

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Singaraja merupakan ibu kota Kabupaten Buleleng yang letaknya di Kecamatan Buleleng. Singaraja merupakan wilayah pusat pemerintahan, perekonomian, pendidikan, sosial, budaya, dan lainnya sehingga pembangunan perkantoran, perumahan, perdagangan, transportasi banyak di bangun disini, dengan demikian banyak para pendatang dari luar datang ke Singaraja untuk bekerja (Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kab. Buleleng, 2014). Singaraja juga terdapat banyak sekolah dan beberapa perguruan tinggi ternama. Di antara perguruan tinggi tersebut adalah Universitas Pendidikan Ganesha dan Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja. Kehadiran institusi pendidikan ini menarik banyak mahasiswa yang datang ke ini untuk mengejar pendidikan tinggi mereka. Singaraja menjadi tujuan populer bagi para calon mahasiswa yang mencari lingkungan akademis yang berkualitas dan beragam pilihan pendidikan.

Pekerja dan mahasiswa pendatang membutuhkan tempat tinggal sementara di Singaraja agar mudah dalam menjalankan aktivitasnya. Kehadiran tempat tinggal sementara ini dapat menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha untuk menyediakan layanan sewa hunian di Singaraja. Dilansir dari data Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng, diketahui pertumbuhan penduduk di Singaraja setiap tahunnya meningkat secara konsisten. Pada tahun 2021, jumlah penduduk mencapai 151,750 jiwa, meningkat menjadi 153,930 jiwa pada tahun 2022, dan terus bertambah menjadi 155,500 jiwa pada tahun 2023. Fenomena peningkatan ini

tentunya memiliki implikasi signifikan terhadap permintaan layanan sewa hunian di Singaraja. Pertambahan populasi yang meningkat mengakibatkan proses pembangunan juga semakin cepat, sehingga Singaraja semakin padat. Disisi lain, pertambahan jumlah penduduk juga meningkatkan permintaan akan hunian (Irliza, 2016). Tidak hanya memberikan manfaat bagi pemilik layanan sewa hunian itu sendiri, membuka layanan sewa hunian juga dapat membuka peluang lapangan kerja bagi pebisnis lain di sekitar misalnya, usaha penatu (*laundry*), *fotocopy*, atau layanan kebersihan yang berkolaborasi dengan hunian sewa tersebut. Hal ini tidak hanya menguntungkan bagi pemilik sewa hunian, tetapi juga meningkatkan aktivitas ekonomi di tingkat lokal dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Membuka sewa hunian juga dapat digunakan sebagai investasi jangka panjang yang menguntungkan, mengingat kebutuhan akan tempat tinggal sementara cenderung terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan perkembangan ekonomi di Singaraja.

Kos merupakan salah satu hunian sewa yang sebagian besar pendatang menggunakannya sebagai tempat tinggal sementara. Kos bisa berada di dalam suatu rumah yang tergabung dengan rumah inti pemilik rumah kos atau dibangun khusus satu bangunan yang terdiri dari kamar-kamar. Setiap orang memiliki preferensi yang berbeda dalam hal memilih hunian kos. Demikian juga penyewa kos di Singaraja. Ini memicu peningkatan dalam pembangunan properti, termasuk pengembangan sewa kos dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal penduduk yang semakin bertambah. Hal ini juga perlu diamati oleh pemilik kos lakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa sewa kos yang dimiliki, mulai dari meningkatkan kualitas, menetapkan harga, menentukan lokasi dan

berbagai promosi yang dilakukan. Pemilik kos dalam menarik perhatian konsumen harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar konsumen lebih memilih untuk melakukan keputusan pada layanan sewa kos yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan pendapatan dari layanan tersebut.

Keputusan pembelian dalam membeli produk atau jasa sering dianggap sebagai keluaran dari hasil pemikiran yang mengarah pada pemilihan tindakan diantara berbagai alternatif pilihan yang tersedia (Suryaningsih, 2021). Menurut Tjiptono (2008) keputusan pembelian merupakan tindakan seseorang secara langsung atau tidak langsung yang terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Secara langsung, keputusan pembelian dapat tercermin dalam tindakan penyewa yang secara aktif mencari, membandingkan, dan memilih kos yang mereka anggap paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Di sisi lain, terdapat juga pengaruh tidak langsung, seperti opini dari teman atau keluarga, ulasan online, atau promosi yang dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang terhadap kos tertentu. Menurut Gultom & Purba (2019), keputusan pembelian biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan konsumen seperti faktor harga dan lokasi.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong, 2012). Konsumen akan mempertimbangkan harga dalam pemilihan lokasi kos, harga juga dihubungkan dengan manfaat yang diperoleh dari jasa kos. Jika harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen, maka konsumen akan memilih dan tetap menggunakan jasa tersebut.

