

BAB I

USAHA PERUMAHAN

A. Definisi Usaha Perumahan

Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya, yang berarti kebutuhan akan perumahan juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat. Untuk memperoleh perumahan, khususnya perumahan yang layak, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan tentang perumahan dan permukiman di Indonesia.

Perumahan dan permukiman merupakan kebutuhan dasar manusia yang memiliki peran strategis sebagai pendidikan keluarga, pembibitan budaya, peningkatan kualitas generasi penerus, dan perwujudan jati diri bangsa. Peningkatan kualitas hidup layak dapat menandai terwujudnya kesejahteraan masyarakat dan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain berfungsi sebagai pelindung dari gangguan alam dan cuaca, rumah juga memiliki fungsi sosial budaya, oleh karena itu rumah diartikan sebagai sekumpulan rumah yang berfungsi sebagai lingkungan hidup atau lingkungan hidup dengan sarana dan prasarana lingkungan.¹ Rumah merupakan kebutuhan dasar manusia, oleh sebab itu Negara wajib menjamin pemenuhan kebutuhan rumah. Hal tersebut telah diamanatkan dalam UUD 45 Pasal 28 H, dan dikuatkan dalam UU Nomor 1 Tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan Permukiman serta UU nomor 20 Tahun 2011 tentang Rumah susun.

¹ Fahrah F, "Identifikasi Variabel Penilaian Properti Perumahan Berdasarkan Persepsi Penghuni Perumahan". Jurnal SMARTek. Vol. 9 No. 4. Nopember 2011, hal. 258-259.

1) Property Syariah

Di era saat ini banyak bermunculan perusahaan perumahan yang bisa dijadikan sebagai referensi bagi kepala rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal untuk keluarganya. Perusahaan perumahan pada saat ini dibagi menjadi dua macam berdasarkan pembayarannya diantaranya yaitu, KPR Bank dan perumahan yang menggunakan konsep syariah.

Trend saat ini, konsep syariah menjadi sangat fenomenal dan banyak diminati oleh masyarakat terutama masyarakat muslim.² Dari hal tersebut dapat kita ketahui bahwa. Masyarakat Indonesia terutama yang beragama muslim mulai banyak yang mengkonsumsi barang yang berbasis syariah. Maka dari itu, masyarakat mulai banyak mempersiapkan modal untuk memulai bisnis dengan konsep syariah. Tidak hanya itu, seiring bertambahnya jumlah penduduk warga Indonesia ini mempengaruhi meningkatnya jumlah investor terutama investor muslim.

Properti syariah yaitu sebuah system dalam bisnis properti syariah yang dalam menjalankannya menggunakan prinsip syariah.³ Salah satu contoh dari property syariah adalah perumahan yang berkonsep syariah. Property syariah ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia terutama masyarakat muslim untuk melakukan kegiatan konsumsi atau investasi . jadi dalam hal desain, penjualan, dan pembayarannya berdasarkan dengan konsep syariah.

2) Perumahan Subsidi dan Non Subsidi

a) Perumahan Subsidi

Perumahan subsidi adalah perumahan yang spesifikasinya sudah ditentukan oleh pemerintah

² Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika Ed.1, Cet 1, 2008), hlm. 62

³ Dina Shabrina Adani An-Nisaa, "*Pembiayaan IB Griya Terhadap Nasabah Berpenghasilan Rendah Menggunakan Akad Murabahah (Studi Pada Bank Syariah KCP Semaarang Barat)*" (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2019), 21.

sejak awal perizinan, pembayaran pajaknya di berikan dispensasi oleh pemerintah dan target marketingnya ditujukan pada masyarakat yang berpenghasilan menengah ke bawah (kurang mampu).

b) Perumahan Non Subsidi

Perumahan non subsidi adalah perumahan-perumahan komersel dan dikenakan pajak (PPN). Perumahan non subsidi bisa dilihat dari luas tanah, harga, dan target marketnya ditujukan pada masyarakat berpenghasilan menengah keatas.

B. Perkembangan Usaha Perumahan

Bisnis perumahan berbasis syariah di Indonesia semakin berkembang pesat. Hal ini dibuktikan dari catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa, dalam beberapa tahun belakang ini perumahan syariah di Indonesia semakin meningkat penjualannya. Setiap tahunnya meningkat sebanyak 11,23%. Karena hal tersebut banyak pembisnis banyak yang menggunakan konsep syariah dalam penjualannya. Para pembisnis banyak yang mulai berbisnis dengan sistem syariah, karena selain sistem nya mudah bisnis property syariah tidak mengandung unsur riba. Bisnis ini mulai mendapatkan perhatian dari publik dengan sudut berbagai sisi dan juga menjadi akses yang baik bagi masyarakat menengah kebawah. Tetapi meskipun banyak pembisnis yang mulai mencoba bisnis property syariah, sebagian masyarakat masih banyak yang belum paham dalam pengaplikasiannya., sehingga diperlukan sosialisasi lebih lanjut.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan perumahan syariah diantaranya :

1) faktor Agama

Dikarenakan masyarakat Indonesia banyak yang beragama Islam ini menjadikan banyak orang memilih properti berbasis syariah. Kadang kala ada perumahan

yang dijual secara non syariah dan dianggap kurang berkenan bagi sebagian orang. Oleh karena saat ini banyak masyarakat yang memilih menggunakan sistem syariah.

