

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERUMAHAN
SEDERHANA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA DI KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

HABIB BAYU HENDRA KUSUMA

NIM. C2B607028

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS UNIVERSITAS
DIPONEGORO SEMARANG**

2014

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Habib Bayu Hendra Kusuma

Nomor Induk Mahasiswa : C2B607028

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/ IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN
TERHADAP PERUMAHAN SEDERHANA DAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DI
KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 8 Agustus 2014

Tim Penguji:

1. Dr. Nugroho SBM, MSP ()
2. Dr. Hadi Sasana, SE., M.Si. ()
3. Evi Yulia Purwanti, SE, M.Si. ()

Mengetahui
Pembantu Dekan I

**Anis Chariri, SE., M.Com., Ph.D., Akt.
NIP 19670809 199203 1 001**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Habib Bayu Hendra Kusuma
Nomor Induk Mahasiswa : C2B607028
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Judul Skripsi : **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
PERUMAHAN SEDERHANA DAN FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DI KOTA
SEMARANG**
Dosen Pembimbing : Dr. Nugroho SBM., MSP

Semarang, Juli 2014

(Dr. Nugroho SBM., MSP)
NIP. 196105061987031002

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Habib Bayu Hendra Kusuma, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Perumahan Sederhana Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Di Kota Semarang, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, Juli 2014

Yang Membuat Pernyataan

Habib Bayu Hendra Kusuma

NIM. C2B607028

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai tingkat preferensi dan permintaan konsumen terhadap perumahan sederhana, mengetahui atribut atau factor yang dianggap paling penting dan paling tidak penting oleh konsumen dalam membeli rumah, serta untuk menentukan kombinasi atribut-atribut yang disukai konsumen dalam membeli rumah dan menentukan urutan prioritas atribut-atribut yang disukai konsumen dalam membeli rumah. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, fasilitas, aksesibilitas dan keamanan suatu perumahan dan variabel dependennya adalah preferensi pemilihan rumah.

Metode penelitian dalam skripsi ini adalah dengan menggunakan desain penelitian menggunakan metode survei dengan data primer sebagai data penelitian dengan sampel penelitian berjumlah 60 responden yang ingin mendapatkan atau membeli rumah di Semarang. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner serta wawancara kepada sebagian responden untuk menggali informasi lebih jauh. Metode analisis yang digunakan adalah metode statistik dengan perangkat SPSS (*Statistical Package for The Social*) 17.00.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga perumahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam pemilihan rumah, sedangkan fasilitas perumahan, aksesibilitas perumahan, dan keamanan perumahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam pemilihan rumah.

Hasil penelitian ini tetap memerlukan konfirmasi lebih lanjut melalui penelitian selanjutnya. Hal ini diperlukan karena keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Elastisitas, Permintaan, Harga, Conjoint

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Rumah Tangga Penduduk Kota Semarang Tahun 2007-2011	2
Tabel 1.2	Prosentase Penyediaan Perumahan di Kota Semarang Tahun 2010-2011	4
Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.2	Kategori Umur Responden	46
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	47
Tabel 4.4	Jenis Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5	Tingkat Penghasilan Responden	49
Tabel 4.6	Preferensi Stimuli Orthogonal Hasil	51
Tabel 4.7	Hasil Analisis Conjoint	53
Tabel 4.8	Hasil Koefisien	56
Tabel 4.9	Urutan Peringkat Preferensi Kombinasi Atribut	57
Tabel 4.10	Tabel Korelasi Conjoint	58
Tabel 4.11	Pengujian Hipotesis	59.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kurva Permintaan Individu	13
Gambar 2.2	Kurva Indiferen	31
Gambar 2.3	Maksimisasi Utilitas	32
Gambar 2.4	Kerangka Penelitian	34
Gambar 4.1	Nilai Kepentingan Atribut	55

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Abstrak	ii
Daftrar Tabel	iii
Daftar Gambar.....	iv
Lampiran	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	7
1.3. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 .1 Landasan Teori	9
2.1.1.1 Teori Permintaan.....	9
2.1.1.2. Hukum Permintaan.....	11
2.1.1.3. Kurva Permintaan	13
2.1.1.4. Elastisitas Permintaan	14
2.1.1.5 Permintaan Pasar	17
2.1.1.6. Pasar Real Estate	17
2.1.1.7. Permintaan Perumahan	19
2.1.1.8. Perumahan	21
2.1.1.9. Karakteristik Perumahan	24
2.1.1.10 Teori Lokasi Perumahan	25
2.1.1.11 Teori Preferensi Konsumen	28
2.1.1.12 Teori Pendekatan Atribut	29
2.1.1.13 Pendekatan Kurva Indiferen.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.2. Populasi dan Sampel	39
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Metode Pengumpulan Data	40
3.5. Metode Analisis	41
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	 45
4.1. Gambaran Umum Responden	45
4.1.1. Deskripsi Responden berdasar Jenis Kelamin	45
4.1.2. Deskripsi Responden berdasar Umur	46
4.1.3. Deskripsi Responden berdasar Pendidikan	47
4.1.4. Deskripsi Responden berdasar Pekerjaan	48
4.1.5. Deskripsi Responden berdasar Penghasilan	49
4.2. Analisis Conjoint	50
4.2.1. Pembentukan Stimulus	51
4.2.2. Pendekatan Partworth Utility	52
4.2.3. Pendekatan Conjoint dengan Regresi Ordinal	58
 BAB V PENUTUP	 62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63

Daftar Pustaka

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PERUMAHAN SEDERHANA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA DI KOTA SEMARANG** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si, Akt., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Dr. Nugroho SBM., MSP selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini serta telah memberikan banyak masukan kepada saya.
3. Prof. Drs. Waridin MS, PhD, selaku dosen wali.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan.
5. Kedua orang tua saya H. Suratno dan Hj. Ismiyati serta adik-adik saya, Anis dan David, yang telah memberikan dukungan moral dan materiil serta tak henti-hentinya mendoakan yang terbaik bagi anaknya. Terima kasih atas semua pengorbanan Bapak, Ibu dan adik untuk saya.
6. My beloved Andika Retno Ayuni yang selalu menemani saya menjalani perkuliahan yang padat dan menghibur saya ketika kejenuhan menghampiri saya.
7. Keluarganya Andika, Om Edi, Tante Asri, yang selalu mendukung serta mengajarkan kesabaran untuk saya.

8. My Mentor Andika yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan permasalahan dalam mengerjakan skripsi ini. Thanks a lot dik.
9. Teman-teman saya dari club mancing semarang, scooteris indonesia, pithwork Indonesia,yang selalu menyemangati dan menghibur saya. Sukses untuk semuanya.
10. Petugas TU FEB Undip yang selalu membantu saya dalam mempersiapkan persyaratan sidang. Terimakasih banyak.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Semarang, Juli 2014

Penulis

Habib Bayu Hendra Kusuma

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setelah melalui keterpurukan yang dalam sejak krisis tahun 1997, dunia properti di Indonesia kembali mengalami kebangkitan meskipun belum sebesar sebelum krisis moneter. Bisnis-bisnis dibidang properti mulai menjamur, baik dalam skala kecil, menengah maupun besar.

Perkembangan ini tidak hanya terjadi di Jakarta, tapi juga di kota Semarang. Gejolak perkembangan dibidang properti ini tidak hanya dipengaruhi oleh membaiknya perekonomian tetapi juga minat para konsumen mengikuti perkembangan ini. Jumlah konsumen dari tahun ke tahun semakin bertambah. Para developer banyak yang menawarkan berbagai alternatif dari mulai harga, lokasi, desain.

