BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Judul Penelitian

Pertumbuhan bisnis di sektor properti menjadi sorotan penting bagi masyarakat yang ingin membeli, sehingga dapat lebih menelaah agar tepat didalam menentukan pilihannya. Tidak bisa dipungkiri bahwa properti seperti rumah merupakan wadah yang berharga untuk pembentukan karakater dan peningkatan kualitas diri manusia.

Properti menjadi sebuah usaha yang menjanjikan dan memberi keuntungan yang besar dengan waktu jangka panjang. Sektor perumahan propeti dapat memiliki peranan yang penting didalam menumbuhkan perekonomian, diduga bahwa permintaan terhadap properti pun bisa menjadi meningkat jika ditandai dengan adanya pertambahan penduduk, seperti halnya Kota Sukabumi yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan.

Berdasarkan data yang didapat dari internet *websitebisnis* bahwa pembelian properti syariah mencapai 11,23% per tahun, sedangkan properti non syariah melampaui hingga 15,01% pembelian properti. Hal ini menunjukan bahwa minimnya masyarakat didalam memilih properti yang berbasis syariah sehingga menjadi sebuah hal yang perlu diperhatikan terutama untuk masyarakat yang menganut Agama Islam.

B*uying interest* atau ketertarikan untuk membeli terhadap properti syariah tidak mudah muncul pada diri seseorang jika bukan karena faktor internalnya

yang lebih berpengaruh, seperti memiliki keinginan untuk berkomitmen dalam memilih properti syariah serta menyadari bahwa properti non syaria'ah itu dapat menghilangkan *kemaslahatan* untuk semua yang terlibat didalamnya, maka dari itu keselarasan bisnis dengan aturan agama sangatlah dapat membantu untuk kelancaran sebuah bisnis, sehingga dapat terhindar dari haramnya hukum riba dalam transaksi jual beli. Sebagaimana sudah tercantum di dalam Kitab Suci Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 130, Allah SWT berfirman, bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ الرِّبَا أَضْعَافاً مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُواْ اللهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ . وَاتَّقُواْ النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir." (Qs. Ali Imron [3]: 130)

Dengan ayat Al-Qur'an diatas, Allah menekankan bahwa bahaya riba sangatlah mengerikan, bahkan terdapat juga didalam hadist tentang bahaya riba sebagaimana Rasulullah SAW bersabda bahwa "Apabila riba dan perzinaan telah muncul di suatu daerah, berarti mereka telah menghalalkan bagi dirinya siksa Allah SWT". Dengan adanya riba maka dapat menimbulkan sebuah persamaan bahwa yang kaya akan semakin kaya dan yang miskin akan semakin miskin. Maka dari kesadaran seseorang dapat berperan penting dan juga dengan persepsi positif yang bisa mendorong dirinya untuk menentukan tindakan yang berujung pada pembelian sehingga target penjualan perusahaan properti syariah cenderung bisa tercapai bahkan hingga meningkat.

Consumer awareness adalah suatu kesadaran konsumen yang dapat mempengaruhi dirinya didalam memahami sesuatu. Konsumen pun merupakan makhluk sosial yang tak luput dengan adanya sebuah interaksi sehingga hal tersebut cenderung lebih besar akan terpapar informasi dari berbagai pihak. Karena kesadaran timbul sacara internal dalam diri manusia atas sesuatu yang dirasakannya atau dipersepsikannya.

Perception atau persepsi merupakan sebuah pandangan yang dimiliki oleh seseorang, sehingga dapat dengan mudah memiliki deskripsi tersendiri atau dapat menerjemahkan secara langsung atas stimulus yang telah diterima oleh dirinya, dengan persepsi yang tentunya berbeda dari setiap orang. Perbedaan pandangan manusia didalam mengartikan sesuatu hal tentunya dipengaruhi banyak faktor diantaranya sudut pandang setiap individu, baik atas pengetahuan luas yang dimilikinya, maupun dari hubungan sosial seseorang.

PT. Bangun Rumah Syariah atau BRS disahkan pendiriannya Berdasarkan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0053327.AH.01.01Tahun 2018 Tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan Terbatas PT Bangun Rumah Syariah. Dan berdasarkan ketentuan Pasal 24 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik bahwa telah diterbitkan NIB dengan nomor 9120201172351 tahun 2018. PT Bangun Rumah Syariah merupakan perusahaan kontraktor yang digagas menjadi properti masa kini dengan sistem yang digunakan adalah dapat membangun rumah yang konsumen inginkan di tanah kosong milik konsumen dan diolah menjadi sebuah properti

atau tempat tinggal terbaik yang dibangun demi sebuah kenyamanan dan keamanan untuk konsumen. Perusahaan yang sudah lama berdiri dengan mengadopsi konsep Islam yang kemudian diaplikasikan pada perusahaan BRS menjadi sebuah nilai unggul yang diterima oleh masyarakat karena akan banyak inovasi yang dapat menjadikan sebuah terobosan bagi masyarakat untuk bisa memiliki rumah impiannya tanpa akan menimbulkan sebuah hal yang tidak diharapkan bagi pihak-pihak terkait.