2) Harga Bersaing

Dalam meningkatnya perkembangan perumahan syariah ini tidak luput dari persaingan harga sehingga banyak perumahan yang dijual dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu orang-orang lebih banyak yang memilih perumahan dengan harga terjangkau dan berbasis syariah.

3) Desain Menarik

Perumahan syariah juga mengusung desain sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan perumahan syariah. Dengan desain-desain yang moderen dan kekinian dan juga disesuaikan dengan budget masyarakat. Mulai dari menengah kebawah sampai menengah keatas.

4) Masyarakat Mulai Mengerti Riba

Sudah tidak bisa dipungkiri bahwa untuk saat ini masyarakat sudah mengenal yang namanya riba, sehingga mereka menginginkan perumahan yang berbasis syariah (tidak mengandung riba). Karena bagi sebagian orang beranggapan bahwa rumah yang di dapatkan dengan cara riba tidak akan mendapat ketenangan.⁴

C. MARKETING PERUMAHAN

Pemasaran adalah proses sosial dan manajemen di mana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menyediakan, menciptakan, dan bertukar produk dan layanan yang berharga dengan pihak lain.⁵ Pemasaran di mulai dengan memenuhi

⁴ *Ibid*, hal. 42.

⁵ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, (Jakarta: Erlangga, 2000), hal. 52.

kebutuhan manusia kemudian menjadi keinginan manusia. Konsep pemasaran terjadi karena adanya proses pemenuhan kebutuhan manusia.

Dalam memilih rumah, masyarakat melihat hanya dari segi harga tetapi juga dari segi lokasi, lingkungan, dan bangunan. Hal tersebut di karenakan masyarakat mempertimbangkan dengan pendapatan masing-masing. Bagi masyarakat menengah keatas lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk, lain halnya perihal harga tidak akan menjadi masalah. Sedangkan dalam pemilihan lingkungan mereka memilih lingkungan yang nyaman untuk di huni atau bisa dilihat dari segi keamanannya, kebersihannya, kelengkapannya fasilitas umum dan sebagainya. Dalam pemasarannya perusahaan property tidak bisa terlepas dari persaingan. Hal ini di karenakan semakin banyaknya pengusaha developer yang menawarkan perumahan dengan beberapa keunggulannya masing-masing, dari segi harga, kualitas, dan lain sebagainya.

Dalam hal ini, pengusaha developer perumahan melakukan berbagai usaha dalam melakukan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Dengan semakin banyaknya pesaing ini berakibat pada jumlah volume penjualan. Oleh karena itu, para developer harus mampu bersaing dalam memasarkan produk perumahannya agar jumlah penjualannya tidak menurun dan bisa terus berkembang.⁶ Perusahaan developer harusnya mengerti arti penting dalam pemasaran salah satunya memahami konsep inti yang meliputi permintaan, keinginan, dan kebutuhan.

Untuk memasarkan produknya, perusahaan seharusnya mempunyai rencana atau strategi untuk mencapai tujuan yang di inginkan.⁷ Untuk menjaga loyalitas dengan pelanggan perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggannya. Begitu pula jika tidak ada dukungan strategi

⁶ Muammar Rafsyantani, "*Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Prodduk Perumahan Panam Permata Residence Pada PT. Hari Sejahtera Abadi*", hal. 2.

⁷ *Ibid*, hal. 5.

pemasaran yang benar dan tepat, penjualan tidak akan berjalan lancar.⁸ Tidak setiap perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya.

Dalam memasarkan produk perumahan diperlukan strategi sebagai berikut :

1. Strategi Produk

Disini menjelaskan tentang spesifikasi dari model rumah yang akan dipasarkan.

2. Strategi Harga

Perusahaan menentukan besaran harga berdasarkan spesifikasi rumah.

3. Strategi Tempat

Menentukan tempat juga berpengaruh dalam pemasaran, karena letak bisa jadi salah satu daya tarik konsumen.

4. Strategi Distribusi

Ini merupakan strategi pelayanan perumahan bagi konsumen berdasarkan metode pembayaran. Dengan adanya kantor pemasaran maka perusahaan dapat memberikan pelayanan dan informasi yang lengkap mengenai produk-produk yang terdapat pada perusahaan residensial.

5. Strategi Promosi

Dengan adanya promosi di harapkan untuk memudahkan dalam mengkomunikasikan produk pada konsumen. Promosi produk dapat diketahui oleh masyarakat dan menggugah minat beli konsumen.

Ada beberapa cara dalam mempromosikan produk perumahan yaitu :

- a) Sales
- b) Iklan di media cetak
- c) Iklan di media elektronik
- d) Pameran

⁸ *Ibid*, hal. 8.