

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Mieco Sabri dan Tatag Wiranto (2016) melakukan penelitian tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Menempati Rumah Susun Sewa Flamboyan Cengkareng Barat. Metode penelitian menggunakan Regresi Berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, Uji F dan Uji T. Dengan bantuan Software SPSS Versi 17. Hasil analisis uji F secara simultan dan uji T, baik secara simultan maupun parsial menyatakan bahwa ketiga variabel : sarana prasarana rusunawa, lingkungan pemukiman dan aksesibilitas berkorelasi dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menempati rusunawa serta aksesibilitas adalah faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menempati rusunawa.

Harri A. Setiadi (2015) melakukan penelitian tentang Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan penghuni Rumah Susun Sewa Kemayoran dan Cengkareng. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan lebih detil dua puluh lima variabel independen yang diduga berkorelasi dengan kepuasan atau ketidakpuasan lima atribut rusun Kemayoran, serta elaborasi beberapa variabel independen tersebut dengan kondisi faktual. Survei lanjutan dilakukan terhadap penghuni rusun dan analisis data hasil survei menggunakan Metoda Koefisien Korelasi *Pearson* untuk menentukan korelasi antar variabel independen dengan atribut rusun dan Regresi Berganda untuk

menentukan Koefisien *Determinasi*. Hasil penelitian ini memperlihatkan secara indikatif terdapat empat variabel independen yang secara linear berkorelasi positif kuat dengan kepuasan terhadap atribut rumah susun, tujuh variabel independen berkorelasi positif moderat, dan sisanya berkorelasi lemah dan cenderung tidak berkorelasi.

Lalu Mulyadi Dkk. (2016) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kegagalan tujuan pembangunan gedung bertingkat (studi kasus : pembangunan rumah susun kaligawe di Semarang). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kegagalan tujuan pembangunan dan mendapatkan faktor yang paling dominan mempengaruhi kegagalan tujuan pembangunan Rusun kaligawe di Semarang. Metodologi analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis faktor serta analisis regresi linier berganda dengan Uji F dan Uji t terhadap jawaban dari kuesioner yang disebarkan kepada 127 responden dari pengelola dan penghuni Rusun Kaliwage di Semarang. Hasil penelitian, secara bersama-sama (uji F) faktor Lingkungan Sekitar, Desain Rumah Susun, Fasilitas yang tersedia, Ruang Bersama, Biaya Sewa Rusun berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kegagalan Tujuan Pembangunan Rusun dengan nilai $F_{hitung} = 9,715 > F_{tabel} = 2,289$. Akan tetapi dari uji t secara sendiri-sendiri faktor yang mempengaruhi secara signifikan terhadap Kegagalan Tujuan Pembangunan Rusun adalah Faktor Lingkungan Sekitar dengan nilai $t_{hitung} = 2,015 >$ dari $t_{tabel} = 1.980$, Faktor Desain Rusun dengan nilai $t_{hitung} = 2,888 >$ dari $t_{tabel} = 1.980$, Faktor Fasilitas yang tersedia dengan nilai $t_{hitung} = 2,294 >$ dari $t_{tabel} = 1.980$ dan Faktor Biaya sewa Rusun dengan nilai $t_{hitung} = 2,126 >$ dari $t_{tabel} = 1.980$. Sedangkan

berdasarkan analisis regresi linier berganda faktor yang paling dominan adalah faktor Desain Rusun dengan nilai Koefisien Standardize β sebesar 0,206.

Diana Febrita (2011) melakukan penelitian tentang Pemanfaatan Rumah Susun dan Kebutuhan Pengembangannya di Kabupaten Sleman. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemanfaatan dan analisis kebutuhan pengembangan rusunawa di Kabupaten Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh dari hasil survei yang dilakukan kepada 265 responden dengan teknik pengambilan data simple random sampling. Sementara data sekunder diperoleh dari hasil studi literatur dari dokumen instansi. Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan rusunawa di Kabupaten Sleman telah sesuai meskipun ditemukan sejumlah kecil hunian yang tidak dihuni oleh masyarakat berpenghasilan rendah. Sementara itu pengembangan rusunawa dibutuhkan, utamanya untuk peremajaan lingkungan perkotaan, pemenuhan kebutuhan rumah ideal, dan penyediaan rumah bagi keluarga miskin.