BRS meyakini bahwa dengan menerapkan konsep Islam maka Allah memberikan aturan semata-mata adalah yang terbaik, setiap aturan yang dilanggar maka hukuman selalu berdampingan sebagai balasannya. Dengan menjauhi larangan Allah maka akan mendapatkan keberkahan atasnya dan memudahkan kesuksesan dalam menjalankan usaha.

BRS menjadikan bentuk bangunan modern minimalis dan *freecustom design* sebagai ciri khas dalam membangun rumah yang di inginkan konsumen, karena BRS tidak menyediakan rumah siap jual melainkan rumah pesan bangun, sehingga perusahaan properti ini juga tidak serupa dengan properti lainnya. Namun persaingan yang selalu muncul di dunia usaha tentu tidak pernah dapat dihindarkan, sehingga BRS mempromosikan produknya melewati iklan berbayar di *Facebook Ads* (*Fb Ads*) karena dapat sesuai dengan target sasaran yaitu kepada jangkauan masyarakat yang juga sedang mencari properti yang dibutuhkannya, serta tingkat jumlah dari jangkauan yang tersebar dalam iklan tersebut adalah disesuaikan dengan harga iklan yang dibayarkan oleh BRS kepada

iklan Fb Ads, sehingga jumlah jangkauannya pun berbeda-beda, berikut data ketertarikan pada BRS, yaitu:

Tabel 1.1 Data Jangkauan Ketertarikan pada Properti

Periode 2018			Data Konsumen Yang Masuk ke BRS
Maret	**April**	**Mei**	
935	4368	658	552 calon pembeli

Sumber : Fb Ads pada BRS, 2018

Adapun data di atas membuktikan bahwa tidak banyak masyarakat atau minim sekali masyarakat yang tertarik memilih pada BRS yaitu sebanyak 552 calon pembeli dari 5.961 jangkauan, dan hanya sedikit calon pembeli yang melakukan hingga tahap pembelian, berikut adalah data penjualan pada BRS, yaitu:

Table 1.2 Data Penjualan PT. Bangun Rumah Syariah

NO	BULAN	TARGET	JUMLAH
1	Juni	5 Unit	1 Unit
2	Juli	5 Unit	1 Unit
3	Agustus	5 Unit	3 Unit
4	September	5 Unit	3 Unit
5	Oktober	5 Unit	2 Unit

Sumber : Data Penjualan BRS

Berdasarkan data penjualan diatas hanya sedikit unit rumah yang dapat dibangun oleh BRS terlebih jika melihat dari target BRS dalam membangun rumah. Target perusahaan belum tercapai yang berimbas pada minimnya ketertarikan untuk membeli. Banyak hal yang dapat mempengaruhi kurangnya

masyarakat dalam memilih properti syariah. Data berikut ini adalah perbandingan rumah *type* 36 dengan sistem pembayaran berbeda, sehingga dapat terlihat keunggulan dan kelemahan dari setiap sistem properti, yaitu:

Tabel 1.3 Data Perbandingan Properti

Keterangan	**Properti (Bank syariah)**	**Properti (Bank Konvensional)**	**Bangun Rumah Syariah**
Luas bangunan	36	36	36
Uang muka /DP	7 juta	10 juta	34 Juta
Harga jual	130 juta (tanah dan rumah)	205 juta (tanah dan rumah)	120 Juta (rumah)
Jumlah dan waktu angsuran	826 rb (selama 20 tahun)	1,6 juta (selama 20 tahun)	1.4 Juta (selama 5 tahun)

Sumber : Diolah Peneliti, 2018

Berdasarkan uraian permasalahan di atas bahwa minimnya rasa perhatian konsumen untuk dapat tertarik pada BRS diduga disebabkan karena kurangnya kesadaran konsumen untuk mengetahui informasi seputar BRS di lingkungan sosial, selain itu juga diduga disebabkan karena adanya persepsi mengenai keraguannya dalam mencoba hal baru.

Maka dari uraian tersebut, penelitian ini dilakukan pada properti syariah, khususmya di PT. Bangun Rumah Syariah dan dengan judul yang ditetapkan yaitu "Peran *Consumer Awareness* dan *Perception* terhadap *Buying Interest* pada Properti Syariah".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi bahwa masalah yang terjadi pada PT. Bangun Rumah Syariah di Kota Sukabumi yaitu mengenai *buying interest*, dimana pada triwulan ke dua priode 2018 terdapat penurunan untuk jangkauan ketertarikan konsumen atas penawawan yang telah diberikan BRS pada konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka rumusan masalah didalam penelitian ini antara lain:

1.3.1 Bagaimana *consumer awareness* pada PT. Bangun Rumah Syariah?

1.3.2 Bagaimana *perception* dari konsumen PT. Bangun Rumah Syariah?

1.3.3 Bagaimana *buying interest* konsumen PT. Bangun Rumah Syariah?

1.3.4 Seberapa besar pengaruh *consumer awareness* dan *perception* terhadap *buying interest* pada PT. Bangun Rumah Syariah?