Pada pemilihan kos, selain mempertimbangkan harga, konsumen juga dapat memperhatikan faktor lokasi. Lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi dan kegiatannya (Hurriyati, 2015). Lokasi tidak hanya mengacu pada lokasi fisik atau geografis tempat usaha beroperasi, tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti fasilitas fisik, lingkungan sekitar, aksesibilitas, dan layanan yang disediakan di tempat tersebut. Lokasi yang baik tidak hanya memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam mendapatkan jasa, tetapi juga meningkatkan nilai dan manfaat yang diberikan oleh jasa sewa kos di Singaraja tersebut.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap 10 responden yang menggunakan kos memperoleh informasi mengenai fasilitas kos, harga kos, dan tempat yang mudah dijangkau dari kos yang ditawarkan oleh pemilik jasa sewa kos dapat dilihat pada Lampiran 1. Berdasarkan tabel pada lampiran, terlihat variasi harga kos di Singaraja, dengan rentang harga antara Rp. 700.000 hingga Rp. 400.000 per bulan. Harga kos ini sangat dipengaruhi oleh faktor lokasi. Kos yang mudah menjangkau kampus, perkantoran, dan pasar cenderung memiliki harga yang lebih tinggi, berkisar antara Rp. 650.000 hingga Rp. 700.000 per bulan. Sementara itu, kos yang sulit menjangkau kampus, perkantoran, dan pasar memiliki harga yang lebih terjangkau, dengan kisaran antara Rp. 400.000 hingga Rp. 450.000 per bulan. Persaingan pada jasa kos di Singaraja baik dari harga yang ditawarkan maupun jarak lokasi dengan tujuan konsumen yang telah diberikan pemilik kos akan mempengaruhi pengambilan keputusan pemilihan kos oleh konsumen di Singaraja.

Berdasarkan data pada Lampiran 2 dapat diperoleh informasi bahwa konsumen berasal dari luar daerah Singaraja yang saat ini bertempat tinggal di Singaraja. Tempat tinggal yang digunakan oleh konsumen berupa kos. Konsumen sudah menggunakan kos selama lebih dari 1 tahun, dan pernah melakukan pindah kos dengan alasan harga kos mahal, lokasi kos terlalu ramai, lokasi kos yang jauh, fasilitas kurang memadai, dan lingkungan di lokasi kos yang bebas. Informasi ini dapat dikatakan bahwa keputusan pemilihan kos di Singaraja belum mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen dalam memilih lokasi kos mempertimbangkan harga dan lokasi. Perbandingan kos dengan harga berkisar Rp. 300.000 sampai Rp. 500.000 perbulannya, dengan fasilitas kos yang diberikan berupa kasur, lemari, meja, kipas angin, kamar mandi dan area parkir. Perbandingan lokasi kos yang dipilih konsumen yakni dekat dengan kampus Undiksha. Hal serupa juga dialami oleh konsumen yang mencari informasi terkait kos melalui media grup online *Facebook* yakni Grup Info Kos-Singaraja yang nampak pada gambar 1.1 berikut.





Sumber: <https://www.facebook.com/groups/713332203848249/>

**Gambar 1.1 Observasi Awal Melalui Sosial Media**

Gambar tersebut terlihat bahwa konsumen tidak hanya mencari informasi kos secara langsung di Singaraja, tetapi juga melalui media online seperti postingan yang terdapat pada grup *Facebook* Info Kos – Singaraja tersebut. Postingan tersebut dilakukan oleh konsumen lebih dari sekali dalam waktu yang berbeda, dapat dikatakan konsumen melakukan mencari kos lebih dari sekali, dapat diketahui bahwa konsumen melakukan pindah kos, perpindahan kos yang dilakukan oleh konsumen ini dikarenakan ketidak sesuaian kebutuhan yang diinginkan oleh

konsumen. Pada postingan tersebut konsumen menjelaskan pertimbangan yang dibutuhkan dalam mencari kos, yakni dengan mempertimbangkan faktor harga, lokasi, dan fasilitas. Konsumen mencari kos dengan harga sekitar Rp. 300.000 sampai Rp. 600.000 per bulan, dengan pertimbangan fasilitas berupa kamar mandi dalam, dapur dalam, free Wi-Fi, *free* listrik, lemari, dan meja belajar. Konsumen juga mempertimbangkan lokasi kos, seperti kos daerah Banyuning, Parikesit, Wijaya Kusuma, Yudistira, lingkungan kampus FBS Undiksha, Kantor DISHUB Singaraja, dan daerah Bakti Seraga sampai Panji.

Berdasarkan pemaparan tersebut, diketahui dalam pemilihan kos konsumen mengalami ketidaksesuaian kebutuhan dan keinginan terhadap keputusan kos yang telah dipilih sehingga konsumen memilih untuk mencari kos yang lebih sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Faktor yang mempengaruhi perpindahan konsumen dalam melakukan keputusan pemilihan kos yakni harga kos yang tidak sesuai dengan daya beli masyarakat (mahal), serta lokasi kos yang jauh, terlalu ramai, fasilitas kurang memadai dan lingkungan kos yang terlalu bebas sehingga menjadikan konsumen tidak betah berada di dalam kos. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti terkait judul **"Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemilihan Kos di Singaraja"**.

### **1.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Peningkatan penduduk di Singaraja menjadikan permintaan jasa sewa kos bertambah setiap tahunnya.

2. Keputusan pembelian jasa kos yang diambil konsumen belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan tempat tinggalnya.
3. Harga kos yang menjangkau kampus, perkantoran, dan pasar di Singaraja mahal.
4. Lokasi kos yang pernah digunakan oleh konsumen belum mampu untuk memberikan manfaat dan kenyamanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **1.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada masyarakat di Singaraja, maka penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja.



3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos di Singaraja.

### 1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat penulisan penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Manfaat secara teoretis

Hasil ini diharapkan dapat memberikan ilmu atau pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen yakni manajemen pemasaran.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi pengguna kos

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pengguna dalam memilih kos di Singaraja.

- b. Bagi pemilik hunian kos

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi pemilik kos mengenai pentingnya penentuan harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos.

- c. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan tentang harga, lokasi, dan keputusan pembelian.

- d. Bagi Undiksha

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pustaka mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos.