

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberhasilan pembangunan serta pertumbuhan penduduk yang pesat telah membawa seseorang pada perkembangan tingkat kesejahteraan dan perubahan hidup. Seiring dengan pertumbuhan penduduk yang pesat, makin meningkat pula kebutuhan-kebutuhan manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat dilepaskan dari kebutuhan hidupnya. Banyak sekali macam produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan manusia, mulai dari barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti makan, minum, pakaian sampai dengan barang-barang mewah seperti mobil, perhiasan, rumah dengan lingkungan bergengsi, keanggotaan klub dan harta benda lainnya yang mewah.

Kebutuhan manusia secara umum dapat dibedakan menjadi dua yaitu kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Disebut kebutuhan primer karena kebutuhan ini mutlak diperlukan agar manusia dapat hidup. Contoh kebutuhan primer ialah sandang, pangan dan papan. Kebutuhan yang kedua sering disebut sebagai kebutuhan sekunder karena bila dipenuhi akan menyebabkan orang menjadi lebih bahagia hidupnya. Contoh kebutuhan sekunder ialah kasih sayang, pujian, perasaan aman, kebebasan dan lain-lain (Handoko, 1992, h. 19).

Pada penelitian ini, penulis tidak akan membicarakan satu-persatu mengenai kebutuhan manusia tetapi disini penulis hanya akan menekankan pada salah satu

kebutuhan yaitu kebutuhan akan papan atau rumah. Rumah atau tempat tinggal merupakan salah satu unsur kebutuhan fisik yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Pengertian dari rumah menurut Sarwono (1984, h. 145) adalah suatu bangunan dimana manusia tinggal dan melangsungkan kehidupannya, disamping itu rumah juga merupakan tempat dimana berlangsungnya proses sosialisasi pada saat seseorang diperkenalkan pada norma dan adat kebiasaan yang berlaku pada sebuah masyarakat. Bagi masyarakat Jawa, rumah merupakan kebutuhan paling utama sesudah pangan dan sandang. Tanpa rumah, hidup belumlah sempurna, oleh karena itu memiliki rumah tak ubahnya memiliki masa depan.

Salah satu permasalahan yang dihadapi individu yang tinggal di kota adalah masalah perumahan. Pada waktu jumlah penduduk masih sedikit atau masih seimbang dengan tersedianya lahan, terutama di daerah perkotaan, kebutuhan rumah bukanlah merupakan suatu hal yang merisaukan. Tetapi pada saat ini, jumlah penduduk yang makin banyak dan didukung oleh keterbatasan lahan akan menimbulkan banyak masalah bagi pembangunan sebuah rumah.

Oleh karena itu dalam rangka mengatasi masalah perumahan dan untuk memenuhi kebutuhan rumah yang terus meningkat, maka pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong dan mengajak masyarakat juga pengusaha untuk berpartisipasi dalam pengadaan rumah. Berdasarkan himbauan pemerintah ,maka sekarang banyak bermunculan kawasan - kawasan perumahan yang dikembangkan oleh para pengembang atau *developer*. Baik itu kawasan untuk rumah tipe kecil atau rumah sederhana maupun kawasan untuk rumah tipe besar atau rumah mewah atau dengan kata lain rumah yang letaknya di

kawasan elite. Dikatakan kawasan elite karena dengan sendirinya akan didomisili oleh kalangan menengah atas. Ternyata respon masyarakat terhadap munculnya berbagai macam kawasan perumahan cukup besar, terutama untuk rumah tipe besar atau rumah yang letaknya di kawasan elite. Hal ini dapat dilihat dari makin banyaknya perumahan di kawasan elite yang dibuka; misalnya untuk kawasan elite di Semarang “Kota Atas” antara lain dapat dijumpai di Perumahan Villa Bukit Mas, Permata Semeru, Graha Estetika, Graha Candi Golf, dan Sronдол Bumi Indah; sedangkan di “Kota Bawah” dapat dijumpai antara lain di Perumahan Puri Anjasmoro, Taman Majapahit Estate, Semarang Indah, Puri Marina, dan Graha Padma. Disini masing-masing *developer* berusaha untuk menonjolkan kelebihan yang dimilikinya dengan menawarkan berbagai macam tipe, harga dan kualitas yang berbeda-beda kepada konsumen. Berdasarkan hal di atas, penulis dapat melihat bahwa persaingan dalam dunia properti semakin ketat.

Konsumen yang berminat untuk membeli sesuatu (dalam hal ini adalah rumah di kawasan elite), menunjukkan bahwa pada individu tersebut terdapat perhatian, rasa senang dan tertarik terhadap rumah tersebut sehingga timbul keinginan dan keyakinan yang tinggi untuk memiliki, yang kemudian pada tahap berikutnya timbul keputusan yang diikuti oleh suatu tindakan untuk mendekati atau memiliki, yaitu perilaku membeli. Artinya konsumen yang berminat membeli rumah di kawasan elite pasti akan mencari informasi selengkap-lengkapny tentang rumah yang dikehendaki baru kemudian memutuskan untuk membeli atau tidak.