1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun dari penelitian ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1.4.1.1 Untuk mengetahui *consumer awareness* pada PT. Bangun Rumah Syariah.

1.4.1.2 Untuk mengetahui *perception* dari konsumen PT. Bangun Rumah Syariah.

1.4.1.3 Untuk mengetahui *buying interest* konsumen PT. Bangun Rumah Syariah.

1.4.1.4 Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang diberikan *consumer awareness* dan *perception* terhadap *buying interest* pada PT. Bangun Rumah Syariah.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1.4.2.1 Kegunaan Teoretis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai aplikasi ilmu yang sudah dipelajari selama penulis mendapatkan keilmuan di Program Studi Administrasi Bisnis. Selain itu, agar dapat memberikan manfaat untuk perusahaan dari kontribusi yang penulis lakukan dalam segi pemikiran terkait bidang pemasaran, agar minat beli konsumen bisa meningkat didalam menanamkan kesadaran konsumen, dengan begitu penulis dapat membantu memberi masukan atau pertimbangan dalam peningkatan penjualan yang sudah ditargetkan untuk kebaikan perusahaan di masa yang akan datang.

1.4.2.2 Kegunaan Praktis

Dari penelitian ini maka diharapkan agar dapat membantu dalam memberikan sumbangan pemikiran dan juga pemahaman, kepada pihak-pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut:

1.4.2.2.1 Bagi Peneliti

Penulis berharap semoga penelitian yang dilakukan ini bisa menjadi sebuah perbandingan didalam mengetahui teori yang didapatkan diperkuliahan dan temuan gap di dalam dunia bisnis sehingga memberikan pembelajaran untuk masa depan ketika terjun dalam dunia bisnis di masyarakat, selain itu juga penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sebagai pengetahuan yang menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam masalah yang penulis cermati. Penelian ini juga dilakukan untuk tahap pembelajaran peneliti

didalam menganalisis dunia usaha dan menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai pelaksanaan penelitian ini.

1.4.2.2.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi alat ukur bagi perusahaan dari segi pemasaran mengenai perilaku konsumen agar membantu dalam mencapai target perusahaan. Dan agar penelitian ini menjadi bahan referensi atau masukan yang dapat membangun perusahaan dalam menemukan masalah yang harus diselesaikan, ataupun dalam mengantisipasi setiap masalah khususnya masalah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan ini baik untuk saat ini maupun masa yang akan datang sehingga perusahaan dapat menjadi lebih baik dan tetap bertahan.

1.4.2.2.3 Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para mahasiswa yang juga melakukan penelitian, sebagai bahan referensi tambahan dan memperluas pengetahuan didalam melakukan penelitian yang serupa, baik bagi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis yang ada di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sukabumi ataupun seluruh mahasiswa yang ada di lingkungan luar kampus Universitas Muhammadiyah Sukabumi sebagai pembaca dari buku penelitian ini

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini pada PT. Bangun Rumah Syariah yang bertempat di Jalan Srewidari No 85, Kota Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia. Kantor BRS ini terletak ditempat yang strategis sehingga tidak sedikit masyarakat yang berlalu lalang di wilayah tersebut karena disamping kantor BRS terdapat klinik kesehatan herbal maupun tempat makan yang selalu banyak dilewati oleh masyarakat.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Lamanya penelitian yang dilakukan terhitung dari mulai bulan Desember 2018 hingga bulan Mei 2019. Selama kurun waktu tersebut, peneliti melakukan tahapan penelitian dari mulai persiapan melakukan penelitian seperti melakukan wawancara dengan pihak terkait dalam penelitian ini, tahap pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada responden, tahap pengolahan data yang sudah didapatkan dari kuesioner sampai dengan tahap pengujian sidang penelitian skripsi ini, sebagaimana jadwal di bawah ini:

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	2018												2019															
		Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Tahap Penelitan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	a. Observasi																												
	b. Wawancara																												
2.	Tahap Penyusunan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
	a. Penyusunan proposal																												
	b. Sidang Usulan Penelitian																												
	c. Pengumpulan Data																												
	d. Pengolahan Data																												
	e. Analisis Data																												
	f. Penyusunan Skripsi																												
	g. Bimbingan Skripsi																												
3.	Tahap Pengujian	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
	a. Penyerahan Skripsi																												
	b. Sidang Skripsi																												
	c. Perbaikan Skripsi																												