

BAB II

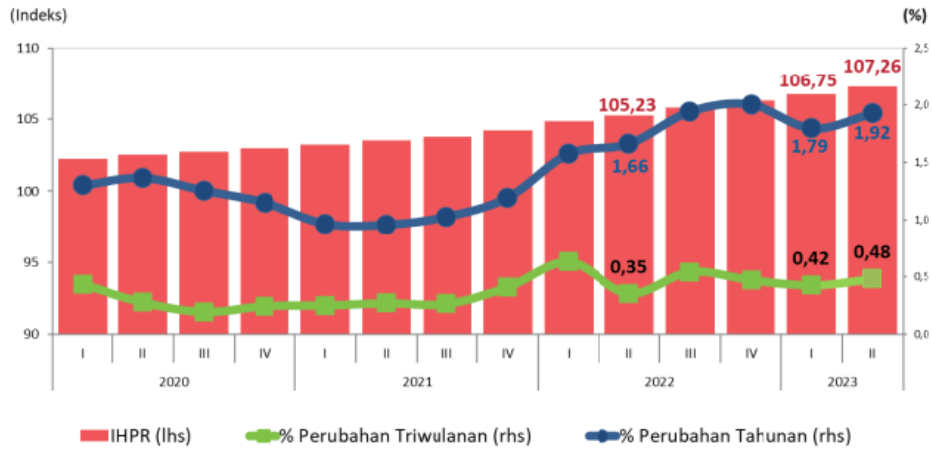
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan lebih lanjut lagi mengenai program rumah subsidi di Indonesia dan juga tentang perkembangan strategi pemasaran perumahan.

2.1 Gambaran Umum Program Rumah Subsidi

Harga rumah di Indonesia selalu mengalami kenaikan. Kenaikan harga rumah terus berlanjut dan menjadi sulit dijangkau bagi masyarakat yang kelas sosialnya berada pada kategori ekonomi pemasukan menengah ke bawah. Banyak faktor yang mempengaruhi harga, salah satunya adalah karena lahan yang tersedia tidak memadai jika dibandingkan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Menurut Survei Harga Properti Residensial (SHPR) Triwulan II 2023 yang dilaporkan oleh Bank Indonesia (BI), terjadi tren peningkatan harga pada properti residensial. Hal ini bisa dilihat dari Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) kuartal II-2023 mengalami kenaikan sebesar 1,92% secara tahunan (*Year on year/yoy*) yang jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, yaitu kuartal I 2023, mengalami kenaikan yang persentasenya sebesar 1,79% (*yoy*) (Sopar D, 2023). Dengan tren harga properti yang terus meningkat ini mengakibatkan semakin sulitnya seseorang memiliki rumah huniannya sendiri. Hal ini menjadi salah satu alasan pemerintah Indonesia mengadakan program melalui Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) yaitu Program Sejuta Rumah (PSR).

Perkembangan Indeks Harga Properti Residensial (IHPR)



Gambar 2.1 Grafik Perkembangan Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) Bank Indonesia

Sumber: Survei Harga Properti Residensial (SHPR) Bank Indonesia (BI) Triwulan II 2023

