

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan industri property di Jakarta menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dan meningkat setiap tahunnya. Hal ini ditandai dengan meningkatnya permintaan hunian yang semakin tinggi membuat perusahaan property berlomba – lomba untuk memasarkan produk rumah cluster sederhana mereka. Perusahaan property juga harus bersaing untuk menarik perhatian para calon pembeli dengan membuat rumah cluster sederhana. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2020 ada 45,04% rumah tangga yang memiliki rumah sendiri dan pada tahun 2022 jumlah ini meningkat menjadi 50,67% (Ahdiat, 2022).

Setiap tahunnya permintaan rumah hunian dengan berbagai cluster, khususnya cluster sederhana semakin meningkat. Perusahaan pengembang property juga harus semakin meningkatkan dan lebih konsisten dalam mempersuasi calon pembeli agar tertarik dengan produk mereka. Perusahaan property juga harus menentukan target pasar dalam mempersuasi produk mereka dan juga harus menjalin hubungan yang erat dengan calon pembeli agar mereka tetap memilih perusahaan kita.

Banyak perusahaan property di Jakarta yang menawarkan rumah dengan cluster sederhana dengan suasana yang nyaman, akses yang dekat dengan transportasi dan fasilitas umum dengan harga yang terjangkau dan terbilang rendah di daerah Ibu Kota ini. Salah satu hunian yang sedang meningkat peminatnya yaitu rumah dengan cluster sederhana. Persaingan ini yang membuat perusahaan – perusahaan property harus memikirkan terobosan baru dengan membuat hunian cluster sederhana di lahan yang memenuhi kriteria dengan fasilitas – fasilitas yang layak dan mendukung agar dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Dalam persaingan industri property yang sangat pesat, perusahaan perlu mempersuasi calon pembeli melalui public relations, karena hal ini salah satu faktor penting dalam memberikan informasi mengenai produk mereka yang dapat menarik minat pembeli. Banyak perusahaan property harus menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan fungsi public relations mereka. Masih terdapat kurangnya pemahaman mengenai bagaimana public relations perusahaan property dapat secara efektif mempersuasi calon pembeli agar tertarik dengan produk rumah cluster sederhana mereka.

Salah satu masalah utama yang dihadapi public relations perusahaan property dalam mempersuasi produk rumah cluster sederhana kepada calon pembeli adalah kurang pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi pasar. Banyak perusahaan property yang hanya berfokus pada aspek teknis saja, seperti desain bangunan dan fasilitas. Perusahaan tidak tahu dan tidak memahami apa yang diinginkan oleh calon pembeli. Selain itu, kurangnya transparansi juga menjadi masalah serius bagi public relations perusahaan property. Banyak calon pembeli merasa tidak mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang proyek – proyek properti tersebut. Hal ini yang dapat membuat calon pembeli tidak percaya dan merasa ragu dengan perusahaan property tersebut.

Public relations merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk memelihara atau menjaga hubungan dengan para stakeholder internal dan eksternal yang bertujuan untuk mempersuasi calon pembeli, membangun serta meningkatkan citra positif perusahaan, meningkatkan kepercayaan calon pembeli, mempengaruhi persepsi calon pembeli terhadap perusahaan dan produk mereka agar lebih dikenal masyarakat luas. Salah satu tugas public relations yang paling utama adalah membangun hubungan yang positif dengan para stakeholder internal maupun eksternal dengan jangka panjang.

PT. Kafani Jaya Property yang melakukan bisnis property cluster rumah sederhana namun karena banyaknya persaingan dalam bersaing membangun property dengan kompetitor lain terutama perusahaan besar, sehingga PT. Kafani Jaya Property terkalahkan baik dalam hal capaian produk penjualan property. Public relations perusahaan mereka mencoba untuk mempersuasi calon pembeli dan membangun hubungan yang baik dengan para calon pembeli. Kafani Jaya Property didirikan oleh Ahmad Kurtubi sejak tahun 2017. Di tahun 2017 – 2019 perusahaan tersebut pernah mengalami penurunan dalam penjualan karena kurang melakukan pendekatan dengan calon pembeli dan kurangnya public relations Perusahaan dalam mempersuasi calon pembeli terhadap produk rumah cluster sederhana yang mereka jual.

Saat pandemi covid – 19, public relations dari kafani jaya properti terus melakukan gerakan dalam memperkenalkan produk rumah cluster sederhana mereka di media sosial dan dengan orang sekitar. Pandemi ini menjadi kesempatan mereka untuk terus mengembangkan usahanya, sehingga seiring berjalannya waktu banyak orang yang mengenal produk rumah cluster sederhana mereka dan bahkan banyak calon pembeli yang akhirnya memutuskan untuk membeli rumah cluster sederhana di Perusahaan tersebut serta banyak para calon pembeli yang menggunakan jasa dari kafani jaya properti untuk merenovasi rumah.

Di tahun 2020 Kafani Jaya Propety melakukan terobosan baru dengan mencoba jual beli rumah. Dari terobosan baru ini Kafani Jaya Property terus berkembang dan saat ini sudah terjual lebih dari 40 unit rumah dan untuk jasa renovasi sudah mencapai 200 unit rumah serta 10 masjid. Pasang surut ini merupakan kerja public relations yang masih terus berusaha menstabilkan pembelian pada produk rumah cluster sederhana. Upaya yang harus dilakukan oleh public relations pada perusahaan ini adalah mencoba untuk lebih mempersuasi calon pembeli agar produk mereka bisa lebih

dikenal dan bisa menaikkan jumlah penjualan dengan cara berusaha lebih dekat dengan para calon pembeli atau klien.