Ratriana Said Bunawardi dan Burhanuddin Amin(2016) melakukan penelitian tentang preferensi pemanfaatan ruang publik di rumah susun sewa mariso di Makassar. Fenomena yang terlihat pada rumah susun sewa Mariso, dimana preferensi penghuni dalam memanfaatkan ruang-ruang publik yang tidak sesuai dengan rencana fungsi awal ruang. Studi komprehensif dilakukan untuk mengenali karakter penghuni beserta latar belakang pekerjaan, pendapatan dan pendidikan mereka sehubungan dengan perilaku mereka terhadap ruang publik dan pemanfaatannya. Metode tracing (person centered map) digunakan pada penelitian ini. Sampel berupa penghuni rumah susun Mariso

dipilih berdasarkan karakteristik penghuni seperti usia, gender dan pekerjaan untuk mengungkapkan aktivitas dan interaksi sehari-hari. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa penghuni berpenghasilan rendah lebih memilih untuk terlibat dalam interaksi sosial secara informal. Kegiatan pribadi tertentu dilakukan di ruang publik dan bukan di unit huniannya dan dalam banyak kesempatan, aktivitas pribadi dilakukan secara berkelompok penghuni sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari mereka.

2.2. Pengertian Rumah Susun

Rumah susun (Rusun) adalah bangunan gedung bertingkat yang dibangun dalam suatu lingkungan yang terbagi dalam bagian-bagian yang distrukturkan secara fungsional, baik dalam arah horizontal maupun vertikal dan merupakan satuan-satuan yang masing-masing dapat dimiliki dan digunakan secara terpisah, terutama untuk tempat hunian yang dilengkapi dengan bagian bersama, benda bersama dan tanah bersama. Rusun dapat dibangun di atas tanah Hak Milik (HM), Hak Guna Bangunan (HGB) atau Hak Pakai (HP) di atas tanah negara dan HGB atau HP di atas tanah Hak Pengelolaan (HPL). Rumah susun juga dapat dibangun di atas tanah dengan pemanfaatan barang milik negara/daerah berupa tanah atau pendayagunaan tanah wakaf (Undang-Undang No. 20 Tahun 2011 tentang Rumah Susun).

Rusunawa adalah singkatan dari rumah susun sederhana sewa yaitu bangunan bertingkat yang dibangun dalam satu lingkungan tempat hunian yang memiliki WC dan dapur yang menyatu, dengan cara membayar sewa tiap bulannya kepada pengelolanya.

Dalam Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat Nomor 14/Permen/M/2007 tentang Pengelolaan Rumah Susun Sederhana Sewa, Pasal 1 Angka 1, menyatakan bahwa :

“Rumah Susun Sederhana Sewa, yang selanjutnya disebut rusunawa, adalah bangunan gedung bertingkat yang dibangun dalam suatu lingkungan yang terbagi dalam bagian-bagian yang distrukturkan secara fungsional dalam arah horizontal maupun vertikal dan merupakan satuan-satuan yang masing-masing digunakan secara terpisah, status penguasaannya sewa serta dibangun dengan menggunakan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan/atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah dengan fungsi utamanya sebagai hunian”.

Dalam Pasal 1 Angka 2, menyatakan bahwa :

“Satuan Rumah Susun Sederhana Sewa, yang selanjutnya disebut sarusunawa, adalah unit hunian pada rusunawa yang dapat digunakan secara perorangan berdasarkan ketentuan persewaan dan mempunyai sarana penghubung ke jalan umum”.

Rumah Susun Sederhana Sewa ini merupakan program pemerintah untuk menunjang kebutuhan perumahan dan memberikan akomodasi bagi masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak memiliki penghasilan dan pekerjaan tetap, dan dapat dihuni dan sewa secara harian maupun bulanan.

