

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan persaingan bisnis semakin ketat dan tidak akan pernah berhenti, jika sebuah perusahaan tidak beradaptasi dan berinovasi untuk memajukan usahanya, bisnis tersebut akan mengalami kemunduran. Sebuah perusahaan kini membutuhkan terobosan untuk merebut hati pelanggan dan menarik perhatian mereka pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Menawarkan harga yang jauh di bawah nilai pasar sambil mempertahankan tingkat kualitas produk atau layanan setinggi mungkin adalah strategi yang paling efisien. Ini adalah salah satu elemen yang mempengaruhi kapasitas perusahaan untuk terus beroperasi.

Di Indonesia, kebutuhan pokok penduduknya selalu meningkat. Inilah alasan perubahan gaya hidup, yang akan sangat berbeda dengan yang ada di negara lain. Pakaian, makanan, dan tempat tinggal dianggap sebagai kebutuhan mendasar. Jika syarat-syarat dasar tersebut terpenuhi bagi warga negara Indonesia, maka kesejahteraan mereka dapat dianggap terjamin seumur hidup mereka.

Di satu sisi, kebutuhan pokok bisa dijadikan ladang komersial karena berbagai faktor, seperti kebutuhan "papan", selain kebutuhan sehari-hari. Papan dimaksudkan untuk mewakili tanah yang belum dikembangkan dan rumah yang sudah jadi. Dengan pertumbuhan penduduk Indonesia, biaya jual beli tanah atau rumah juga akan meningkat. Oleh karena itu, tidak disangka kebutuhan akan papan sudah lama membayangi masyarakat Indonesia.

Persyaratan penting untuk kelangsungan hidup manusia adalah tanah. Setiap manusia akan selalu bersentuhan langsung maupun tidak langsung dengan tanah yang sehat karena mereka hidup dan melakukan segala aktivitasnya di atas tanah yang selalu mereka pijak. Bahkan manusia terbuat dari tanah dan setelah meninggal, akan kembali ke tanah. Sebuah area penting bagi kehidupan manusia.

Populasi tumbuh lebih padat di kota-kota besar sebagai akibat dari kemajuan modern. Dengan ledakan populasi ini, industri properti akan meningkat pesat dan tampaknya sangat menarik. Jawa Timur, misalnya, memiliki salah satu tingkat kepadatan penduduk dan perluasan properti tertinggi. Jawa Timur tidak diragukan lagi salah satu lokasi paling menguntungkan untuk berinvestasi dalam struktur atau bahkan properti. Karena provinsi ini telah berkembang menjadi pusat pendidikan, diperkirakan harga jual kavling tanah atau bangunan siap huni akan terus meningkat di wilayah Jawa Timur. Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan industri properti yang dinilai memiliki potensi keuntungan ini adalah lokasi ritel dan hiburan.

Bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang persaingan usaha, tidak perlu dikatakan lagi mengingat strategi pemasaran yang sangat efektif untuk kepentingan mendapatkan keuntungan perusahaan sehingga dapat terus bersaing di tengah ketatnya persaingan usaha yang bergerak di bidang yang sama yaitu jual beli tanah kavling. "Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah pada upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada setiap tingkat, dan referensi serta alokasinya, terutama dari kondisi persaingan yang selalu berubah dalam menanggapi suatu perusahaan", menurut Assauri (2018).

"Strategi adalah kumpulan cetak biru besar yang menguraikan bagaimana perusahaan harus bekerja untuk mencapai tujuan," menurut Antyadika (2019). Perusahaan akan mampu bersaing untuk menarik pelanggan dan membangun minat beli terhadap produk atau jasa perusahaan dengan strategi pemasaran yang kuat yang telah disusun dengan pertimbangan yang sangat matang. Selain itu, keputusan pembelian konsumen harus diperhitungkan untuk mencegah kerugian bagi pelanggan yang membeli barang atau jasa dari bisnis.

