetrasi (rendah untuk masuk pasar), dan berbasis nilai (value-based pricing). Fleksibilitas sangat penting untuk menyesuaikan dengan dinamika pasar dan perilaku konsumen.

Fenomene lingkungan fisik pada perumahan pinang awan yaitu letak yang kurang strategis, Lingkungan fisik akan mendukung konsumen didalam mempengaruhi daya tarik konsumen terhadap pembelian perumahan, lokasi perumahan pinang awan yang berada di tengah antara cikampak dan kota pinang membuat sebagian konsumen menganggap lingkungan fisik kurang strategi. Lingkungan fisik adalah segala kondisi fisik di sekitar tempat tinggal, kerja, atau aktivitas manusia yang memengaruhi kehidupan, meliputi lingkungan alam (udara, air, tanah, iklim) dan buatan (bangunan, jalan), mencakup aspek seperti

suhu, pencahayaan, tata letak, serta unsur abiotik (benda mati) dan biotik (makhluk hidup), yang bersama-sama membentuk suasana dan kondisi suatu tempat (Mutiara et al., 2020).

Dari observasi menunjukkan bahwa tingkat penjualan masih belum mengalami peningkatan setiap bulannya, terdapat prospek pemasaran yang tidak berhasil sehingga menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan mengenai daya tarik konsumen. Tingkat daya tarik pembelian masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat konsumen yang datang namun tidak jadi melakukan pembelian karena konsumen memberikan penilaian bahwa perumahan kurang sesuai dengan keinginan konsumen.

Peneliti menilai bahwa didalam upaya meningkatkan daya tarik pembelian konsumen, terdapat beberapa faktor pendukung yang dapat dijadikan sebagai suatu cara didalam meningkatkan penjualan perumahan pada perumahan pinang awan residence, hal yang dapat dijadikan sebagai upaya peningkatan adalah memperhatikan bagaimana strategi *personal selling*, bagaimana strategi dengan memanfaatkan ketentuan harga dan bagaimana lingkungan fisik.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi *Personal selling*, Penentuan Harga dan Lingkungan Fisik Terhadap Daya Tarik Pembelian Pada Perumahan Pinang Awan Residence”.

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya permasalahan dalam penulisan, maka peneliti memberikan batasan variabel yaitu mengenai Analisis Strategi *Personal selling*, Penentuan Harga dan Lingkungan Fisik Terhadap Daya Tarik Pembelian Pada Perumahan Pinang Awan Residence

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh strategi *personal selling* terhadap daya Tarik pembelian pada perumahan pinang awan residence?
2. Apakah ada pengaruh penentuan harga terhadap daya Tarik pembelian pada perumahan pinang awan residence?
3. Apakah ada pengaruh lingkungan fisik terhadap daya Tarik pembelian pada perumahan pinang awan residence?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi *personal selling* terhadap daya Tarik pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh penentuan harga terhadap daya Tarik pembelian
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap daya Tarik pembelian

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana menarik daya Tarik pembelian dengan strategi personal selling, penentuan harga dan lingkungan fisik.

2. Bagi Universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian khususnya manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.