Dapat juga dikatakan bahwa Rumah Susun Sederhana Sewa (Rusunawa) adalah merupakan rumah susun sederhana yang disewakan kepada masyarakat perkotaan yang

tidak mampu untuk membeli rumah atau yang ingin tinggal untuk sementara waktu misalnya para mahasiswa, pekerja temporer dan lain lainnya.

2.3. Sasaran Rumah Susun

Kelompok yang menjadi sasaran sebagai penerima manfaat pembangunan rusunawa, meliputi :

2.2.1. Rusunawa sebagai Strategi Penataan Permukiman Kumuh

Permukiman kumuh bisa diatasi dengan perencanaan kawasan dan implementasi yang terintegrasi dengan hunian vertikal sebagai salah satu solusinya. Kelangkaan lahan serta tingginya harga lahan di perkotaan telah mengisyaratkan pemangku kepentingan khususnya pemerintah, masyarakat dan swasta untuk mulai mempertimbangkan konsepsi hunian vertikal sebagai upaya efisiensi lahan yang juga akan berdampak pada penurunan biaya hidup masyarakat serta penghematan energi terutama dikaitkan dengan pembelanjaan di bidang transportasi.

Rusunawa sebagai salah satu strategi penataan permukiman kumuh perkotaan membawa beberapa implikasi positif antara lain :

- (1) Membantu mengatasi permasalahan permukiman kumuh perkotaan dengan penerapan *urban renewal* atau peremajaan kota.
- (2) Sebagai bentuk keberpihakan kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang belum atau tidak mampu menghuni rumah milik.

- (3) Menjamin kepastian dan keamanan tinggal (*secure tenure*) terutama bagi komunitas yang semula menghuni lingkungan dan atau kawasan ilegal.
- (4) Penggunaan lahan yang efisien akan berdampak pada pelestarian lingkungan karena memperluas daerah resapan air dan Ruang Terbuka Hijau (RTH), serta memberikan ruang/lahan untuk fungsi-fungsi sosial yang bermanfaat bagi kehidupan dan kesejahteraan komunitas yang tinggal dilingkungan tersebut.
- (5) Teknik pembangunan fisik rusunawa telah dikembangkan (diantaranya dengan sistem prototype dan sistem terkini) yang mempercepat proses konstruksi yang dapat diandalkan dalam efisiensi waktu, pengatasan permasalahan runtuh dan tahan gempa.
- (6) Bentuk bangunan vertikal menekankan pada efisiensi pemanfaatan lahan.
- (7) Konsentrasi hunian yang terpusat menciptakan efisiensi dalam investasi dan pemeliharaan infrastruktur perkotaan.
- (8) Radius pencapaian yang relatif dekat dengan pusat kota akan mengurangi pemborosan biaya hidup keluarga dan penghematan energi berkaitan dengan transportasi.

Beberapa hal yang menjadi ketentuan spesifikasi teknis bangunan rusunawa adalah sebagai berikut :

- (1) Bangunan vertikal berlantai 5 (lima), sebuah bangunan vertikal masih diijinkan tanpa elevator.

- (2) Satuan bangunan yang disebut twin blok yang memuat 48 unit sarusun setiap bloknya atau 96 unit sarusun. Setiap twin block ditambah 3 (tiga) unit hunian yang diletakkan di *ground floor* bagi warga penderita cacat.
- (3) Prasarana dan sarana dalam bangunan, lingkungan dan atau kawasan disediakan sesuai dengan persyaratan yang mempertimbangkan jumlah pemakai dan intensitas pemakainya.
- (4) Dilaksanakan melalui desain prototype yang dikembangkan dan masih memungkinkan adanya sentuhan arsitektur lokal dan adaptasi kondisi lokal lainnya yang tidak banyak berpengaruh terhadap garis kebijakan yang ditetapkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum.
- (5) Luasan unit satuan rusun adalah 24 m² dilengkapi dengan pantry dan kamar mandi dan WC.
- (6) Persyaratan bangunan termasuk penyediaan instalasi–instalasi dalam bangunan dipenuhi sesuai peraturan yang ada.
- (7) Menggunakan sistem precast sesuai dengan persyaratan–persyaratan yang ditetapkan oleh Kementerian Pekerjaan Umum.