Tidak dapat dipungkiri, kebutuhan akan rumah merupakan salah satu kebutuhan dasar (*home needs*) bagi manusia setelah pangan dan sandang. Setiap individu manusia akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dasar daripada kebutuhan sekundernya. Begitu pula dengan kebutuhan akan rumah, setiap orang akan berusaha memenuhi kebutuhan akan rumah dalam setiap tingkat kehidupan masyarakat dengan memperhatikan selera dan kemampuan yang ada. Menurut pasal 5 ayat (1) UU No 4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman setiap warga Negara mempunyai hak untuk menempati dan atau menikmati dan atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Masyarakat saat ini memiliki beberapa pilihan dalam memiliki rumah. Pilihan tersebut adalah dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli

secara tunai atau angsuran, hibah atau dengan cara lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kota Semarang merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dengan laju Pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi di Indonesia, dimana jumlah penduduk di Kota Semarang pada tahun 2011 mencapai 1.604.236 jiwa dengan laju pertumbuhan yang semakin meningkat sebesar 2,05%. Kondisi demografi Kota Semarang tidak terlepas dari peningkatan keluarga pada masing-masing kecamatan yang ada di Kota Semarang akibat pertumbuhan maupun migrasi.

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Tangga Penduduk Kota Semarang
Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Penduduk	Jumlah KK	Perubahan (%)
2007	1468292	381744	-
2008	1488645	386736	1.31
2009	1511236	388536	0.47
2010	1533686	392743	1.08
2011	1604236	410850	4.61

Sumber : BPS, Kota Semarang Dalam Angka, 2011

Dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa jumlah rumah tangga yang diukur per kepala keluarga (KK) dari tahun 2007 sampai dengan 2011 dengan tingkat rata-rata rumah tangga yang mengalami peningkatan pada tahun 2008 hingga 2011 dimana pada tahun 2011 bahkan terjadi peningkatan hingga 4,61%. Hal ini memberikan indikasi tingginya jumlah rumah tangga yang ada di Kota Semarang. Kondisi demikian juga mengindikasikan akan semakin besarnya kebutuhan rumah di Semarang.

Namun demikian krisis keuangan global yang terjadi pada 2008 kembali memunculkan kekhawatiran terjadinya dampak pada bisnis properti di Indonesia. Kekhawatiran tentunya tidak hanya dirasakan oleh kalangan pengembang properti, bank namun juga masyarakat. Hal ini tak lepas dari kenyataan bahwa pembelian properti sebagian besar dilakukan melalui perantara bank.

Kekhawatiran tersebut tentunya menjadi perhatian besar pemerintah pusat maupun daerah untuk terus berproduksi, karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan hunian masih begitu vital. Seperti diketahui bahwa kebutuhan manusia akan rumah atau tempat tinggal merupakan salah satu bentuk kebutuhan primer. Pada titik tertentu, kebutuhan memiliki rumah tak terelakkan lagi dan menjadi sangat penting dalam daftar kebutuhan yang harus dipenuhi. Selain berlindung, bertumbuh dan beraktifitas, rumah bias jadi alat sosial. Alat sosial di sini berarti bahwa rumah menjadi bagian dari penghuni untuk berinteraksi dengan lingkungannya.

Sistem Tata Kota yang diberlakukan di Semarang memberikan banyak peluang sehingga banyak pengembang yang mengajukan ijin pembangunan kawasan perumahan. Namun demikian pemerintah juga mengajukan persyaratan kepada pengembang dalam mengembangkan usahanya diantaranya adalah proporsi mengenai tipe perumahan yang dibangun diantaranya adalah dengan kemauan pengembang untuk membangun tipe rumah sederhana. Pembangunan rumah sederhana dinilai akan semakin memudahkan masyarakat untuk memperoleh tempat tinggal.

Tabel 1.2
Prosentase Penyediaan Perumahan di Kota Semarang
Tahun 2010-2011

Tipe rumah	Tahun 2010		Tahun 2011	
	Jumlah	Persen	Jumlah	Persen
Rumah sederhana	4870	89.62	5771	89.33
Rumah non sederhana	564	10.38	689	10.67
Total	5434	100.00	6460	100.00

Sumber: Dinas Tata Kota dan Pemukiman Kota Semarang, 2012

Tabel 1.2 menunjukkan data prosentase penyediaan perumahan di Kota Semarang dari tahun 2010 sampai tahun 2011. Prosentase realisasi penyediaan perumahan di Kota Semarang pada tahun 2010 sampai tahun 2011 yang terbesar adalah rumah sederhana, yaitu pada tahun 2010 berjumlah 4870 unit (89,62%), dan pada tahun 2011 sebanyak 5771 unit (89,33%). Hal ini mengindikasikan bahwa perumahan tipe sederhana masih tetap bertahan bagi kalangan menengah bawah, meskipun perkembangannya harus bersaing dengan perumahan-perumahan untuk kalangan menengah keatas.

Persoalan perumahan dan permukiman di Indonesia sesungguhnya tidak terlepas dari dinamika yang berkembang dalam kehidupan masyarakat maupun kebijakan pemerintah yang ada. Penyusunan acuan untuk menangani perumahan dan permukiman telah dilakukan sejak Pelita V dalam bentuk kebijakan dan Strategi Nasional Perumahan (KSNP) namun penekanannya lebih kepada lingkup perumahan saja.

Menurut Kimtaru (dalam Widiastuti dan Handayani, 2013) bahwa kebutuhan akan perumahan pada dasarnya dapat dibagi atas dua hal pokok, yaitu: Kebutuhan akan perumahan berdasar tren (kecenderungan) pertumbuhan penduduk secara alamiah serta

kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni. Berdasar poin kedua di atas sesuai dengan kebutuhan akan perumahan berdasar kebutuhan dan penyediaan rumah berdasarkan atas banyaknya rumah layak huni banyak pengembang properti perumahan yang menawarkan perumahan bersubsidi dengan bekerjasama dengan bank pemerintah, seperti Bank Negara Indonesia dan Bank Tabungan Negara dalam pendanaannya dengan sasaran masyarakat berpendapatan menengah kebawah

Awang Firdaus (dalam Widiastuti dan Handayani, 2013) menjelaskan bahwa permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi atau pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Harga pasar rumah, selera konsumen serta peraturan perundang-undangan. Sementara penelitian Mulyo Budi S (2009) mendapatkan bahwa permintaan rumah sederhana dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan central business district.

Penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal pendekatan analisisnya, cara penelitian, variable atau atribut yang digunakan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis konjoin yang sejalan dengan penelitian Vorel dan Maier (2007). Dengan pendekatan analisis konjoin, diasumsikan bahwa permintaan rumah adalah merupakan implementasi dari preferensi konsumen perumahan atas rumah yang diinginkannya.

Dalam analisis konjoin, dasar dalam analisis yang digunakan adalah preferensi terhadap atribut-atribut dari perumahan yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen. Penelitian Asri Wening Handayani (2009) menggunakan beberapa atribut dalam memilih perumahan yaitu : Aksibilitas, keamanan, jenis jalan, fasilitas, lucky location.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai permintaan perumahan sederhana

dengan menggunakan konsep analisis yang digunakan dalam Asri Wening Handayani (2009) dengan menggunakan atribut atau variabel yang digunakan dalam penelitian Mulyo Budi (2009). Selain itu penelitian ini juga menggunakan variable tipe pembayaran. Variabel ini digunakan mengingat bahwa harga perumahan yang relatif mahal memungkinkan banyak konsumen yang cenderung memilih membeli rumah secara kredit.

Sebaliknya, pengembang perumahan dalam pembangunan perumahan perlu mempertimbangkan faktor karakteristik perumahan itu sendiri (harga, lokasi, Aksesibilitas, keamanan maupun jenis jalan menuju lokasi), aspek konsumen (pendapatan konsumen dan kemampuan konsumen target maupun persepsi konsumen mengenai lokasi misalnya persepsi mengenai lucky location).