Minat membeli rumah pada seorang konsumen selain dipengaruhi oleh produk itu juga dipengaruhi oleh individu itu sendiri dan lingkungan sekitarnya. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen di dalam membeli rumah di kawasan elite adalah tingkat penghasilan, pendidikan, kesepakatan keluarga, harga rumah, gaya hidup, harga diri, kelas sosial, kelompok referensi, fasilitas yang tersedia dan lokasi.

Selain beberapa faktor di atas, tipe rumah juga sering menjadikan calon pembeli atau konsumen untuk menentukan apakah akan membeli atau tidak. Tipe rumah di salah satu kawasan perumahan akan banyak mempengaruhi gengsi atau status penghuninya; misalnya rumah untuk tipe kecil akan banyak didominasi oleh kalangan berpenghasilan rendah sampai sedang. Sedangkan tipe rumah besar atau mewah dengan sendirinya akan didomisili oleh kalangan menengah atas. Tipe rumah besar atau mewah biasanya terletak di kawasan elite. Jadi tipe rumah di kawasan tertentu dapat menunjukkan kelas sosial seseorang.

↓ Minat individu terhadap sesuatu juga dipengaruhi oleh gaya hidup individu yang bersangkutan (Kotler, 1994, h. 241). Gaya hidup adalah cara individu menampilkan diri melalui tingkah laku (Jatman, 1995, h. 8). Senada dengan Jatman, di dalam Ensiklopedi (1989, h. 80) dikatakan bahwa gaya hidup adalah cara hidup yang tampak khas di kalangan warga suatu masyarakat. Inilah yang melatarbelakangi sifat khas seseorang. Tiap orang punya gaya hidup masing-masing (Sujanto dkk, 1991, h. 76). Gaya hidup yang dimiliki oleh individu disini bisa bermacam-macam, ada orang yang suka tampil menjadi pusat perhatian, ambisius, bergaya hidup santai, mandiri, suka pamer, lebih mengutamakan gengsi,

ada juga yang dalam memilih produk cenderung lebih mengutamakan fungsi daripada merk dan masih banyak lagi. Jadi bila minat membeli pada individu dihubungkan dengan rumah di kawasan elite maka dapat diartikan bahwa seseorang dengan gaya hidup tinggi atau mewah akan berminat terhadap suatu produk yaitu membeli rumah di kawasan elite yang akan mendukung pola kebiasaan hidupnya. Maksudnya bagi orang yang memiliki gaya hidup tinggi atau suka mengkonsumsi produk-produk berkualitas yang lebih baik dari orang lain maka akan cenderung lebih mudah terpengaruh dengan masalah gengsi dan mode dalam penggunaan suatu produk dan biasanya pembelian barang-barang mewah itu merupakan tanda ekspresi tentang keberhasilan yang telah dicapai. Sebaliknya, bagi orang yang mempunyai gaya hidup rendah (*low profile*) atau tidak memiliki gaya hidup suka mengkonsumsi produk-produk berkualitas maka tidak akan terlalu terpengaruh dengan masalah gengsi dalam pembelian suatu produk. Hal ini kemungkinan disebabkan karena mereka dalam memilih suatu produk cenderung lebih mengutamakan fungsi daripada merknya dan gaya hidup seperti inilah yang mungkin mereka anut. Jadi dapat dikatakan bahwa gaya hidup dianggap berpengaruh dalam menentukan perilaku pembelian dan konsumsi seseorang.

Gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri di kepulauan seribu atau di sebuah villa di daerah pegunungan, ada yang senang bepergian bersama keluarga, berbelanja, dan ada pula yang begitu memiliki waktu luang dan uang berlebih, memilih untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial - keagamaan (Kasali, 1998, h. 225).