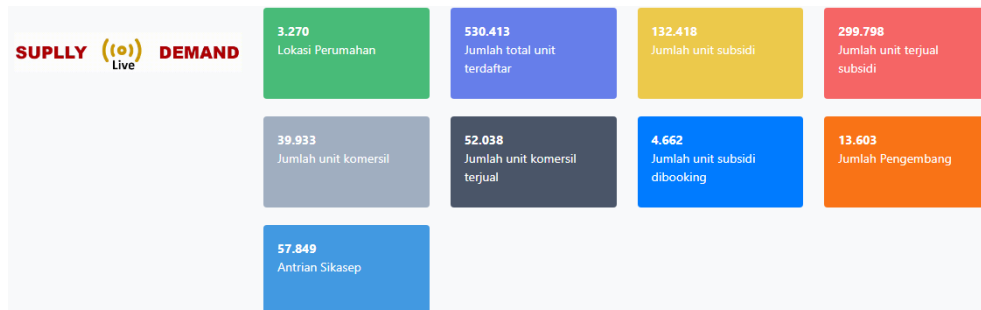
Program Sejuta Rumah (PSR) merupakan program yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia, yang mereka realisasikan melalui salah satu kementerian mereka, yaitu Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR). Inisiatif dari pengadaan Program Sejuta Rumah ini menjadi salah satu upaya pemerintah untuk memungkinkan warga memiliki tempat tinggal pribadi dengan biaya yang lebih masuk akal. Program yang diumumkan oleh Presiden Joko Widodo telah berjalan dari tahun 2015 ini memiliki tujuan utama mengatasi masalah kurangnya hunian, terutama bagi individu dengan pendapatan rendah, antara Rp2,5 juta hingga Rp4 juta per bulan. Sejak tahun 2015 hingga 2022, PSR sudah berhasil mencapai pembangunan sebanyak 7,98 juta unit rumah (Editorial Rumah.com, 2022). Sedangkan untuk capaian tahun 2023, per bulan Juni, PSR sudah berhasil membangun sebanyak 480.438 unit. Program Sejuta Rumah ditargetkan kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR), tetapi terdapat juga program untuk individu non-MBR. Dalam alokasi satu juta unit tersebut, 300.000 unit diperuntukkan bagi non-MBR, sementara sisanya, yakni 700.000 unit,

diperuntukkan bagi MBR (Asmaaysi, 2023). Rumah untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah ini disebut dengan rumah subsidi.

Rumah subsidi merujuk kepada hunian yang dibangun berdasarkan program pemerintah dengan tujuan utama memungkinkan setiap individu memiliki rumah mereka sendiri, terutama bagi mereka yang kelas sosialnya berada pada kategori ekonomi pemasukan menengah ke bawah. Rumah subsidi berbeda secara signifikan dari rumah non-subsidi atau rumah biasa. Ini mencakup perbedaan dalam harga, spesifikasi, tenor, dan jumlah pembayaran cicilan yang harus dibayarkan secara teratur (Editorial Rumah.com, 2023). Rumah subsidi tersedia di seluruh provinsi di Indonesia. Tetapi, provinsi dengan jumlah unit rumah dan peminat rumah subsidi terbanyak berada di daerah Jawa Barat. Menurut Ketua DPD Persatuan Perusahaan Real Estat Indonesia (REI) Jawa Barat, Joko Suranto, Jawa Barat menjadi penyerap perumahan subsidi tertinggi di Indonesia adalah karena jumlah penduduk yang tinggi, pertumbuhan ekonomi yang tinggi, merupakan daerah dengan aktivitas manufaktur yang paling tinggi, dan juga kurva permintaan rumah yang tinggi sehingga mendongkrak pasokan unit rumah (Budhiman, 2023). Per-bulan Agustus 2023, terdapat 123.399 unit rumah tersedia di Jawa Barat dengan 57.811 orang yang berminat akan rumah subsidi. Hal ini merupakan pasar yang sangat besar dan menjanjikan, sehingga banyak pengembang perumahan yang juga mulai berkecimpung dalam pengembangan perumahan bersubsidi,

Mengutip dari data *real-time* situs web *SiKumbang* milik Badan Pengelola Tabungan Perumahan Rakyat (BP Tapera) (diakses pada 20 Agustus 2023), untuk daerah Jawa Barat sendiri terdapat 3.270 lokasi perumahan dan 132.427 unit rumah subsidi. Dari data tersebut, bisa dilihat seberapa banyak dan besarnya pasar perumahan bersubsidi di daerah Jawa Barat. Oleh karena itu, para pengembang perumahan mengontrak tim *marketing* untuk membantu mempromosikan dan memasarkan perumahan mereka. Berbagai cara digunakan oleh tim *marketing* untuk mempromosikan perumahan mereka agar dapat menarik konsumen untuk membeli perumahan mereka. Mulai dari beriklan di media massa, memasang spanduk di pinggir jalan besar, dan juga melalui jalur mulut ke mulut. Tapi seiring

berjalannya waktu, cara-cara *marketing* pun berubah, apalagi dengan semakin tersambungnyanya masyarakat Indonesia dengan jaringan internet.