Fakta ini merupakan fenomena yang terjadi pada beberapa perumahan sederhana di Semarang, sehingga penelitian mengenai hal ini masih relevan untuk dilakukan.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis tingkat preferensi dan permintaan konsumen terhadap perumahan sederhana.
2. Menganalisis atribut atau faktor yang dianggap paling penting dan paling tidak penting dalam membeli rumah.
3. Menganalisis urutan prioritas atribut-atribut yang disukai konsumen dalam membeli rumah.

1.3. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kota Semarang khususnya Departemen

Pekerjaan Umum (DPU) dan pengembang perumahan swasta dalam pembangunan perumahan di Semarang.

2. sebagai tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya, terutama dalam melakukan analisis conjoint sehingga dapat lebih memahami atribut perumahan yang menjadi pertimbangan yang paling penting bagi konsumen serta kombinasi atribut yang disenangi dan faktor yang mempengaruhinya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Teori Permintaan

Menurut Sukirno (2005) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Fungsi permintaan seorang konsumen akan suatu barang dapat dirumuskan sebagai :

$$D_x = f (P_x, Y, P_y, T, u) \dots\dots\dots(2.1)$$

Dimana :

D_x = Jumlah barang X yang diminta

P_x = Harga Barang X

Y = Pendapatan Konsumen

P_y = Harga Barang Lain

T = Selera

u = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. Dimana D_x adalah jumlah barang X yang diminta konsumen, Y adalah pendapatan konsumen, P_y adalah harga barang selain X, T adalah selera konsumen dan u adalah Faktor-faktor lainnya. Dalam kenyataannya permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain.

Menurut Miller dan Meiners (2000) permintaan merupakan fungsi dari :

1. Harga Barang Sendiri

Apabila harga barang sendiri mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut turun.

2. Pendapatan

Kenaikan pendapatan biasanya akan mengakibatkan kenaikan permintaan.

3. Selera dan preferensi

Keterbatasan teori yang mengkaji tentang perubahan selera mempersulit dalam mengukur selera dan preferensi konsumen, sehingga diasumsikan selera konsumen konstan.

4. Harga barang substitusi

Merujuk kepada barang apapun yang perubahan harganya akan mempengaruhi permintaan.

5. Perubahan dugaan tentang harga di masa depan (ekspektasi harga)

Perkiraan akan terjadi penurunan harga di masa depan akan meningkatkan permintaan barang tersebut.

6. Penduduk

Kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (asumsi pendapatan konstan) akan meningkatkan permintaan.

2.1.1.2 Hukum Permintaan

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesa yang menjelaskan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang dibeli konsumen. Jumlah barang yang dibeli konsumen berbanding terbalik dengan harga. Makin tinggi harga suatu barang makin

sedikit permintaan akan barang tersebut, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin banyak permintaan akan barang tersebut, dimana faktor-faktor lain dianggap tetap seperti pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, selera masyarakat, tidak adanya barang substitusi dan ramalan (estimasi) harga dimasa yang akan datang.

Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karenaterbatasnya pendapatan konsumen. Hubungan terbalik antara harga dan jumlah permintaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Hal ini disebut sebagai efek substitusi.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga. Permintaan akan suatu barang di pasar akan terjadi apabila konsumen mempunyai keinginan (*willing*) dan kemampuan (*ability*) untuk membeli, pada tahap konsumen hanya memiliki keinginan atau kemampuan saja maka permintaan barang belum terjadi, kedua syarat *willing* dan *ability* harus ada untuk terjadinya permintaan. Hal ini disebut sebagai efek pendapatan (Sukirno, 2005).

Namun demikian terdapat beberapa pengecualian sehingga hukum permintan ini tidak berlaku, yaitu:

1. Kasus barang giffen

Barang giffen adalah barang inferior, tetapi tidak semua barang inferior adalah barang giffen. Dalam kasus ini ditemukan bahwa semakin tinggi tingkat harga menyebabkan permintaan terhadap barang ini menunjukkan harga yang semakin meningkat. Oleh karena itu barang giffen dikatakan sebagai barang yang mempunyai slope kurva permintaan positif.

2. Kasus pengaruh harapan dinamis

Dalam hal ini, perubahan jumlah yang diminta dipengaruhi oleh perubahan harga yang terkait dengan harapan konsumen. Artinya, kenaikan harga suatu barang hari ini akan diikuti kenaikan permintaan terhadap barang tersebut, karena terselip adanya harapan bahwa barang tersebut akan terus mengalami kenaikan, contoh: valas.

3. Kasus barang prestise

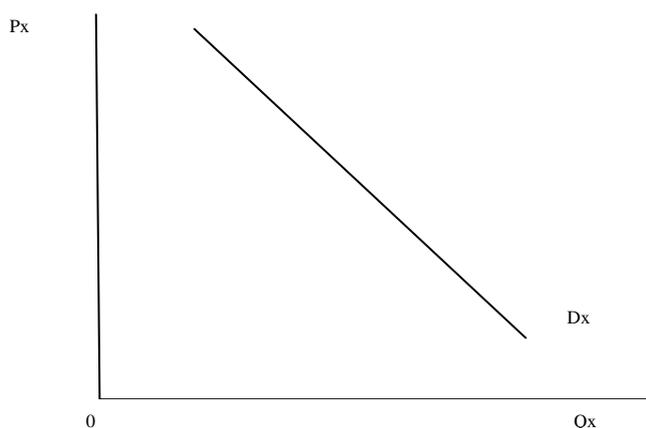
Pada kasus ini memasukkan kepuasan konsumen dalam pembelian suatu barang. Semakin tinggi harga suatu barang semakin tinggi kepuasan konsumen sehingga meningkatkan unsur prestise, akibatnya semakin tinggi pula kesediaan konsumen untuk membayar harga barang tersebut, contoh: permata.

2.1.1.3 Kurva Permintaan

Jika dimisalkan permintaan seseorang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, maka setiap perubahan harga barang tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan berapa jumlah yang akan dimintanya. Pada umumnya jika suatu harga barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, begitu pula sebaliknya. Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah yang diminta atas barang tersebut, *ceteris paribus*.

Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan pada gambar 2.1(Suryawati, 2005).

Gambar 2.1
Kurva Permintaan Individu



Keterangan :

Px = Harga barang yang diminta

Qx = Jumlah barang yang diminta

Berdasarkan gambar tersebut maka perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri. Pergeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.

Kurva permintaan mempunyai *slope* yang menurun ke kanan (berslope negatif) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yanglain tetap- *ceteris paribus*) maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaanya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya dan hal ini disebut Hukum Permintaan. (Suryawati, 2005).

2.1.1.4 Elastisitas Permintaan

Elastisitas merupakan suatu hubungan kuantitatif antar variabel-variabel,misal

antara jumlah yang diminta dengan harga barang tersebut. Sesuai dengan hukum permintaan komoditi tersebut. Besar perubahan permintaan akibat perubahan harga tersebut akan berbeda dari satu keadaan ke keadaan lain. Secara teori ekonomi dikenal istilah elastisitas harga permintaan (*price elasticity of demand*) sebagai suatu konsep yang menghubungkan perubahan kuantitas pembelian/ permintaan optimal atas suatu komoditi dengan perubahan harga relatifnya (Miller dan Meiner,2000,111).