Konsumen akan mempertimbangkan apakah mereka akan menghasilkan uang jika mereka berinvestasi di masa depan dengan sengaja dan karena keinginan. Konsumen kemudian akan mencari informasi tentang produk atau jasa yang mereka inginkan jika mereka sadar bahwa mereka membutuhkannya. Konsumen akan menggunakan bauran pemasaran saat ini untuk melakukan proses pencarian

informasi dengan sangat hati-hati. Pertimbangkan faktor-faktor seperti harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), dan lain-lain saat mempertimbangkan data.

Pelanggan akan terus mencari informasi tentang preferensi mereka yang sangat spesifik. Pelanggan akan memilih kavling yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dengan membayar harga yang pantas karena mereka akan merasa terpuaskan dengan hasil tanahnya. Keberhasilan penetapan harga adalah komponen penting dari bauran pemasaran. Harga adalah komponen bauran pemasaran yang fleksibel, yang berarti dapat berubah dengan cepat tergantung pada keadaan pasar setiap saat. Harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan uang bagi bisnis. Oleh karena itu, organisasi akan mendapat untung dari penetapan harga patokan yang bersaing dengan harga pasar.

Pelanggan akan memperhitungkan lokasi bidang tanah yang dipilih dan dibeli selain harganya. Pencapaian tujuan bisnis juga akan tergantung pada pilihan lokasi yang strategis. Situs yang strategis adalah yang berada di tengah kota, sehingga mudah diakses dan berdekatan dengan sejumlah area publik. Dalam pendekatan ini, akan mendorong masyarakat untuk membeli tanah sebagai aset jangka panjang.

Konsumen pasti akan terpesona dan membangun minat beli mereka pada apa yang Anda miliki jika Anda memikirkan harga dan lokasi. Dengan banyaknya promosi yang tersedia, penting juga bagi bisnis untuk memasarkan barang atau jasa yang mereka sediakan. Agar masyarakat mengetahui barang atau jasa perusahaan, pelaku bisnis harus mahir menangani teknik pemasaran yang tepat. Pelanggan akan tertarik untuk membeli barang atau menggunakan jasa suatu usaha jika pemasarannya efektif dan memuat informasi yang jelas.

PT Brilliant Mina Bumi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli tanah kavling berbasis syariah yang terdapat di Jalan Keramat Jaya, Desa Keramat, Kecamatan Lamongan, Jawa Timur. PT Brilliant Mina Bumi memfasilitasi pembelian tanah khususnya tanah kavling untuk masyarakat yang berada di Kota Lamongan, namun perusahaan ini juga memfasilitasi pembelian yang dilakukan pembeli luar daerah Lamongan untuk dapat berinvestasi disana. Lokasi yang dekat dengan Masjid Namira Lamongan akan memudahkan calon konsumen

memperhitungkan prospek yang didapatkan jika berinvestasi tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi.

Dalam upaya memasarkan tanah kavling yang dimiliki perusahaan agar menarik minat beli para investor, PT Brilliant Mina Bumi selalu melakukan riset harga pasaran yang ada di setiap kota agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Selain itu PT Brilliant Mina Bumi juga selalu melakukan promosi melalui brosur yang dibagikan di jalan atau di pusat keramaian lainnya. Tidak hanya melalui penyebaran brosur, tetapi juga melalui platform media sosial seperti Facebook dan WhatsApp dan inisiatif lainnya untuk membuat plot properti perusahaan dikenal masyarakat luas. Dengan demikian, peluang perusahaan untuk mengembangkan bisnis ini akan terus meningkat mengingat kavling tanah merupakan kebutuhan untuk kelangsungan hidup ketika sebuah rumah atau ruko dibangun di atasnya.