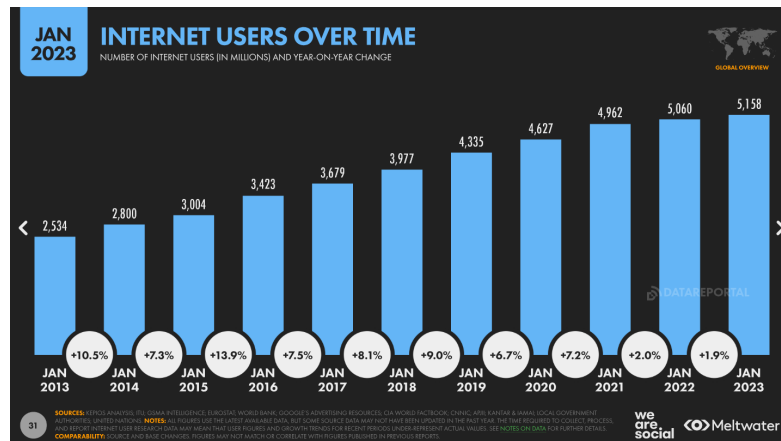


Gambar 2.2 Data Perumahan Bersubsidi Daerah Jawa Barat

Sumber: <https://sikumbang.tapera.go.id> (Diakses pada 20 Agustus 2023)

2.2 Perkembangan Komunikasi Pemasaran Perumahan di Indonesia

Internet masih terus berkembang dengan cepat dan telah menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan sehari-hari semua orang. Pengguna aktif internet dalam skala global telah berlipat ganda dalam sepuluh tahun terakhir. Survei yang dilakukan oleh *We Are Social* menunjukkan bahwa pada Januari 2013, dalam skala global, terdapat sejumlah 2,5 miliar orang yang tersambung ke jaringan internet. Sedangkan pada Januari 2023, terdapat 5,1 miliar pengguna (Kemp, 2023). Perkembangan pesat internet ini tentunya juga terjadi di Indonesia. Perkembangan internet di Indonesia sendiri sangat signifikan. Indonesia mengalami peningkatan yang stabil dalam jumlah pengguna aktif internet dalam satu dekade terakhir. Pada bulan Januari 2023, Indonesia memiliki sebanyak 213 juta pengguna aktif internet, atau hampir 77% dari total penduduknya yang berjumlah 276 juta jiwa. Ini menunjukkan tingkat penetrasi jaringan internet yang tinggi di Indonesia (Kemp, 2023). Di era modern ini, internet dipilih sebagai salah satu metode utama untuk memasarkan dan mempromosikan sebuah perumahan oleh tim *marketing* sebuah perumahan. Mulai dari mengiklan di *website-website* berita sampai dengan memasang *listing* di *website marketplace*.



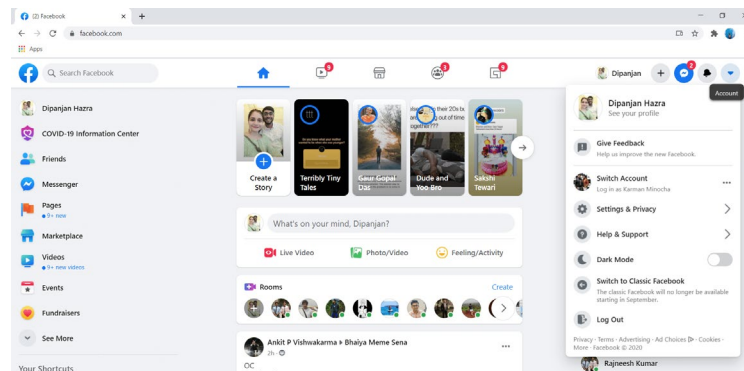
Gambar 2.3 Statistik Perkembangan Jumlah Pengguna Internet dalam Skala Global