Menurut Sukirno (2003) pengukuran elastisitas permintaan sangat bermanfaat bagi pihak swasta dan pemerintah. Bagi pihak swasta pengukuran elastisitas permintaan dapat digunakan sebagai landasan untuk menyusun kebijakan perekonomian yang akan dilaksanakannya seperti misalnya kebijakan impor komoditi yang akan mempengaruhi harga yang ditanggung rakyatnya. Pengukuran elastisitas permintaan kerap dinyatakan dalam ukuran koefisien elastisitas permintaan. Koefisien permintaan merupakan ukuran perbandingan persentase perubahan harga atas barang tersebut (Sukirno,2003). Koefisien elastisitas permintaan dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$Ed = \frac{\text{Persentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Persentase perubahan harga}}$$

Atau

$$Ed = \frac{\Delta Qd}{\Delta P} \times \frac{P1}{Qd1}$$

Keterangan :

ΔQd : Perubahan Jumlah Barang yang diminta

ΔP : Perubahan Harga

$P1$: Harga Mula-mula

$Qd1$: Jumlah Barang yang diminta Mula-mula

1. Elastis

Barang dikatakan elastis sempurna bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas lebih besar daripada satu. Hal ini terjadi bila jumlah barang yang diminta lebih besar daripada persentase perubahan harga barang tersebut.

2. Elastisitas Uniter

Barang dikatakan elastis uniter bila kurva permintaan mempunyai koefisien elastisitas sebesar satu. Persentase perubahan harga direspon proporsional terhadap persentase jumlah barang yang diminta.

3. Tidak elastis

Barang dikatakan tidak elastis bila persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil daripada persentase perubahan harga sehingga koefisien elastisitas permintaannya antara nol dan satu.

Menurut Sukirno (2003) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan suatu barang, yaitu :

1. Tingkat kemampuan barang – barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan.

Apabila suatu barang mempunyai banyak barang pengganti (barang substitusi), permintaan atas barang tersebut cenderung akan bersifat elastis. Perubahan harga yang kecil akan beralih ke barang lain sebagai penggantinya. Untuk barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut barang yang tidak memiliki barang pengganti, permintaan atas barang tersebut bersifat tidak elastis. Karena konsumen sukar memperoleh barang pengganti apabila harga barang tersebut naik permintaan tidak banyak berkurang.

2. Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang tersebut.

Besar bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli suatu barang dapat mempengaruhi elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan elastisitas permintaan terhadap barang tersebut. Semakin besar bagian pendapatan yang diperlukan untuk membeli suatu barang, maka permintaan barang tersebut akan semakin elastis.

3. Jangka waktu pengamatan atas permintaan.

Semakin lama jangka waktu permintaan dianalisis, permintaan atas barang tersebut semakin elastis. Jangka waktu yang singkat permintaan tidak bersifat elastis karena perubahan pasar belum diketahui oleh konsumen. Dalam jangka waktu lebih lama konsumen akan mencari barang alternatif untuk menggantikan barang yang mengalami kenaikan harga.

2.1.1.5 Permintaan Pasar

Permintaan pasar merupakan jumlah total suatu barang yang ingin dibeli oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga, atau dengan kata lain merupakan penjumlahan permintaan individual. Permintaan individual adalah jumlah suatu barang yang dibeli oleh konsumen pada setiap tingkat harga. (Suryawati 2005)

$$\begin{aligned}
 \text{Permintaan Pasar} &= f(P_x, I_i) \\
 &= f(P_x, I_a) + f_b(P_x, I_b) \\
 &= \sum f_i(P_x, I_i) \dots \dots \dots (2.3)
 \end{aligned}$$

Dimana P_x adalah harga barang x , I_a adalah pendapatan konsumen A, I_b adalah pendapatan konsumen B.

2.1.1.6 Pasar *Real Estate*

Pasar *real estate* berbeda dengan pasar ekonomi, yaitu sebagai suatu bisnis yang berjangka panjang memiliki karakteristik pasar yang sangat unik yaitu :

- a. Pasar *real estate* bukan merupakan pasar persaingan sempurna karena keragaman barang, jumlah pembeli dan penjual yang terbatas, pasar real estate sangat erat dengan intervensi pemerintah, bersifat tidak mudah dipindahkan dan informasi berkaitan dengan real estate tidak sama antara pembeli dengan penjual.
- b. Pasar real estate dicirikan oleh karakteristik pasokan yang tidak elastis. Hal ini berkaitan dengan adanya tenggang waktu pembangunan dengan operasi penggunaan.
- c. Pasar real estate mengalami siklus untuk jangka waktu tertentu, dimana masing-masing lokasi berbeda.

Real estate adalah semua benda yang termasuk didalam dan diatas tanah yang merupakan bagian alam dari tanah dan juga semua benda yang dibuat dan dibangun oleh manusia (misalnya : bangunan rumah, sumur dan jaringan pipa air bersih). (AIREA : 2001). Elemen yang membentuk pasar perumahan dan perilaku para pelaku pasar menurut AIREA (2001) adalah:

1. Lokasi, terkait erat dengan wilayah mana keputusan ekonomi yang relevan dilakukan.
2. Kompetisi, berhubungan dengan fungsi permintaan dan penawaran, ketersediaan rumah dan jumlah pembeli potensial pada pasar.
3. Demand unit merupakan suatu bagian yang menyatakan permintaan atas suatu produk yang didasarkan pada demografi, yang mendefinisikan jumlah pembeli sekarang dan yang akan datang.

2.1.1.7 Permintaan Perumahan

Permintaan perumahan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi nilai pasar properti jenis perumahan. Hal ini di karenakan penawaran tanah untuk pembangunan terbatas dari segi keluasaan akan tetap dari segi permintaan selalu berubah dan bertambah. Awang Firdaos (1997 : 14) menjelaskan bahwa permintaan konsumen terhadap perumahan dipengaruhi oleh faktor – faktor sebagai berikut :

1. Lokasi

Keberadaan lokasi perumahan, apakah dipusat di pinggir kota sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli rumah. Semakin strategis letak perumahan tersebut berarti semakin baik dan memiliki tingkat permintaan yang semakin tinggi. Faktor-faktor ekonomi dari keberadaan lokasi perumahan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah yang dikehendakinya. Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

2. Pertambahan penduduk

Dengan alasan bahwa setiap orang memerlukan tempat tinggal sebagai tempat berlindung, maka setiap pertambahan penduduk baik secara alami maupun non alami (karena urbanisasi) akan meningkatkan permintaan akan rumah.

3. Pendapatan Konsumen

Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi resesi dan inflasi, kecenderungan untuk memiliki rumah akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

4. Kemudahan Mendapatkan Pinjaman

Pada pasar properti perumahan, permintaan perumahan dipengaruhi juga oleh kebijakan pemerintah dan institusi keuangan seperti perbankan. Karakteristik pasar properti yaitu membutuhkan dana besar, menyebabkan konsumen sangat tergantung pada kemudahan pendanaan. Kemudahan pendanaan ini dapat berupa fasilitas kredit pinjaman, penurunan tingkat suku bunga pinjaman, dan jangka waktu pelunasan pinjaman. Apabila kemudahan tersebut dapat diperoleh konsumen, dipercaya permintaan akan rumah oleh konsumen akan bertambah. Sebaliknya jika syarat mendapatkan pinjaman sangat ketat, atau suku bunga pinjaman yang tinggi akan menurunkan permintaan rumah oleh masyarakat.

5. Fasilitas dan Sarana Umum

Fasilitas disini meliputi fasilitas umum dan fasilitas sosial, diantaranya infrastruktur, sarana pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana transportasi, dan lain-lain. Keberadaan fasilitas tersebut membangun serta menarik minat investor yang selanjutnya akan meningkatkan permintaan akan rumah di kawasan tersebut.

6. Harga Pasar Rumah

Seperti dalam hal teori permintaan dan penawaran, semakin tinggi harga barang akan mengakibatkan penurunan permintaan akan barang yang dimaksud. Apabila harga rumah menengah naik, sementara kecenderungan memiliki rumah dengan tingkat harga tersebut akan berkurang dan permintaan akan beralih ke rumah dengan harga yang lebih rendah.

7. Undang-undang

Peraturan tentang jenis hak penggunaan lahan/tanah yang membatasi hak atas tanah tersebut turut menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan rumah. Demikian juga dengan peraturan lain seperti peraturan perpajakan (PBB dan BPHTB) turut menjadi faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli rumah.

