

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Realitas menunjukkan bahwa pembangunan perumahan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia dan mempunyai arti penting bagi kehidupannya disamping pangan dan sandang, dimana setiap manusia selalu bercita-cita untuk memilikinya. Oleh karenanya kebutuhan ini merupakan salah satu sektor yang dirasakan mendesak untuk dapat dipenuhi adalah kebutuhan akan rumah. Dengan adanya tanah yang sangat terbatas mengakibatkan harga tanah yang tinggi sehingga harga rumah pun menjadi sangat mahal.

Seiring dengan mulai membaiknya kondisi perekonomian dewasa ini, sektor bisnis khususnya perumahan bangkit kembali ditandai dengan mulai berdirinya perusahaan-perusahaan baru di bidang pengembang perumahan dan semakin maraknya pembangunan perumahan di berbagai wilayah di Indonesia, khususnya di wilayah Yogyakarta (Jurnal Freddy Rangkuti dan John L. Billy).

Kebutuhan akan perumahan di perkotaan dari tahun ke tahun terus meningkat. Oleh karenanya, Perum Perumnas sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mempunyai misi menyediakan lingkungan permukiman bagi masyarakat golongan menengah ke bawah, selalu menjadi tumpuan harapan bagi sebagian besar masyarakat yang belum memiliki rumah dan memberi kesempatan untuk memiliki rumah yang layak huni dan harganya terjangkau. Unit-unit rumah sederhana yang dibangun oleh berbagai pengembang adalah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pemerintah sendiri telah menetapkan kebijakan

dalam bidang perumahan dan permukiman. Kebijakan tersebut pada prinsipnya menyatakan bahwa pengadaan rumah dan permukiman yang diharuskan membangun 1.000.000 unit rumah merupakan tugas dan tanggung jawab bersama antara pemerintah baik pusat maupun daerah.

Untuk menghadapi tugas yang diemban Perum Perumnas dan agar misinya tercapai, perlu ditempuh dengan berbagai strategi dan peningkatan di segala sektor kegiatan serta dukungan dari seluruh jajaran Perum Perumnas. Patut kita sadari, bahwa di tengah-tengah gencarnya para pelaku pembangunan permukiman, keberhasilan misi Perum Perumnas tidak terlepas dari dukungan dan pelayanan kepada masyarakat. Karena pelayanan yang kurang baik akan melahirkan citra yang buruk terhadap perusahaan. Sebaliknya pelayanan yang baik akan membawa dampak yang positif bagi Perum Perumnas, yang pada akhirnya akan menumbuhkan keyakinan, kepercayaan dan dukungan masyarakat.

Perum Perumnas merupakan salah satu perusahaan pengembang perumahan yang berada di Yogyakarta. Sudah menjadi kenyataan yang tidak dapat dipungkiri, semakin padatnya wilayah permukiman di Kota Yogyakarta telah memotivasi banyak penduduk Yogya yang memilih bertempat tinggal di wilayah Sleman, dan termasuk di wilayah Bantul Yogyakarta. Kenyataan inilah yang memicu semakin banyaknya perusahaan-perusahaan pengembang di wilayah ini (Jurnal Freddy Rangkuti dan John L. Billy).

Pembangunan perumahan yang ada selama ini menunjukkan bahwa selain Perum Perumnas, sumbangan produksi dari pengembang swasta sangat berperan dalam penyediaan perumahan untuk masyarakat. Hal tersebut menjadi perhatian

Pemerintah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan disadari perlu ada kerjasama antara pemerintah dan swasta untuk masalah pembangunan perumahan. Pembangunan rumah sederhana, dimana hal ini bertujuan agar masyarakat golongan menengah ke bawah dapat memiliki rumah sendiri yang layak huni, dengan harga yang sangat terjangkau.

Semakin ketatnya tingkat persaingan antar pengembang perumahan, khususnya di wilayah Bantul telah dibangun perusahaan-perusahaan pengembang perumahan di wilayah ini, terutama Perum Perumnas yang merupakan obyek dalam kajian ini dengan tujuan untuk menyusun strategi manajemen dilihat dari pemasarannya secara memadai guna meningkatkan daya saing produknya di pasar persaingan. Penyusunan strategi manajemen pemasaran untuk Perum Perumnas antara lain meliputi perumusan strategi pemasaran yang tepat dalam penerapan bauran pemasaran yang sesuai dengan pencapaian target penjualan dan pertumbuhannya rata-rata per tahun.

Oleh karena itu dengan tingkat persaingan yang ketat saat ini, penulis ingin mengetahui seberapa besar daya tarik industri persaingan yang ada, yang memiliki ketertarikan atau minat pada perusahaan pengembang perumahan yang berada di wilayah Yogyakarta. Sehingga dapat diketahui strategi apa yang akan diterapkan dalam pemasarannya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis melakukan suatu penelitian di Perum Perumnas yaitu tentang :

“ Penerapan Strategi Manajemen dilihat dari Pemasarannya Pada Perum Perumnas Regional V Yogyakarta ”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah penulis mengadakan pengamatan pendahuluan pada PERUM PERUMNAS Regional V Cabang Yogyakarta. Maka permasalahan yang dihadapi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana keadaan (posisi) persaingan PERUM PERUMNAS dalam menghadapi persaingan pasar?
2. Bagaimana penerapan bauran strategi pemasaran pada PERUM PERUMNAS dalam menghadapi persaingan yang ada ?

1.3 Batasan Masalah dan Asumsi

Perumusan strategi manajemen pemasaran pada Perum Perumnas didasarkan pada asumsi-asumsi yang dirumuskan sebagai berikut :

- a. Urusan dengan BPPN belum selesai seluruhnya
- b. Untuk memperoleh KPR lebih sulit, karena BTN sekarang lebih disiplin (harus sesuai dengan prosedur).
- c. Penjualan didukung oleh kegiatan promosi yang cukup seperti :
 - a. Iklan berkala di harian-harian yang terbit di Yogyakarta
 - b. Promosi di Instansi Pemerintah
 - c. Promosi di Perguruan Tinggi yang ada di Yogyakarta
 - d. Memberikan brosur

1.4 Tujuan Penelitian

Disamping tujuan universitas, yakni memenuhi persyaratan dalam rangka penyelesaian study di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta maka penulis ingin agar pembahasan mengenai strategi manajemen dilihat dari pemasarannya pada PERUM PERUMNAS Regional V Yogyakarta ini dapat lebih mendorong perusahaan untuk bekerja lebih baik lagi guna mempersiapkan diri dalam persaingan bidang pengembang perumahan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada penulis tentang sejauh mana PERUM PERUMNAS Regional V Yogyakarta mempersiapkan diri dalam meningkatkan persaingan dengan pihak pengembang permukiman yang lain. Serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang S1 di Universitas Islam Indonesia.
2. Memberikan pengetahuan dan pemahaman pada penulis tentang seberapa besar tingkat efektifitas dan efisiensi penerapan pemasarannya pada PERUM PERUMNAS.
3. Memberikan masukan berupa informasi atau brosur kepada pihak-pihak yang berkompeten dalam pengembangan perumahan.