



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistika (BPS) melansir pendapatan perkapita masyarakat Indonesia naik dari Rp 41,9 juta per tahun perkapita pada tahun 2014 menjadi Rp 45,18 juta pertahun per kapita pada 2015, dan Rp 47,96 juta pada 2016. Menurut kepala BPS Bapak Kecuk Suhariyanto, ekonomi Indonesia tahun 2016 tumbuh 5,02 persen lebih tinggi dibanding capaian tahun 2015 sebesar 4,88 persen. Data ini menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan pendapatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat Indonesia yang menuju kearah yang semakin baik. Peningkatan pendapatan ini mendorong masyarakat Indonesia untuk dapat memanfaatkan uang yang dimilikinya untuk berbagai kegiatan dan kebutuhan.

Prospek dan Perkembangan **Investasi properti di Indonesia** diprediksi dalam beberapa tahun kedepan akan mengalami peningkatan yang sangat pesat.. Asosiasi Real Estate Indonesia atau yang disingkat (REI) mengungkapkan jika pertumbuhan bisnis properti di Indonesia. Masih bisa terus mengalami peningkatan, bahkan peningkatan ini bisa mencapai 20% – 30%.

Permintaan akan properti khususnya permintaan rumah di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Di Indonesia sendiri setidaknya masih membutuhkan berjuta juta hunian yang layak. Maka dari itu, sekarang ini banyak sekali investor yang menangkap peluang tersebut untuk mengambil keuntungan yang sebanyak banyaknya, yaitu dengan cara berinvestasi di bidang properti di lokasi lokasi strategis.

Sebenarnya ada banyak sekali faktor yang bisa mempengaruhi bertumbuhnya bisnis properti ini. Salah satu faktor pertumbuhan investasi properti di Indonesia adalah sudah selesainya hajatan besar bangsa yaitu pemilu. Karena biasanya setelah dilaksanakannya agenda tersebut banyak bermunculan proyek pembangunan infrastruktur. Termasuk juga proyek pembangunan rumah didalamnya.

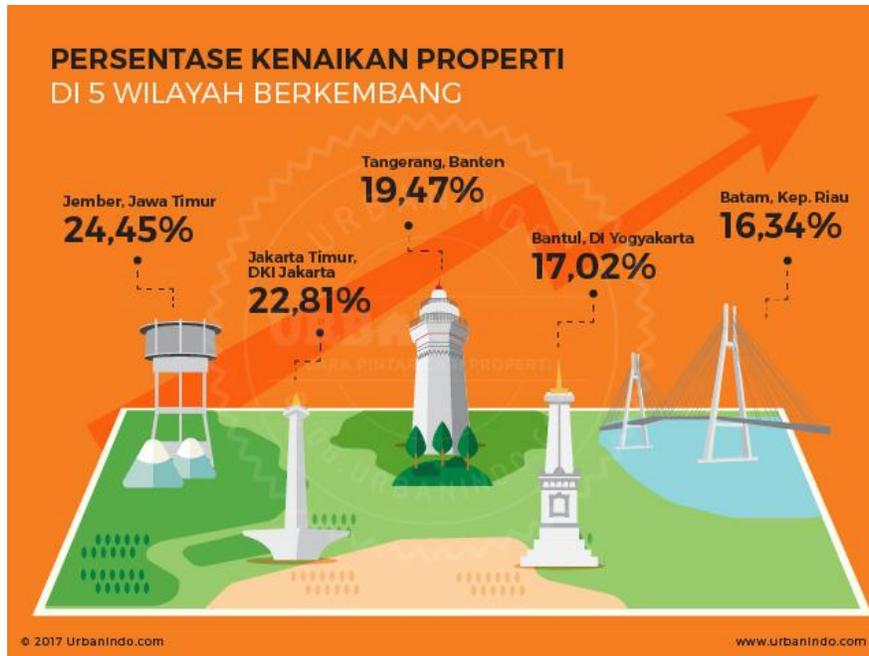
Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor properti di Indonesia selalu mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Selama tahun 2016 pun ada beberapa wilayah yang mengalami perkembangan properti sangat pesat. Wilayah apa saja?

Berdasarkan fitur Analisis Wilayah UrbanIndo, lima wilayah yang mengalami kenaikan properti paling tinggi, yaitu Jember 24,45%, Jakarta Timur 22,81%, Tangerang 19,47%, Bantul 17,02%, dan Batam 16,34%. Kenaikan tersebut tentunya sangat berkaitan dengan kenaikan dari masing-masing subsektor properti.

Dari kelima wilayah yang mengalami kenaikan tersebut, ada empat wilayah yang mengalami kenaikan signifikan pada subsektor tanah dan ada satu wilayah yang mengalami kenaikan signifikan pada subsektor rumah.

Keempat wilayah yang mengalami kenaikan pada sektor tanah terdiri dari Batam 79,08%, Tangerang 61,42%, Jember 56,23%, dan Bantul 16,10%. Selanjutnya, Jakarta Timur mengalami kenaikan pada subsektor rumah sebesar 28,90%. Jember yang selalu dikenal dengan hasil pertanian dan perkebunan, kini semakin berkembang dan menarik perhatian para *investor*. Berdasarkan data yang dihimpun UrbanIndo, ada sebanyak 84,11% pencari properti lebih banyak yang mencari rumah. Selanjutnya, disusul oleh para pencari tanah, ruko, kost, vila, dan komersial.