2.2.2. Rusunawa TNI/ POLRI

Maksud dan tujuan pembangunan rusunawa di kalangan TNI/ POLRI adalah untuk memenuhi kebutuhan tentang perumahan dinas anggota TNI/ POLRI, juga meningkatkan kesejahteraan anggota TNI/ POLRI khususnya ditingkat Bintara secara selektif, sekaligus dalam rangka mendukung tugas-tugas operasional yang memerlukan kecepatan gerak dan keutuhan satuan.

Khususnya di kawasan perkotaan, kebutuhan fasilitas maupun pembangunan rumah susun sederhana sewa (rusunawa) merupakan salah satu penyelesaian atau alternatif untuk pemenuhan kebutuhan rumah tinggal yang bermartabat, nyaman, aman dan sehat bagi anggota TNI/ POLRI. Ditinjau dari kedinasan dan efisiensi waktu, kecepatan anggota TNI/ POLRI dari rumah/tempat tinggal rusunawa menuju tempat bertugas akan berdampak positif terhadap pelayanan TNI/ POLRI kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan dan pelayanan secara cepat, hal ini selaras dengan kebijakan dan strategi POLRI untuk peningkatan kecepatan dan kehadiran anggota POLRI dalam pemberian bantuan kepada masyarakat.

Dengan program Pemerintah, POLRI telah didukung dengan sejumlah fasilitas rumah dinas/asrama POLRI yang telah dimanfaatkan oleh anggota POLRI/PNS beserta keluarganya. Tetapi jika ditinjau dari jumlah tempat hunian, kondisi rumah dinas, sistem pengelolaan dan pengaturan penghuniannya masih belum dapat mendukung secara optimal dalam pelaksanaan tugas dan kesejahteraan anggota POLRI/PNS. Masih ada beberapa anggota POLRI/PNS yang mengontrak/menyewa rumah karena menunggu giliran untuk mendapatkan fasilitas rumah dinas/asrama/ rusunawa. Untuk memenuhi kebutuhan pembangunan rumah dinas POLRI dan sekaligus untuk meningkatkan kesejahteraan anggota POLRI khususnya di tingkat Bintara dan Tamtama beserta keluarganya diselenggarakan secara selektif, sekaligus dalam rangka mendukung tugas-tugas operasional yang memerlukan kecepatan gerak dan keutuhan satuan.

2.2.3. Rusunawa Pekerja

Rumah susun pekerja adalah termasuk rumah susun hunian yang dibangun untuk kebutuhan para pekerja dan bersifat non-komersial. Biasanya rusun pekerja ini dibangun di lokasi dekat dengan daerah di mana mereka bekerja.

Dalam rusunawa pekerja ini tidak mengutamakan adanya ruang bersama dalam masing-masing lantai dan kelengkapan fasilitas umum disediakan secara kondisional. Kelengkapan fasilitas pelayanan umum dalam skala yang kecil. Kelengkapan sarana dan prasarana disediakan hanya untuk memberikan kesejahteraan pekerjanya, sehingga kelengkapan sarana dan prasarana yang diberikan dalam lingkup yang kecil, yang hanya untuk memenuhi kebutuhan perorangan. Begitu juga kelengkapan dalam ruangan rusunawa pekerja hanya memberikan kenyamanan bagi masing-masing pekerja.

2.2.4. Rusunawa Lembaga Pendidikan Berasrama

Lembaga pendidikan berasrama adalah penyelenggara pendidikan menengah yang berbentuk pendidikan umum, kejuruan dan/atau keagamaan atau pendidikan terpadu (pendidikan umum dengan pendidikan agama, atau pendidikan umum dengan pendidikan kejuruan atau pendidikan agama dengan pendidikan kejuruan) yang dalam proses pembelajarannya mewajibkan peserta didiknya untuk tinggal di asrama. Dengan demikian asrama berupa Rusunawa yang diperuntukkan bagi mahasiswa/siswa/santri. Sedangkan hunian adalah Rusunawa yang diperuntukkan bagi tenaga pendidik dan/atau kependidikan.