2.1.1.8 Perumahan

Ada beberapa pengertian mengenai rumah dan perumahan. Menurut *The Dictionary of Real Estate Appraisal* (2002:313) pengertian properti perumahan adalah tanah kosong atau sebidang tanah yang dikembangkan, digunakan atau disediakan untuk tempat kediaman, seperti *single family houses*, apartemen, rumah susun. Berdasarkan Undang-Undang No 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Permukiman.

- a. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.
- b. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan
- c. Permukiman adalah bagian dari lingkungan hidup di luar kawasan lindung, baik yang berupa kawasan perkotaan maupun perdesaan yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan unian dan tempat kegiatan yang mendukung perikehidupan dan penghidupan.

Menurut *American Institute Of Real Estate Appraisal* (2001), residential property dibagi menjadi *single family residential* dan *multifamily residential*. Menurut Abd. Rahman (1992: 170) properti perumahan bisa dikategorikan kepada beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah tinggal, dapat dibedakan menjadi rumah elit, rumah menengah, rumah sederhana dan rumah murah.
2. Flat, dapat dibedakan menjadi rumah susun, apartemen, dan kondominium.

Menurut Harvey (1989), rumah memiliki 2 arti penting, yaitu :

1. Rumah sebagai kata benda, menunjukkan bahwa tempat tinggal (rumah dan tanah) sebagai suatu komoditi.

2. Rumah sebagai kata kerja, menunjukkan suatu proses dan aktivitas manusia yang terjadi dalam pembangunan, pengembangan maupun sampai proses penghuninya.

Menurut SKB Menteri Dalam Negeri, Menteri PU, Menteri Perumahan Rakyat tahun 1992 Properti perumahan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 54 m² sampai 200 m² dan biaya pembangunan per m² tidak melebihi dari harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintahan kelas C yang berlaku.
2. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 200 m² sampai 600 m² dan/atau biaya pembangunan per m² antara harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerinah kelas C sampai A yang berlaku.
3. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kaveling antara 600 m² sampai dengan 2000 m² dan/ atau biaya pembangunan per m² di atas harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas kelas A yang berlaku.

Harga satuan per m² tertinggi untuk pembangunan rumah dinas pemerintah adalah harga satuan per m² tertinggi yang tercantum dalam Pedoman Harga Satuan per m² tetinggi untuk pembangunan gedung pemerintahan dari rumah dinas yang secara berkala ditetapkan oleh departemen Pekerjaan Umum dan Direktorat Jenderal Cipta Karya.

Menurut Burgess dalam Mulyo Hendarto (2002), penyebaran kru permukiman dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain :

1. Saingan (*Competition*)

Warga kota yang satu dengan yang lainnya saling bersaing mendapatkan perumahan sesuai dengan keinginannya. Keinginan untuk mendapatkan tempat yang baik tergantung kepada kemampuan ekonomi masing-masing. Jadi dengan demikian ada kemungkinan sukar

diaturnya mengadakan kompleks perumahan apabila faktor ekonomi perorangan ini menjadi faktor penentu.

2. Hak Milik Pribadi (*Private Ownership*)

Tanah-tanah yang sudah dimiliki dan direncanakan untuk membangun rumahnya, tidak mudah dimiliki oleh pihak lain. Terlebih jika letaknya strategis. Pemilikan seperti ini menulkitkan adanya perencanaan tata kota.

3. Perbedaan Keinginan (*Differential Desirability*)

Penilaian ini berkaitan dengan masalah pribadi, masalah prestise, masalah sosial, dan lainnya.

4. Topografi

Secara langsung maupun tidak langsung topografi ini berpengaruh terhadap kedudukan dari suatu bangunan, sehingga dapat mempengaruhi harga tanah ataupun bangunan di tempat-tempat tertentu, daya tarik untuk mkemiliki atau menolak tempat tersebut.

5. Transportasi

Berpengaruh terhadap waktu dan biaya perjalanan dikaitan dengan ketersediaan dan kemampuan finansial, maka hal ini akan juga berpengaruh terhadap lokasi dan juga persebaran permukiman.

6. Struktur Asal (*Inertia of Early*)

Kota-kota dengan bangunan historis yang memiliki nilai budaya yang tinggi akan mempunyai kesulitan dalam rangka mengatur permukiman masa kini. Biasanya bangunan tersebut dipertahankan sebagai momentum bersejarah.

Selain faktor-faktor diatas yang dapat mempengaruhi lokasi permukiman ada pula satu faktor lain yang berpengaruh terhadap pergeseran lokasi permukiman, yaitu nilai tanah.

2.1.1.9 Karakteristik Perumahan

Menurut Mahfud Sidik (2000), karakteristik perumahan yang bersifat unik terutama menyangkut hal- hal sebagai berikut :

1. Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah
2. Pemanfaatannya dalam jangka panjang.
3. Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam dan preferensinya.
4. Secara fisik dapat dimodifikasi.

Menurut Mahfud Sidik (2000), karakteristik perumahan bersifat unik, terutama menyangkut hal- hal sebagai berikut :

1. Lokasinya yang tetap dan hampir tidak mungkin dipindah
2. Pemanfaatannya dalam jangka panjang
3. Bersifat heterogen secara multidimensional, terutama dalam lokasi, sumber daya alam, dan preferensinya.
4. Secara fisik dapat dimodifikasi

Secara Spasial lokasinya tetap berarti bahwa lokasi perumahan memiliki atribut yang khusus tidak saja menyangkut aspek fisik, tetapi juga aspek kenyamanan, strata sosial, akses pada fasilitas umum, pusat perbelanjaan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Jarak dengan tempat kerja, gaya hidup dan kenyamanan lingkungan sekelilingnya dan tujuan lainnya. Pemanfaatan rumah tinggal dalam jangka panjang adalah ciri umum dari bangunan perumahan. Pada umumnya penghuni rumah melakukan modifikasi bentuk, interior, eksterior, dan ruangan bangunan perumahan dari bentuk aslinya. Dari sisi pasar perumahan, di lokasi yang lain. Di lain pihak,

modifikasi hunian yang banyak dilakukan oleh individu-individu di suatu lingkungan perumahan tertentu akan mempengaruhi kondisi pasar perumahan di lingkungan tersebut.

2.1.1.10 Teori Lokasi Perumahan

Pemilihan dan penentuan lokasi untuk properti perumahan bagi setiap orang berbeda-beda sesuai dengan pertimbangan masing-masing individunya. Beberapa ahli membuat kesimpulan mengenai pemilihan lokasi properti perumahan sebagai berikut (Richardson, 1978: 280-281) :

1. *Filter Down Theory*

Teori ini muncul pada tahun 1920 oleh EW Burgess untuk menerangkan pola pemukiman di Chicago. Menurut EW. Burgess, perkembangan CBD yang pesat membuat pusat kota menjadi tidak menarik (tanah mahal, macet, polusi) sehingga perumahan akan terlokasi dipinggir kota.

2. Hipotesis Tiebout (1956)

Tiebout mengemukakan bahwa seseorang memilih lokasi perumahan kota atau kabupaten yang pajaknya rendah atau pelayanan publiknya bagus.

3. *Trade off Model* oleh Alonso (1964) dan Solow (1972,1973)

Secara sederhana diartikan sebagai adanya trade off aksesibilitas terhadap ruang yang dipilih rumah tangga sebagai lokasi untuk properti perumahan. Model ini juga mengasumsikan bahwa kota melingkar dengan sebuah pusat tenaga kerja dan transportasi yang tersedia dimana-mana, semua lokasi dipertimbangkan secara homogen kecuali jarak ke pusat kota. Rumah tangga akan bersedia membayar lebih untuk properti dengan lokasi yang lebih dekat dengan CBD karena biaya commuting lebih rendah.