Untuk itu, berdasarkan uraian di atas, melihat dari lokasi yang ada, prospeknya juga akan menguntungkan bagi para pembeli tanah kavling tersebut karena dekat dengan Masjid Namira yang dimana selalu ramai akan jamaah dari berbagai daerah. Dari analisa tersebut diharapkan penulis mendapatkan hasil korelasi antara lokasi, harga, prospek dan promosi apakah berpengaruh terhadap minat beli. Untuk itu penulis akan memilih judul **“Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Minat Beli Tanah Kavling Pada PT Brilliant Mina Bumi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan pada poin sebelumnya, maka penulis menyusun beberapa rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi?
3. Apakah prospek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi?
4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi?

5. Apakah lokasi, harga, prospek, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan atau pemutusan suatu masalah yang digunakan agar tidak terjadi suatu hal yang menyimpang ataupun pelebaran dari pokok masalah atau pokok bahasan. Kegunaannya dalam penelitian adalah agar penelitian diharapkan mampu untuk lebih focus dan terarah. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam pembahasan dalam forum sehingga tercapai tujuan daripada penelitian tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam batasan masalah, yakni dengan memilih satu atau dua masalah (disimbolkan dengan X atau Y) yang hendak diteliti, menegaskan pengertian, dan memaparkan data-data yang dapat membeberkan penjelasan atau gambaran yang lebih rinci. Batasan masalah diperlukan supaya penelitian bisa memberikan hasil yang tepat.

Maka dari itu penulis memberikan batasan-batasan mengenai masalah pada penelitian ini, yaitu pengaruh marketing mix terhadap minat beli tanah kavling pada PT Brilliant Mina Bumi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah yang sudah dijelaskan, adapun tujuan yang diharapkan dalam riset ini yaitu :

1. Untuk menguji adakah pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi;
2. Untuk menguji adakah pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi;
3. Untuk menguji adakah pengaruh prospek secara parsial terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi;
4. Untuk menguji adakah pengaruh promosi secara parsial terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi;
5. Untuk menguji adakah pengaruh lokasi, harga, prospek, dan promosi secara simultan terhadap minat beli tanah kavling di PT Brilliant Mina Bumi.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penulisan riset ini, peneliti mengharapkan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memanfaatkan sumber informasi melalui penulisan ini sebagai bahan pertimbangan juga masukan yang dapat digunakan untuk *improve* atau meningkatkan *marketing mix* dalam menarik minat beli konsumen.

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Diyakini bahwa penelitian ini akan menawarkan perspektif berpikir kritis dengan menjadi tolok ukur perbandingan untuk penelitian lain yang serupa.

3. Bagi Peneliti

Berkaitan dengan topik manajemen pemasaran dan bagaimana lokasi, harga, prospek dan promosi mempengaruhi minat membeli tanah kavling, temuan penelitian ini memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan disiplin ilmu yang mereka pelajari di perguruan tinggi untuk digunakan dalam memecahkan masalah aktual di lapangan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disajikan dalam struktur bab untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan. Untuk itu, adapun urutan sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Sejarah masalah yang akan dijadikan topik penelitian akan dibahas dalam bab ini. Terdapat pula rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penelitian yang dapat digunakan untuk membuat penelitian terfokus.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Untuk mengarahkan hasil yang diperoleh, bab ini akan menjelaskan teori-teori yang terkait dengan topik penelitian dengan menampilkan temuan-temuan penyelidikan sebelumnya.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Materi ini menguraikan prosedur yang diikuti peneliti ketika melakukan penelitian dan menghasilkan laporan penelitian. Prosedurnya mencakup jenis dan sumber data, populasi dan ukuran sampel, teknik pengumpulan data, dan banyak lagi.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Untuk sampai pada kesimpulan yang dapat memberikan jawaban atas kesulitan-kesulitan ini, pengamatan, pengumpulan data, dan pengelolaan yang diuraikan dalam bab-bab sebelumnya akan dianalisis untuk menghasilkan hasil yang akan dibahas dalam bab ini.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini menawarkan rekomendasi kepada objek penelitian untuk mengatasi masalah saat ini dan memajukan objek penelitian di masa depan, serta kesimpulan yang diperoleh dari temuan diskusi penelitian.