2.2.5. Rusunawa Fungsi Campuran

Merupakan rusunawa yang selain berfungsi sebagai unit hunian juga dimanfaatkan sebagai tempat usaha dan sosial lainnya.

2.3. Jenis-Jenis Ruang dalam Rusunawa

Pada dasarnya, setiap rusunawa memiliki jenis-jenis ruang dan fasilitas tertentu yang menunjang fungsi rumah susun tersebut. Adapun jenis-jenis ruang dan fasilitas penunjang yang terdapat pada suatu bangunan rumah susun :

2.3.1. Bangunan Utama

Bangunan Utama adalah unit hunian rumah susun yang dapat disewakan, umumnya terdapat 2-3 tipe unit dalam suatu rusunawa, yakni unit dengan ukuran ruangan 21 m², 28 m², 36 m² dan 45 m². Pada tiap unit rusun, terdapat 5-6 bagian ruang (tergantung tipenya), yaitu: Kamar Tidur (jumlah kamar tidur tiap unit tergantung tipe), ruang tamu, ruang tengah/ruang keluarga, dapur, kamar mandi, teras depan/balkon dan teras belakang.

2.3.2. Bangunan Pendukung, *Hall/Lobby*

Lobby selain tempat menunggu bagi tamu/pengunjung penghuni rusun, sering juga digunakan untuk tempat para penghuni bercengkrama atau menonton acara televisi bersama (terutama sepakbola). *Lobby* juga berfungsi sebagai “kotak surat” rusun, di mana setiap surat, paket atau titipan barang bagi penghuni rusun diletakkan disana untuk kemudian diambil oleh penghuni rusun.

2.3.3. Dapur Bersama.

Meskipun umumnya sudah disediakan dapur pada tiap unit rusunawa, namun, “ruang bersama” yang menjadi ciri khas rusunawa tetap disediakan. Dapur bersama ini sering digunakan bagi para penghuni rusun (terutama kaum ibu) untuk saling mengakrabkan diri melalui saling bertukar bahan makanan dan untuk kegiatan memasak dalam skala besar, seperti: acara ulang tahun, pesta khitanan dan seremonial lainnya.

2.3.4. Pos Kesehatan.

Semacam klinik kesehatan bagi para penghuni rusunawa dilengkapi dengan dokter umum, tenaga medis dan perangkat kesehatan yang telah disediakan oleh pengelola rusunawa.

2.3.5. Kios Usaha.

Pada rusunawa terdapat berbagai kios untuk kegiatan usaha kecil menengah, seperti: Toko sembako, kios pulsa, apotek, bengkel dll, untuk disewakan, baik kepada penghuni rusunawa (prioritas) maupun kepada pihak luar rusunawa. Hal ini bertujuan untuk memajukan ekonomi penghuni rusunawa sekaligus memudahkan kegiatan di sekitar rusunawa.

2.3.6. Tempat Ibadah.

Tempat ibadah disediakan untuk memenuhi kebutuhan spiritual/rohani para penghuni rusun, umumnya yang tersedia adalah musholla.

2.3.7. Ruang Terbuka

Ruang Terbuka adalah area terbuka yang terdapat di lingkungan rusun, seperti: taman, lapangan bulutangkis, lapangan sepakbola, parkir, area pedestrian dll untuk menunjang aktivitas *outdoor* penghuni rusun yang beraneka ragam.

2.4. Pemanfaatan Rumah Susun

Pemanfaatan rusunawa adalah pendayagunaan barang milik negara/daerah yang berupa rusunawa untuk dipergunakan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi kementerian/lembaga/satuan kerja perangkat daerah, dalam bentuk sewa, pinjam pakai, dan kerja sama pemanfaatan, dengan tidak mengubah status kepemilikan yang dilakukan oleh badan pengelola untuk memfungsikan rusunawa sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Dalam Permenpera No. 14/Permen/M/2007 Pasal 3 huruf a, menyatakan bahwa ruang lingkup pengelolaan rusunawa meliputi pemanfaatan fisik bangunan rusunawa yang mencakup pemanfaatan ruang dan bangunan, termasuk pemeliharaan, perawatan, serta peningkatan kualitas prasarana, sarana dan utilitas.