Sumber: <https://wearesocial.com> (Diakses pada 22 Agustus 2023)

Perkembangan media sosial di Indonesia ini juga sangat drastis. *We Are Social* melaporkan bahwa terdapat 167 juta penduduk Indonesia, atau hampir 60% dari seluruh populasi Indonesia, yang merupakan pengguna aktif media sosial (Kemp, 2023). Masyarakat Indonesia sendiri banyak menempati jumlah pengguna terbanyak dalam platform-platform media sosial. Melihat dari seberapa banyak penduduk Indonesia yang sudah tersambung dan menggunakan media sosial, tim *marketing* mulai memanfaatkan platform-platform media sosial untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak orang yang sebelumnya tidak dapat dijangkau melalui teknik pemasaran tradisional. Banyak media sosial yang sering dimanfaatkan untuk media pemasaran, mulai dari *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, termasuk juga *Facebook*.

Jika dibandingkan dengan situs media sosial lainnya, *Facebook* merupakan salah satu platform media sosial dengan pengguna terbanyak. Dari data *We Are Social*, Pada Januari 2023, *Facebook* memiliki sebanyak 2,9 miliar pengguna aktif bulanan (Kemp, 2023). Di Indonesia sendiri, *Facebook* tetap banyak digunakan oleh masyarakat meskipun terdapat platform media sosial lain yang memiliki fitur-fitur yang lebih baru. Menurut data *We Are Social*, Indonesia tercatat memiliki 119,9 juta pengguna per Januari 2023 (Kemp, 2023). Berdasarkan data tersebut, Indonesia memiliki pengguna aktif *Facebook* terbesar ketiga di dunia. Dengan

melihat banyaknya pengguna media sosial *Facebook* di kalangan masyarakat Indonesia, platform ini menjadi salah satu media promosi yang bagus bagi tim *marketing* sebuah perumahan, terutama dengan fitur-fitur yang ditawarkan oleh *Facebook*.



Gambar 2.4 Homepage Facebook

Sumber: <https://techcult.com/> (Diakses pada 28 Agustus 2023)

Facebook memiliki fitur-fitur yang dapat memudahkan tim *marketing* suatu perumahan melakukan promosi dan pemasaran. Mulai dari fitur sederhana yang bisa digunakan oleh setiap orang seperti *Facebook Group*, *Facebook Marketplace*, dll. Terdapat juga fitur-fitur yang lebih canggih, yaitu *Facebook Ads*. Untuk fitur yang sederhana, fitur seperti *Facebook Group* dan *Facebook Marketplace* tersedia untuk semua orang dan tidak dipungut biaya. Di *Facebook Group*, terdapat berbagai jenis grup, mulai dari grup hobi, pekerjaan, dan juga jual beli. Tim *marketing* bisa masuk ke grup jual beli perumahan untuk memasarkan dan mempromosikan perumahan mereka. *Facebook Marketplace* juga dapat digunakan oleh tim *marketing* perumahan. Fitur ini memberikan kemudahan para penggunanya untuk menciptakan *listing* produk yang mereka akan perjual belikan. Untuk fitur yang lebih canggih, terdapat fitur *Facebook Ads*, di mana tim *marketing* bisa membuat suatu unggahan yang nantinya bisa dipromosikan ke target pasar yang tim *marketing* inginkan dan juga dengan *budget* harga iklan yang bisa disesuaikan. Fitur ini memang canggih dan lebih tepat sasaran, tetapi untuk promosi menggunakan fitur ini, diperlukan biaya yang lebih.