4. Ellis (1967)

Ellis menekankan pentingnya preferensi lingkungan dan karakteristik sekitar dalam memilih lokasi perumahan.

5. Senior dan Wilson (1974)

Senior dan Wilson menyatakan bahwa untuk beberapa rumah tangga, kemudahan pencapaian ke tempat kerja tidak berarti sama sekali.

6. Little (1974) dan Kirwan & Ball (1974)

Mereka meneliti mengenai implikasi dari keinginan sebagian besar keluarga- keluarga untuk hidup dengan tetangga yang homogen.

7. *Social Agglomeration Theory* (1985)

Dikemukakan bahwa orang memilih rumah dengan pertimbangan utama bahwa dia akan nyaman bersama dengan kelompok sosial tertentu dimana kelompok ini bisa terbentuk berdasarkan ras, pendapatan, usia, dan lain sebagainya, yang kemudian timbul segregasi.

Pilihan lokasi untuk rumah tinggal menggambarkan suatu usaha individu untuk menyeimbangkan dua pilihan yang bertentangan, yaitu kemudhan ke pusat kota dan luas tanah yang bisa diperoleh. Menurut Synder dan Anthony (1991: 153) ada beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi perumahan:

1. Perwilayahan (*zoning*). Peraturan antara lain terkait dengan tipe dan ukuran bangunan, persyaratan ketinggian bangunan, garis sepadan bangunan.
2. Utilitas (*utilities*) Meliputi ketersediaan dan kondisi saluran pembuangan air hujan, sanitasi, pemasangan gas, listrik, dan telepon.
3. Faktor-faktor teknis (*technical factor*). Kondisi tanah, topografi, dan drainase, desain dan biaya.

4. Lokasi (*location*). Ketersediaan di pasar untuk penggunaan yang diusulkan, aksesibilitas, kondisi pesekitaran, dan kondisi lalu lintas.
5. Estetika (*eisthetics*). Meliputi pemandangan dan bentang alam yang ada.
6. Komunitas (*community*). Terutama terkait lingkungan termasuk di dalamnya kesehatan dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
7. Pelayanan kota (*city service*). Penyediaan pendidikan, layanan kesehatan, dan jasa-jasa yang diselenggarakan pemerintah.
8. Biaya (*cost*). Biaya dan keterjangkauan penyewa.

2.1.1.11 Teori Preferensi Konsumen

Heirshleifer dan Glazer (1992:56) memberikan gambaran ideal dari preferensi individual atas alternatif barang-barang konsumsi dalam dua hukum (*revealed preferences*) yaitu.

1. Aksioma Perbandingan

Setiap dua barang yang berbeda (misalnya barang A dan B) dapat dibandingkan menjadi preferensi oleh individu. Setiap perbandingan pasti mengarah pada salah satu diantara ketiga hal berikut:

- a. barang A lebih disukai dari barang B;
- b. barang B lebih disukai dari barang A; atau
- c. barang A dan B sama saja.

2. Aksioma Transitivitas

Apabila ada tiga barang yaitu A, B, dan C. jika barang A lebih disukai dari barang B dan barang B lebih disukai dari barang C, maka barang A lebih disukai dari barang C.

Kedua aksioma tersebut apabila digabungkan akan berbentuk proporsi pengurutan preferensi yaitu seluruh barang yang ada secara konsisten diurutkan menurut urutan

preferensi oleh seseorang, pengurutan ini disebut fungsi preferensi. Menurut Browning dan Zupan (1997:75) terdapat tiga asumsi dasar dalam preferensi konsumen yaitu:

1. konsumen dapat meranking urutan preferensi secara lengkap terhadap semua barang di pasar. Urutan preferensi menunjukkan tingkat kesenangan relative tanpa memperhatikan harga barangnya;
2. preferensi adalah transitivitas. Asumsi ini memungkinkan orang untuk memiliki preferensi yang rasional dan konsisten; dan
3. konsumen akan lebih menyukai barang dalam jumlah yang banyak dari pada barang yang sedikit.

2.1.1.12. Teori pendekatan atribut

Pendekatan atribut didasarkan pada asumsi bahwa perhatian konsumen bukan terhadap produk secara fisik, tapi lebih ditujukan kepada atribut produk yang bersangkutan (Arsyad, 2008:116). Pendekatan ini menggunakan analisis utilitas yang digabungkan dengan analisis kurva indifferens. Atribut adalah semua produk yang dihasilkan dari penggunaan atau pemilikan dari suatu barang.

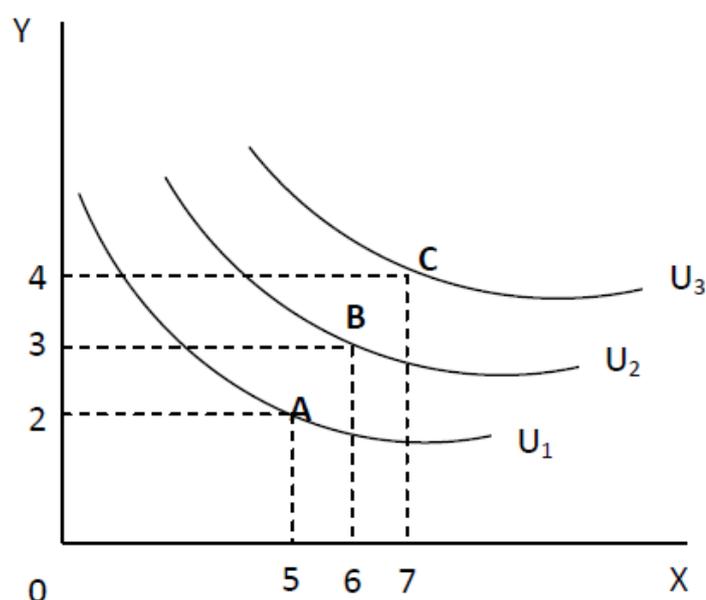
Pada gambar berikut dapat dilihat kombinasi barang dengan menggunakan garis batas efisiensi. Garis batas efisiensi didefinisikan sebagai batas luar yang merupakan kombinasi atribut yang dapat dicapai konsumen dengan batas anggaran tertentu (Arsyad, 2008:118).

2.1.1.13. Pendekatan kurva indifferen

Preferensi konsumen dapat digambarkan melalui kurva indifferen. Kurva indifferen menunjukkan semua kombinasi dari dua barang yang memberikan tingkat kepuasan yang sama pada individu. Tingkat kepuasan konsumen akan berbeda (lebih tinggi/ lebih rendah)

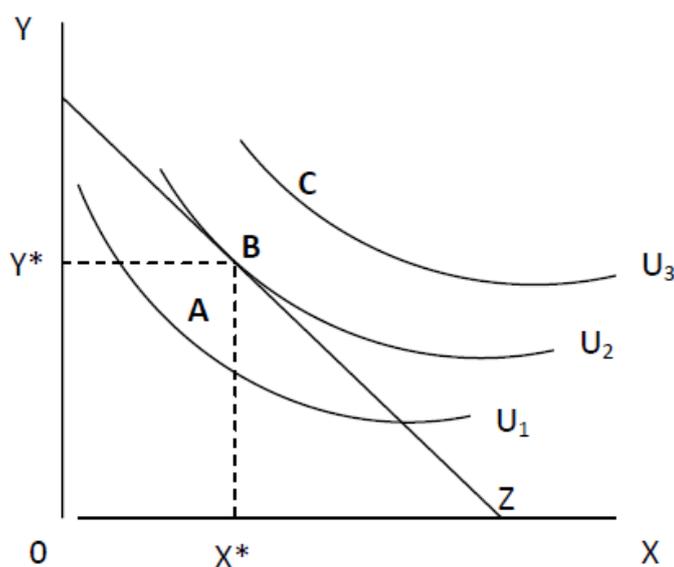
bila kombinasi dari dua barang berada pada kurva indifferen yang berbeda (Nicholson, 2002:63). Pada gambar berikut dicontohkan terdapat dua barang yaitu Y dan X dengan tiga macam kurva indifferen. Kurva indifferen U_3 lebih disukai dari kurva U_2 , dan kurva U_2 lebih disukai dari kurva U_1 . Kondisi ini merupakan pencerminan sederhana dari asumsi bahwa lebih banyak barang lebih diharapkan daripada lebih sedikit barang, seperti terlihat dengan membandingkan titik A, B, dan C

Gambar 2.2
Kurva Indifferen



Menurut Nicholson (2002:74) untuk memaksimalkan utilitas, kombinasi barang yang dipilih oleh konsumen dibatasi oleh kendala anggaran. Kendala ini menunjukkan kombinasi mana dari barang-barang tersebut dapat diperoleh. Kendala ini menentukan kemampuan individu dalam memilih kombinasi kelompok barang yang memberikan utilitas tertinggi.