Pemanfaatan fisik bangunan rusunawa yang mencakup pemanfaatan ruang dan bangunan. Sedangkan aspek pemeliharaan, perawatan, serta peningkatan kualitas prasarana, sarana dan utilitas, disampaikan dalam mata diklat (modul) yang terpisah.

Selanjutnya, dalam Pasal 4, menyatakan bahwa :

- (1) Pemanfaatan fisik bangunan rusunawa merupakan kegiatan pemanfaatan ruang hunian maupun bukan hunian.

- (2) Pemanfaatan fisik bangunan rusunawa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup kegiatan pemeliharaan, perawatan serta peningkatan kualitas bangunan prasarana, sarana dan utilitas.
- (3) Prasarana sebagaimana dimaksud pada ayat (3) terdiri dari jalan, tangga, selasar, drainase, sistem air limbah, persampahan dan air bersih.
- (4) Sarana sebagaimana dimaksud pada ayat (3) terdiri dari sarana pendidikan, kesehatan, peribadatan, dan olahraga.
- (5) Utilitas sebagaimana dimaksud pada ayat (3) terdiri dari jaringan listrik, jaringan gas, jaringan telepon, dan perlengkapan pemadam kebakaran.

2.5. Penyedia Jasa dan Pengguna Jasa

2.5.1. Penyedia Jasa

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 18 tahun 1999 tentang jasa konstruksi menyebutkan bahwa penyedia jasa adalah orang atau badan yang kegiatan usahanya menyediakan layanan jasa konstruksi, yang terdiri dari perencana konstruksi, pelaksana konstruksi dan pengawas konstruksi.

2.5.2. Pengguna Jasa

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 18 tahun 1999 tentang jasa konstruksi, pengguna jasa adalah orang perseorangan atau badan sebagai pemberi tugas atau pemilik pekerjaan/proyek yang memerlukan layanan jasa konstruksi.

Menurut Ervianto (2002), pengguna jasa adalah badan yang memiliki proyek dan memberikan pekerjaan atau menyeluruh memberikan pekerjaan kepada pihak penyedia jasa dan membayar biaya pekerjaan tersebut. Pengguna jasa dapat berupa perseorangan, badan lembaga/instansi pemerintah ataupun swasta.

2.6. Lokasi

Menentukan lokasi tempat tinggal dalam hal hubungan dengan pekerjaan ataupun untuk setiap aktivitas adalah hal yang sangat penting. Karena keputusan yang salah dapat berdampak negatif yang berkelanjutan. Dampak yang dimaksud adalah disorientasi pada efektivitas dan efisiensi yang diharapkan. Selanjutnya akan diuraikan definisi lokasi melalui pendekatan ekonomi. Pentingnya lokasi tergantung dari tipe dan derajat interaksi yang terlibat. Berikut referensi tentang lokasi, yaitu :

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono (2000:41-42) meliputi faktor-faktor :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum;
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
3. Tempat parkir yang luas dan aman;
4. Ekspansi, yaitu untuk dikemudian hari;
5. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung.

2.7. Harga

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market share-nya. Menurut Swastha, (1984: 147) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk. Harga perlu disesuaikan dengan nilai produk yang ditawarkan menurut pandangan pelanggan atau para pelanggan akan beralih ke pesaing lainnya (Kotler, 2004: 183).

Thomas nagle dalam Walker & Orville C. (2000: 7) mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi variasi dalam sensitivitas harga diantara pelanggan dan produk. Masing-masing faktor mencerminkan tiga fenomena yang lebih mendasar yang menentukan kesediaan dan kemampuan pelanggan untuk membeli produk dan jasa. Ketiga fenomena tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, keinginan pembeli untuk membayar harga tertentu untuk sebuah produk dipengaruhi oleh persepsi dan preferensi mereka, kebutuhan, hasrat, kesadaran, dan sikap mereka terhadap produk.