Sumber : [www.urbanindo.com](http://www.urbanindo.com)

**Tabel 1.1 Persentase kenaikan properti di 5 wilayah berkembang**

Selanjutnya di posisi kedua ada Jakarta Timur yang telah disebutkan mengalami kenaikan pada subsektor rumah sebesar 22,81%. Subsektor lain pun mengalami kenaikan, yaitu apartemen 8,16% dan tanah 7,62%.

Di posisi ketiga ada Tangerang yang tidak diragukan lagi perkembangannya sebagai kota mandiri. Bukan hanya subsektor tanah, subsektor rumah juga mengalami kenaikan sebesar 12,52%. Meskipun demikian, ternyata apartemen mengalami penurunan sekitar 2,55%.

Selama tahun 2016, terdapat beberapa daerah di Tangerang yang menjadi incaran para pencari properti. Urutan daerah tersebut terdiri dari Kelapa Dua, Pagedangan, Cipondoh, Cikupa, Karawaci, Pinang, dan Cisauk.

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Sumber : [www.urbanindo.com](http://www.urbanindo.com)

**Tabel 1.2 Kenaikan subsector property tertinggi di 5 wilayah berkembang**

Melihat peluang tersebut, PT. Indo Perdana Jaya Sakti yang bergerak di bidang penjualan baja ringan dan gypsum bermerek A Plus, PT. Indo Perdana Jaya Sakti jeli melihat peluang adanya pertumbuhan property yang signifikan di berbagai daerah di Indonesia. Dengan membuka cabang di Bandung, Bekasi, Bogor, Cilegon, Lampung, Palembang, Pekanbaru, Pontianak, Serang, Tangerang, dan Yogyakarta. PT. Indo Perdana Jaya Sakti bertujuan untuk dapat menjangkau wilayah Indonesia lebih luas lagi.

Dengan memberikan layanan purna jual yang baik, PT. Indo Perdana Jaya Sakti mengharapkan konsumen yang telah pernah membeli produk di PT. Indo Perdana Jaya Sakti akan melakukan *repeat order*, hal tersebut menarik perhatian penulis. Sehingga penulis memutuskan untuk memberikan judul laporan magang ini “ Pentingnya *Service Quality* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* ”.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang di PT. Indo Perdana Jaya Sakti adalah untuk mengetahui penerapan *service quality* dan tingkat harga yang sesuai untuk dapat bersaing di pertumbuhan properti sekarang ini dan menganalisa kelebihan serta kekurangan dari kegiatan yang dijalankannya. Selain itu, penulis juga berharap dapat berkontribusi secara positif dalam aktivitas perusahaan yang dilakukan sebagai anggota sales marketing dari PT. Indo Perdana Jaya Sakti, serta dapat membangun hubungan baik dengan konsumen sehingga *repurchase intention* dapat dicapai. Tidak hanya belajar secara langsung, tetapi juga dapat membangun hubungan timbal balik antara penulis dengan perusahaan tersebut agar penulis dapat memperoleh gambaran dari penerapan *service quality* dan menentukan tingkat harga yang sesuai di pasaran yang di terapkan oleh perusahaan sesuai dengan judul laporan magang penulis.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan mulai dari 1 Maret 2017 hingga 30 May 2017. Total hari kerja 60 hari atau setara dengan 480 jam, dimana 1 hari penulis bekerja 8 jam dari pukul 09.00-17.00 pada PT Indo Perdana Jaya Sakti yang ditempatkan di divisi marketing.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur yang dilakukan penulis dalam pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Penulis mencari perusahaan yang membuka peluang magang bagi jurusan yang di tuju sesuai dengan jurusan yang diambil. Penulis mengambil program studi Manajemen dan berkonsentrasi di Marketing.
2. Penulis mengajukan *curriculum vitae* (CV), transkrip nilai, pas foto dan surat pengantar pada setiap perusahaan yang dituju oleh penulis.

3. Setelah mendapatkan tawaran magang, penulis mendatangi perusahaan untuk memastikan secara langsung kepada perusahaan untuk melakukan proses interview dengan pihak *Human Resource Development* (HRD) dan meminta surat pengantar yang berisikan penerimaan kerja magang oleh pihak perusahaan yang akan diberikan kepada kampus.
4. Setelah melewati proses interview dari pihak *Human Resource Development* (HRD), penulis dinyatakan di terima di PT. Indo Perdana Jaya Sakti dan ditempatkan di divisi *Marketing* dengan mentor Ibu Fitri Agustina dan mulai melaksanakan kerja magang sesuai kesepakatan yaitu selama 60 hari kerja.
5. Penulis mendapatkan surat pengantar yang isinya menyatakan bahwa penulis akan melakukan praktek kerja magang di perusahaan dan juga mendapatkan form absen kehadiran magang dari pihak perusahaan.

INDO PERDANA JAYA SAKTI