Industri property di Jakarta saat ini sangatlah berkembang pesat, karena Jakarta merupakan ikon Ibu Kota Indonesia dan sebagai kota metropolitan yang dimana kota Jakarta banyak kawasan komersial dan industri serta banyaknya jumlah urbanisasi yang membuat jumlah penduduknya meningkat sehingga membuat permintaan rumah cluster sederhana terus berkembang pesat. Dengan berbagai macam desain bangunan dan keunggulan yang ditawarkan oleh Kafani Jaya Property dalam mempersuasi calon pembeli untuk meningkatkan jumlah calon pembeli membuat provit perusahaan tersebut terus meningkat dari banyaknya jumlah kompetitor perusahaan property.

Public Relations Kafani Jaya Property kurang dalam memperkenalkan media sosial mereka ke klien atau calon pembeli sehingga followers mereka di media sosial tidak begitu banyak. Walaupun followers mereka di media sosial tidak begitu banyak, tetapi banyak masyarakat yang mengetahui perusahaan tersebut. Bahkan klien banyak yang berulang kali menggunakan jasa mereka dalam merenovasi rumah atau membeli rumah cluster sederhana yang mereka jual. Perusahaan ini kurang dalam memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka. Konten yang dibuat belum cukup menarik para calon pembeli atau klien untuk memfollow akun media sosial mereka.

Cluster rumah sederhana yang akan dijadikan penelitian ini berada di daerah Jakarta Selatan tepatnya di daerah Siaga yang memiliki nama cluster Yovie. Peneliti tertarik dengan cluster tersebut karena merupakan salah satu cluster sederhana yang berada di daerah Jakarta Selatan yang bisa dikatakan rumah di daerah Jakarta harganya sudah mulai tinggi tetapi Kafani Jaya Property bisa membuat rumah cluster sederhana yang harganya terjangkau dan bisa dimiliki oleh siapapun.

Cluster tersebut memiliki luas tanah atau tipe dan harga yang berbeda – beda, tipe rumah di cluster tersebut sangat beragam mulai dari luas tanah 30 meter hingga 50 meter dengan harga mulai dari 300 juta hingga 500 juta. Dengan melakukan jual beli rumah seperti ini, perusahaan semakin mengalami peningkatan dalam penjualannya dan pada saat ini rumah yang terjual sudah mencapai 400 rumah dan rumah yang direnovasi sudah hampir mencapai 350 rumah. Perumahan tersebut dekat dengan masjid, puskesmas, dan sekolahan.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini, karena perusahaan tersebut pernah mengalami penurunan yang sangat signifikan kemudian perusahaan tersebut di pindah tangankan dan dikelola oleh Ahmad Kurtubi yang merupakan adik dari pemilik sebelumnya. Perusahaan ini dikelola sangat baik hingga mengalami peningkatan dan pada saat pandemi, perusahaan tersebut mengalami penurunan dan kemudian perusahaan melakukan terobosan jual beli rumah sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Semakin hari, pendapatan perusahaan tersebut semakin meningkat dan semakin banyak yang mengenal perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagimanakah Marketing Public Relations perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana Yovie Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimanakah Public Relations perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana Yovie Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

- Pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu public relations, komunikasi pemasaran, komunikasi bisnis, komunikasi organisasi dan Perusahaan serta komunikasi.
- Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan berguna bagi:

- Perusahaan property agar dapat menangani permasalahan dalam penjualan, mempersuasi calon pembeli dan menaikkan minat calon pembeli untuk mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan dalam penjualan.
- Calon pembeli agar mendapatkan informasi yang lengkap tentang produk rumah cluster sederhana dan mendapatkan bantuan dalam memilih produk tersebut yang sesuai dengan kebutuhan.
- Karyawan diharapkan dapat memiliki inovasi yang kreatif dalam mempersuasi calon pembeli agar mereka tertarik dengan produk perusahaan dan dapat menaikkan penjualan di masa yang akan datang serta memberikan informasi yang akurat dan lengkap kepada para calon pembeli atau klien.
- Investor dapat memperoleh pemahaman tentang public relation perusahaan dalam mempersuasi produknya sehingga banyak calon pembeli yang tertarik dan membuat peluang bagi para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.
- Pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang teori public relation yang berkaitan dengan pemasaran property dan juga dapat memperoleh wawasan pentingnya

membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan karyawan dalam memasarkan produk.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada BAB I terdiri atas 5 sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Setelah BAB I, penyusunan sistematika ini kemudian dilanjutkan dengan BAB II yang berisikan penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta model kerangka pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini erupakan bab yang akan menjelaskan mendalam mengenai paradigma penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, informan penelitian, teknik analisis data, serta teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

BAB IV: ANALISIS DATA

Bab ini memuat hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Terdiri atas pembahasan dari analisa data yang telah diperoleh, kemudia dikaitkan dengan teori yang digunakan penulis untuk menmukan jawaban dari penelitian yang dilakukan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memuat bagian akhir atau penutup dari sebuah penelitian yang telah dilaksanakan. Berisikan kesimpulan dari penemuan hasil proses analisis data yang telah diuraikan dan diteliti oleh penulis pada bab – bab sebelumnya, keimpulan serta saran membangun, beserta lampiran – lampiran dari proses berjalannya penelitian.