Kedua, harga, ketersediaan, dan daya tarik dari merek-merek alternatif dan produk-produk pengganti mempengaruhi keinginan pembeli untuk membeli produk tersebut. Begitupula halnya dengan produk-produk komplementer yang harus dibeli pelanggan untuk memperoleh nilai yang penuh dari produk.

Secara bersamaan, faktor-faktor ini menentukan nilai persepsi yang akan pelanggan hubungkan dengan bagian produk-pasar tertentu, dan harga yang akan ia bayar.

Persepsi pelanggan terhadap nilai-nilai dari produk menjadi batas atas dari harga. Bila pelanggan menganggap bahwa harga lebih besar daripada nilai produk, mereka tidak akan membeli produk. Biaya produksi menetapkan batas bawah bagi harga. Bila perusahaan menetapkan harga dibawah biaya produksi, perusahaan akan mengalami kerugian. Dalam penetapan harga diantara kedua keadaan ekstrem ini, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor internal dan eksternal lainnya, termasuk strategi dan bauran pemasaran secara keseluruhan, kondisi pasar dan permintaan, dan strategi harga dari para pesaing.

Melihat dari pengertian harga di atas berarti harga memegang peranan penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan apakah ia akan melakukan pembelian/sewa atau tidak. Dan juga disini konsumen menetapkan beberapa banyak produk yang harus digunakan atau dibutuhkan berdasarkan harga tersebut.

2.7. Indikator Harga

Menurut Swastha (2000: 125) indikator harga diketahui sebagai berikut :

- 1) Tingkat harga

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pembelian. Untuk menetapkan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya apakah menerima atau menolak.

2) Potongan harga

Potongan harga atau diskon sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan serta share pasar perusahaan, perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau kepada pembeli yang membayar dengan tunai.

3) Syarat pembayaran

Syarat-syarat pembayaran merupakan salah satu strategi harga karena termasuk dalam pertimbangan tingkat pengorbanan yang harus dihitung para pembeli atau langganan. Syarat pembayaran yang ditetapkan dapat bervariasi, disesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar serta sifat dan perilaku langganan atau pembeli.

2.8. Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan petukaran dalam pemasaran (Basu Swastha- Irawan,1998,349).

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya perlu merancang dan menyebarkan informasi tentang kehadirannya, ketersediaanya, ciri-ciri produk dan kondisi produknya serta manfaat yang dapat diperoleh para pelanggan/calon pelanggan

atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Usaha untuk mengenalkan produk kepada pasar yaitu dilakukan strategi promosi. Konsep yang dipakai untuk mengenalkan produk yaitu *promotion mix*, kegiatan-kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli

Menurut Kotler & Armstrong (2001: 45) variabel-variabel yang ada di dalam *promotional mix* ada lima, yaitu :

a. Periklanan (*advertising*)

Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa.

b. Penjualan Personal (*personal selling*)

Presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

c. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

d. Hubungan masyarakat (*public relation*)

Membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun "citra perusahaan" yang baik dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan.

e. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung.

Tujuan utama dari promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya (Swatha & Irawan, 2005 : 353). Secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Menginformasikan

Kegiatan promosi ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran dari perusahaan.

b. Membujuk pelanggan sasaran

Promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi masyarakat namun demikian promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian.