Gambar 2.3
Maksimisasi Utilitas



Pada gambar diatas, titik B menunjukkan utilitas tertinggi yang dapat diperoleh individu dengan kendala anggaran tertentu (Z). Kombinasi X^* dan Y^* merupakan cara yang rasional bagi inividu untuk menggunakan daya beli yang tersedia.

2.2. Penelitian Terdahulu

1. Erni Widiastuti dan SWE Handayani (2013) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian rumah bersubsidi di Sukoharjo. Faktor lokasi, kemudahan mendapat pinjaman, pendapatan konsumen), harga rumah, fasilitas dan sarana umum, dan peraturan perundangan digunakan sebagai predictor. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk pengujian. Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi, pendapatan konsumen, kemudahan mendapat pinjaman, fasilitas dan sarana umum,

harga rumah, dan peraturan perundangan baik secara parsial maupun secara simultan,

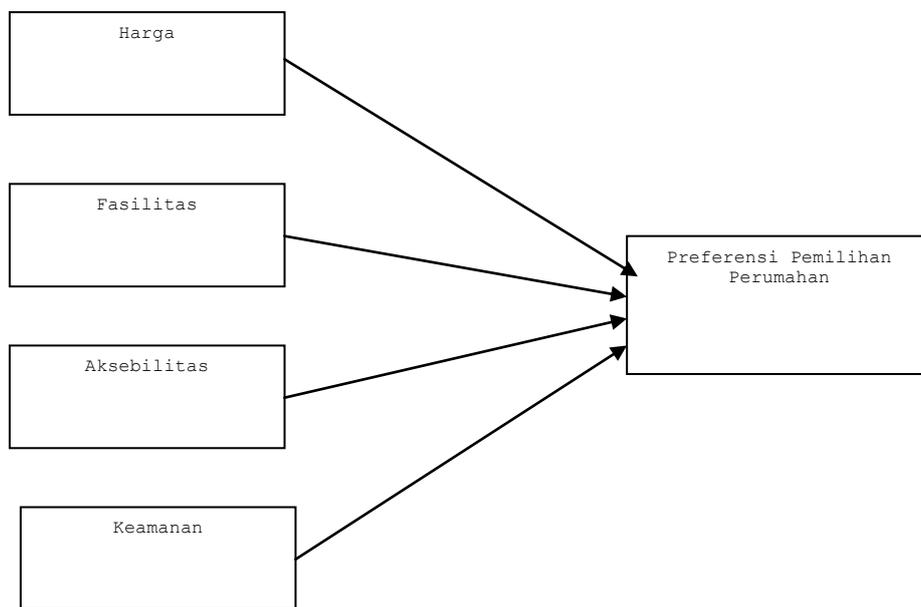
2. Mulyo Budi S (2009) meneliti mengenai permintaan rumah sederhana di kota Semarang. Harga rumah, pendapatan konsumen, tingkat suku bunga kredit perumahan, harga sewa rumah sederhana dan jarak ke CBD digunakan sebagai predictor. Pengujian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis mendapatkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan rumah sederhana di kota Semarang adalah harga rumah, pendapatan konsumen, tingkat suku bunga kredit pemilikan rumah, hargasewa rumah sederhana dan jarak lokasi kawasan perumahan terhadap Central Business Distric sedangkan faktor yang berpengaruh tidak signifikan adalah tingkat suku bunga dan harga sewarumah sederhana.
3. Damelina Tambunan (2009) meneliti mengenai atribut yang menjadi pertimbangan dalam memilih perumahan. Atribut yang digunakan adalah luas tanah, tipe, jumlah kamar, jumlah kamar mandi dan desain rumah digunakan untuk analisis. Pengujian dilakukan dengan menggunakan Analisis Conjoint. Hasil penelitian mendapatkan bahwa atribut yang paling penting bagi perumahan berturut-turut adalah jumlah kamar tidur, luas tanah, tipe rumah, desain dan jumlah kamar mandi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada skema berikut :

Harga ,Fasilitas, aksesibilitas dan keamanan sebagai preferensi pemilihan perumahan.

Gambar 2.5
Kerangka penelitian



2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Preferensi Pemilihan Rumah

Sukirno (2003) menulis bahwa hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hubungan yang wujud merupakan hubungan terbalik, sehingga jika terdapat kenaikan harga, maka hal ini mengakibatkan permintaan rumah menurun. Hal ini menunjukkan bahwa harga rumah mempunyai pengaruh negatif terhadap preferensi pemilihan rumah.

2.3.2 Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Terhadap Preferensi Pemilihan Rumah

Banyak jenis properti perumahan yang ditawarkan kepada masyarakat. Produsen menawarkan keragaman tipe perumahan. Hal ini dilihat dengan keanekaragaman tipe – tipe perumahan yang ditawarkan. Ada yang menawarkan perumahan dengan fasilitas clubhouse, sarana olahraga, jogging track, arena bermain sampai cluster dengan fasilitas pantai. Fenomena tersebut menginterpretasikan bahwa masyarakat sudah jenuh dengan kehidupan yang statis dimana setiap hari selalu disibukan dengan kegiatan pekerjaan, kemacetan lalu lintas dan hiruk pikuk kota.

2.3.3 Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Preferensi Pemilihan Rumah

Salah satu faktor yang mempengaruhi pembeli untuk membeli perumahan adalah kemudahan mencapai lokasi perumahan tersebut atau aksesibilitas lokasi. Dengan kesibukan masyarakat dewasa ini tentu lokasi menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli rumah.

2.3.4 Pengaruh Keamanan Lingkungan Terhadap Preferensi Pemilihan Rumah

Untuk sebagian besar masyarakat, keamanan lingkungan perumahan memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan terhadap pembelian perumahan. Apalagi untuk yang memiliki keluarga baru, karena lingkungan akan membentuk karakter anak dan keluarga, kenyamanan dan keamanan juga mempengaruhi pembeli dalam menentukan pembelian rumah. Apalagi ditambah kesibukan masyarakat modern dengan pekerjaan, tentu untuk menghilangkan kejenuhan dan rutinitas hanya bisa diwujudkan dalam lingkungan perumahan, karena rumah adalah tempat untuk beristirahat sekaligus menghabiskan waktu bersama keluarga.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan permasalahan yang ada, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga faktor persepsi terhadap harga berpengaruh pada preferensi pemilihan rumah.
2. Diduga factor persepsi terhadapfasilitas berpengaruh pada preferensi pemilihan rumah.
3. Diduga factor persepsi terhadapaksibilitas berpengaruh pada preferensi pemilihan rumah.
4. Diduga factor persepsi terhadapkeamanan berpengaruh pada preferensi pemilihan rumah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan dapat memprediksi ataupun menerangkan variabel dalam variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah preferensi pemilihan rumah.