Salah satu faktor yang juga mempengaruhi minat membeli rumah adalah harga diri. Menurut Coopersmith (1967, h. 4-6) definisi harga diri adalah sebuah penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri yang ditampilkan dalam perilakunya. Harga diri yang tinggi ditandai dengan percaya akan diri sendiri, sering mengalami kesuksesan, tidak takut terhadap liku - liku hidup, populer dalam hidupnya dan kelompoknya, mudah dicari, lebih mudah mencari teman, aktif dalam kelompok, realistik, mudah menerima kelebihan dan kekurangan. Sebaliknya harga diri yang rendah ditandai dengan kurang percaya akan diri sendiri, sering mengalami kegagalan, takut terhadap kritik, tidak populer dalam kelompok, sukar mencari teman, tidak aktif dan kreatif, tidak realistik, tidak mampu menerima kelebihan dan kekurangan (Coopersmith, 1967, h. 56).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen dalam membeli sebuah produk mempunyai perilaku yang berbeda antara satu dengan yang lain. Perilaku yang berbeda antara konsumen yang satu dengan yang lain khususnya golongan menengah atas inilah yang menurut penulis sangat menarik untuk diteliti, karena mempunyai ciri-ciri tertentu yang dapat menimbulkan problema-problema yang kompleks. Perilaku konsumen ini antara lain terlihat pada waktu mengkonsumsi sebuah produk yaitu dijumpainya konsumen yang tidak lagi membeli sebuah produk berdasarkan kebutuhan tetapi lebih didasarkan pada keinginan atau gengsi hanya demi kepuasan dan harga diri. Contoh lainnya misalnya dapat terlihat pada seseorang yang membeli mobil mewah bukan karena kebutuhan mobil tetapi kebutuhan akan harga diri yang dipuaskan dengan membeli

mobil. Selain untuk meningkatkan harga diri juga agar dikatakan tidak ketinggalan jaman dan termasuk dalam golongan gaya hidup kelas atas.

Hal yang sama juga terlihat pada saat konsumen mencari alternatif pemenuhan kebutuhan akan suatu produk yang sangat kompleks sifatnya. Salah satu produk yang sangat kompleks sifatnya adalah membeli rumah. Menurut Triwijayati (1997, h. 23) seorang konsumen yang berminat membeli rumah tentunya bukan hanya didominasi oleh pengaruh keluarga tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan faktor pribadi atau individu itu sendiri. Konsumen tersebut tentunya harus punya pengetahuan tentang rumah, bertanya-tanya pada kelompok referensinya, harus sesuai dengan gaya hidupnya dan lain-lain. Ada orang yang sudah senang bisa memiliki sebuah rumah walaupun rumah yang dimiliki sederhana tetapi hal ini mungkin tidak berlaku pada konsumen golongan menengah atas. Sebab rumah terutama untuk golongan menengah ke atas mempunyai arti yang sangat besar yaitu rumah harus dapat mewujudkan impiannya, dapat dibanggakan dan mampu memposisikan dirinya di kelas tertentu dalam masyarakat. Rumah yang dimaksud disini adalah rumah yang letaknya di kawasan elite. Jadi bagi golongan menengah ke atas kebutuhan rumah bukan lagi sebagai kebutuhan primer namun sudah merupakan kebutuhan sekunder karena memiliki rumah di kawasan elite merupakan kebanggaan tersendiri.

Apabila konsumen berminat untuk membeli rumah di kawasan elite maupun kawasan menengah biasa itu tidak menjadi masalah. Sebenarnya yang menjadi masalah adalah apakah konsumen sudah mempertimbangkan dengan betul dalam melakukan pembelian rumah. Sebab ada kemungkinan pada golongan menengah

ke atas terutama dalam mengkonsumsi sebuah produk, mereka cenderung tertarik untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang lebih matang sehingga pembelian rumah ini tidak sesuai dengan fungsi yang sebenarnya tetapi keinginan membeli rumah ini semata-mata hanya karena gengsi bukan karena kebutuhan sehingga hal ini dapat menimbulkan kecemburuan sosial dan memperlebar jurang kemiskinan. Jadi, apakah dengan membeli rumah di kawasan elite harga diri dan gaya hidupnya terwakili ?

Selain itu, jika kita melihat keadaan perekonomian di Indonesia yang semakin memburuk justru kawasan perumahan elite semakin berkembang atau banyak dan rata-rata konsumen yang membeli atau tinggal di kawasan elite cukup banyak. Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis ingin mengetahui lebih lanjut apakah gaya hidup dan harga diri berkorelasi dengan minat seseorang untuk membeli rumah di kawasan elite. Oleh karena itu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Minat Membeli Rumah Di Kawasan Elite Ditinjau Dari Gaya Hidup Dan Harga Diri “.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka secara rinci penelitian ini ditujukan untuk mengetahui dan menguji hubungan antara minat membeli rumah di kawasan elite dengan gaya hidup dan harga diri.

C. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat secara teoritis dan praktis.

a. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi ilmu pengetahuan dan untuk memperkaya disiplin ilmu yaitu Psikologi, khususnya bagi psikologi konsumen dalam kaitannya dengan minat membeli rumah di kawasan elite ditinjau dari gaya hidup dan harga diri. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai studi banding bagi penelitian-penelitian yang mempunyai tema yang relatif sama.

b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan untuk semua pihak khususnya pihak konsumen, yaitu agar mempertimbangkan dengan matang dalam melakukan pembelian rumah, khususnya rumah di kawasan elite sehingga diharapkan konsumen yang berminat membeli rumah di kawasan elite tidak semata-mata hanya karena gengsi.