c. Mengingat

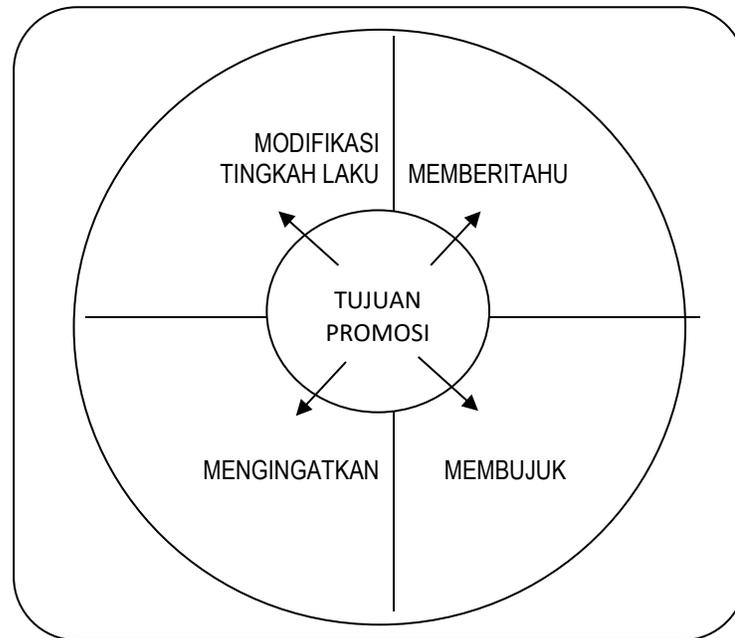
Promosi yang bersifat mengingat dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk dalam masa kedewasaan produk.

d. Modifikasi tingkah laku konsumen

Promosi diarahkan untuk merubah kebiasaan pembelian konsumen, misal iklan pemakaian pasta gigi Pepsodent yang menginformasikan kalau pemakaian pasta gigi diletakkan penuh di bulu sikat.

Swatha & Irawan (2005 : 354) secara rinci menggambarkan tujuan-tujuan promosi pada gambar 2.2. sebagai berikut.

Gambar 2.2. Tujuan-tujuan promosi



Sumber : Swatha & Irawan 2005

Fungsi dari kegiatan promosi menurut Swastha (2003 : 350) antara lain :

- Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli, karena perhatian dan calon pembeli merupakan titik awal proses pengambilan keputusan dan pembelian.
- Menciptakan dan menimbulkan interest pada diri calon pembeli.
- Mengembangkan ras ingin dari calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan.

Dalam menggunakan promosi penjualan, perusahaan harus menentukan tujuannya, memilih alat, mengembangkan program, menguji program, mengimplementasikan dan mengendalikannya, serta mengevaluasi hasilnya.

2.9. Persepsi

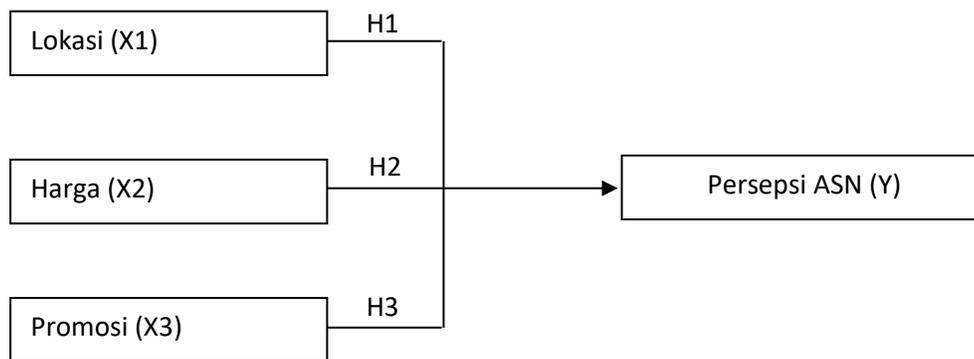
Pengertian persepsi dari kamus psikologi adalah berasal dari bahasa Inggris, *perception* yang artinya: persepsi, penglihatan, tanggapan; adalah proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya; atau pengetahuan lingkungan yang diperoleh melalui interpretasi data indera (Kartono dan Gulo, 1987 dalam Adrianto, 2006).

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang di indera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan (dalam Adrianto, 2006).

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses berkesinambungan yang meliputi pengetahuan, informasi, harapan, dan pengalaman yang kemudian diolah atau diinterpretasikan menjadi kesan-kesan (Sanjoto dan Supyana 2:152).

2.10. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor merk Honda di Baturaja. Untuk menyederhanakan kerangka fikir yang telah diuraikan, dijelaskan pada gambar 2.4 berikut.



Gambar 2.2. Kerangka Fikir Penelitian

2.12. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap persepsi ASN mengenai keberadaan Rusun ASN Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.