Sedangkan variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan bagi variabel terikat nantinya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga, fasilitas, aksesibilitas dan keamanan.

Definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang dapat diamati dan diukur. Definisi operasional dari variabel yang akan diteliti dalam pemerintahan ini akan diuraikan sebagai berikut :

1. Preferensi Pemilihan Rumah

Dalam penelitian ini permintaan yang dimaksud adalah preferensi konsumen dalam membeli rumah pada perumahan. Pengukuran adalah dengan menggunakan skala preferensi dari kombinasi faktor yang diajukan, yaitu harga, aksesibilitas, fasilitas dan keamanan.

2. Harga

Harga dalam penelitian ini mencerminkan biaya yang dikeluarkan untuk membeli unit rumah. Harga dapat dipersepsikan oleh konsumen, semakin baik persepsi konsumen terhadap harga rumah menunjukkan adanya manfaat rumah tersebut. Dalam penelitian ini, harga diukur dengan ukuran rentang harga :

- a. Kurang dari Rp. 100 juta
- b. 100 – 200 juta
- c. Lebih dari 200 juta

3. Fasilitas

Fasilitas dalam penelitian diukur dengan keberadaan fasilitas yang tersedia di perumahan yang dipilih berupa :

- a. Fasilitas olah raga
- b. Fasilitas perbelanjaan + olah raga
- c. Fasilitas [perbelanjaan + olahraga + ibadah dan rekreasi

4. Akseibilitas

Akseibilitas lokasi merupakan kemudahan mencapai lokasi perumahan. Penelitian ini menggunakan 2 alternatif.

- a. Sulit
- b. Cukup mudah
- c. Mudah

5. Keamanan

Variabel keamanan merupakan keberadaan pengaman lingkungan perumahan yang disediakan pengembang. Alternative jawaban adalah :

- a. Kurang aman
- b. Aman

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi memiliki arti kumpulan dari objek yang diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah Kepala Keluarga (KK) yang ingin mendapatkan atau membeli rumah Semarang. Untuk mempermudah penelitian dalam mendapatkan data primer karena jumlah populasi yang sangat besar maka diperlukan penarikan jumlah sampel yang dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil 60 responden, dengan alasan jumlah 60 tergolong sampel besar dan makin besar sampel, makin baik. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik sampling secara *Unrestricted Random Sample* yaitu sampel ditarik secara langsung dari populasi, populasi tidak terbagi atas subsample. Metode yang digunakan lebih tepatnya adalah menggunakan *Accidental Sampling*.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Data dapat memberikan informasi berharga bagi sebuah penelitian. Data dalam penelitian dapat dibedakan menurut sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan melalui wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan kuesioner yang telah

dipersiapkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan cara tidak langsung dari sumbernya melainkan data itu diperoleh dan dicatat oleh instansi yang terkait.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi, yaitu dengan cara melakukan pencatatan data sekunder yang didapatkan dari beberapa sumber atau instansi yang terkait dengan penelitian ini. Sedangkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup karena telah disediakan alternatif jawaban sehingga responden merasa mudah dalam mengisi kuesioner. Selain itu dilakukan juga wawancara kepada sebagian responden untuk menggali informasi lebih jauh terkait studi ini yang bertujuan untuk memperkuat interpretasi hasil terhadap data yang akan diolah nantinya.

3.5 Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Conjoint. Analisis Conjoint merupakan teknik analisis multivariate yang secara khusus digunakan untuk mengetahui bagaimana subyek mengembangkan preferensi mereka terhadap beberapa jenis obyek (produk, jasa atau ide). Analisis ini didasarkan pada premis sederhana dimana konsumen akan mengevaluasi nilai dari sebuah obyek (nyata atau hipotetis) dengan mengkombinasikan beberapa bagian nilai yang diberikan oleh masing-masing atribut. Dengan demikian, konsumen dapat memberikan estimasi preferensi terbaiknya dengan

menilai obyek yang dibentuk dari kombinasi atribut-atributnya (Hair, et.al, 2010:409). Penilaian subyektif atau preferensi yang unik untuk setiap individu adalah menjadi konsep dasar dari analisis Conjoint dan menjadi konsep dasar dalam pengukuran nilai obyek.

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan analisis konjoin adalah (Hair, et.al, 2010:419-421) adalah”

1. Merumuskan masalah

yaitu mengenali atau mendefinisikan atribut dengan tingkatan/ level masing-masing yang dipergunakan untuk membentuk stimulus (kombinasi atribut).

2. Membentuk stimulus

Pembentukan stimulus dapat dilakukan dengan menggunakan profil penuh (*full-profile procedure*). Jumlah stimuli yang akan dihasilkan adalah sebanyak kombinasi dari seluruh stimuli yang didapatkan dari perkalian antar jumlah level dari seluruh atribut. Misalnya dengan 5 atribut masing masing dengan 2 pilihan alternative maka setimulus diperoleh sebanyak $2 \times 2 \times 2 \times 3 \times 2 = 48$ stimuli. Stimuli ini kemudian digunakan dalam kuisioner untuk diurutkan oleh responden. Jumlah stimuli tersebut dirasa terlalu banyak sehingga akan membingungkan responden dalam mengurutkannya. Untuk mengurangi jumlah stimuli yang terlalu banyak tersebut, maka dilakukan reduksi dengan menggunakan *orthogonal array*. Desain ini mengasumsikan bahwa semua interaksi yang tidak penting dapat diabaikan.

3. Menentukan bentuk data *input*

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data non-metrik (kualitatif), responden diminta untuk membuat ranking atas stimuli yang telah dibuat. Ranking diurutkan dari stimuli yang paling disukai hingga stimuli yang tidak paling disukai.

Untuk stimuli yang paling disukai diberi ranking tertinggi dan untuk stimuli yang paling tidak disukai diberi ranking 1

4. Memilih suatu prosedur analisis konjoin

a. Model dasar analisis konjoin adalah.

$$\mu(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} x_{ij}$$

di mana:

$\mu(X)$ adalah seluruh utility dari suatu alternatif

a_{ij} adalah koefisien utility part-worth atau dari atribut ke-i dan level ke-j

k_i adalah banyaknya level atribut i

m adalah banyaknya atribut

x_{ij} adalah dummy variable atribut ke-i level ke-j

b. Menentukan koefisien *part worth* level atribut

Koefisien *part worth* merupakan nilai konstanta dari masing-masing level atribut yang diamati. Cara memperoleh koefisien ini adalah.

1. Menghitung deviasi/utility dari masing-masing level atribut.
2. Menghitung kuadrat deviasi dan menjumlahkannya.
3. Menghitung nilai standard dengan cara membagi jumlah level atribut dengan jumlah total kuadrat deviasi.
4. Menghitung deviasi standard dengan cara mengalikan nilai standard dengan kuadrat masing-masing level atribut.
5. Menghitung nilai koefisien dengan mengalikan nilai standar.

c. Urutan peringkat preferensi

Urutan peringkat preferensi adalah jumlah total dari nilai masing-masing koefisien level setiap atribut pada seluruh kombinasi atribut. Rumusnya adalah:

$$\text{Preferensi} = PWh1 + PWh2 + PWh3 + PWh4 + PWh5$$

di mana:

$PWh1$ = koefisien level atribut 1

$PWh2$ = koefisien level atribut 2

$PWh3$ = koefisien level atribut 3

$PWh4$ = koefisien level atribut 4

$PWh5$ = koefisien level atribut 5

d. Nilai relatif faktor

Merupakan nilai yang menunjukkan besarnya persentase masing-masing atribut terhadap preferensi untuk mengetahui atribut yang paling penting bagi konsumen, dapat dihitung tingkat kepentingan atribut. Tingkat kepentingan atribut adalah selisih utilitas tertinggi dan terendah.