
PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN RUMAH BERSUBSIDI DI KOTA KUPANG (STUDI PADA NASABAH BANK NTT KANTOR CABANG UTAMA KUPANG)

Oleh

Juanli Ferdinand Tanggu¹, Fransina W. Ballo², Maria Antonia RadjiSili³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas
Nusa Cendana

E-mail: ¹juanliftanggu@gmail.com

Article History:

Received: 18-01-2026

Revised: 25-01-2026

Accepted: 21-02-2026

Keywords:

Perilaku
Konsumen, Keputusan
Pembelian, Rumah
Bersubsidi, KPR, Bank NTT.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah bersubsidi di Kota Kupang dengan studi pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Utama Kupang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kebutuhan akan hunian layak bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) serta peran strategis program rumah bersubsidi dalam mengatasi permasalahan perumahan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada informan yang merupakan nasabah penerima Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menelaah faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli rumah bersubsidi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu harga rumah yang terjangkau, kemudahan akses pembiayaan KPR bersubsidi, tingkat suku bunga yang rendah, lokasi perumahan, serta kualitas bangunan. Selain itu, faktor internal seperti pendapatan, kebutuhan tempat tinggal, dan persepsi konsumen, serta faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan peran Bank NTT sebagai lembaga pembiayaan, turut memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang, lembaga perbankan, dan pemerintah dalam merumuskan kebijakan perumahan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Kota Kupang.

PENDAHULUAN

Semakin bertambahnya jumlah populasi penduduk di suatu daerah, kebutuhan akan tempat tinggal atau rumah juga otomatis meningkat, karena tempat tinggal merupakan salah

satu kebutuhan primer manusia. Rumah berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kehidupan yang nyaman, tempat beristirahat, tempat berkumpul dengan keluarga, dan tempat untuk menunjukkan tingkat sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat kini memiliki banyak pilihan untuk memperoleh tempat tinggal, seperti membeli tanah dan membangun rumah sendiri, menyewa, atau membeli secara tunai maupun kredit (Arliana et al., 2021). Perumahan merupakan salah satu kebutuhan primer yang esensial bagi setiap individu dan keluarga. Ketersediaan hunian layak tidak berfungsi sebagai tempat berlindung, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap stabilitas sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat (Engel. Et al 1995). Di Indonesia, Pemerintah terus berupaya mengatasi permasalahan backlog perumahan melalui berbagai program, termasuk penyediaan rumah bersubsidi bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Program ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat berpenghasilan rendah untuk memiliki hunian yang terjangkau dengan dukungan fasilitas kredit dan subsidi.

Program rumah bersubsidi merupakan salah satu upaya pemerintah dalam memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki hunian yang layak dengan harga yang lebih terjangkau, melalui adanya bantuan subsidi yang diberikan oleh pemerintah. Namun, keputusan untuk membeli rumah, bahkan rumah bersubsidi, bukanlah keputusan yang sederhana. Konsumen perlu mempertimbangkan berbagai faktor, seperti lokasi, harga, fasilitas, kualitas bangunan, dan skema pembiayaan. Kota Kupang sebagai ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) juga menghadapi tantangan dalam pemenuhan kebutuhan perumahan bagi warganya. Pertumbuhan penduduk dan urbanisasi yang terus meningkat menyebabkan tekanan pada ketersediaan lahan dan harga properti. Program rumah bersubsidi menjadi salah satu solusi penting untuk membantu masyarakat berpenghasilan rendah di Kota Kupang memiliki hunian yang layak dan terjangkau.

Bank NTT Kantor Cabang Utama (KCU) Kupang memiliki peran penting dalam menyalurkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi kepada masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Timur, khususnya di Kota Kupang. Sebagai lembaga keuangan daerah, Bank NTT memiliki pemahaman yang mendalam tentang kondisi ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Bank NTT sebagai salah satu bank daerah memiliki peran strategis dalam menyalurkan pembiayaan perumahan bersubsidi di Provinsi NTT, termasuk di Kota Kupang. Interaksi antara Bank NTT dengan calon pembeli rumah bersubsidi menjadikannya sumber data yang berharga untuk memahami perilaku konsumen dalam konteks ini. Studi terhadap nasabah Bank NTT Kantor Cabang Utama Kupang yang telah mengambil fasilitas KPR bersubsidi dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Keputusan pembelian konsumen memiliki beberapa pertimbangan, di antaranya adalah keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian, dan cara pembayaran. Produk yang dibeli harus berkualitas, konsumen akan merasa produk tersebut berkualitas jika produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan. Selain itu, lokasi bisnis yang tepat akan memenuhi harapan perusahaan untuk menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis mengurangi keuntungan yang bisa dirasakan oleh pengusaha tersebut. Oleh karena itu, pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar

serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan strategi yang penting untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkannya (Permata Sari, 2021).

Segmentasi pasar ini dilakukan pada target pasar kelompok kelas menengah kebawah yang berpotensi sebagai konsumen rumah tipe 36. Dengan hal ini, maka dibutuhkan upaya untuk mewujudkan tujuan perusahaan yang telah direncanakan sejak awal karena pertumbuhan dan perkembangan suatu daerah menengah ke bawah sangat tergantung pada pengembangan perusahaan. Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk menjamin kelangsungan hidup yang layak. Dalam konteks pembangunan nasional, sektor perumahan memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas sosial, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, realitas yang dihadapi di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua lapisan masyarakat memiliki kemampuan ekonomi untuk membeli rumah dengan harga pasar terutama Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR). Oleh karena itu maka pemerintah Indonesia telah menggulirkan berbagai program subsidi perumahan seperti Program Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) untuk menghubungkan kebutuhan dan daya beli masyarakat melalui penyediaan rumah bersubsidi dengan harga yang lebih terjangkau dan tenor cicilan yang lebih ringan.

Kota Kupang sebagai Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu daerah yang mengalami urbanisasi dan pertumbuhan penduduk yang cukup pesat. Kebutuhan akan hunian yang layak dan terjangkau semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya tekanan terhadap ketersediaan lahan dan infrastruktur kota. Pemerintah pusat dan daerah telah bekerja sama dengan pengembang swasta untuk menyediakan rumah bersubsidi bagi masyarakat di Kota Kupang. Namun demikian, meskipun tersedia dalam jumlah yang relatif memadai, tingkat serapan pasar terhadap rumah bersubsidi di wilayah ini belum sepenuhnya optimal. Banyak unit rumah bersubsidi yang tidak segera terjual atau mengalami kendala pemasaran yang menunjukkan adanya gap antara penawaran dan permintaan yang perlu diteliti lebih lanjut. Studi mengenai perilaku konsumen menjadi sangat relevan dalam konteks ini. Keputusan seseorang untuk membeli rumah tidak hanya didasarkan pada kebutuhan akan tempat tinggal saja, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi ekonomi pribadi, ketersediaan informasi, lokasi rumah, fasilitas yang ditawarkan, persepsi terhadap kualitas bangunan, serta faktor sosial dan budaya. Selain itu, stimulus dari luar seperti promosi, insentif pemerintah, serta kemudahan pembiayaan dari lembaga keuangan juga menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen dalam pembelian rumah bersubsidi di Kota Kupang, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian, serta memberikan masukan bagi pengembang dan pemerintah dalam merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada literatur akademik mengenai perilaku konsumen, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam mendukung kebijakan perumahan yang inklusif dan berkelanjutan di daerah berkembang seperti Kota Kupang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau perilaku manusia secara mendalam. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian rumah bersubsidi di Kota Kupang lewat perbankan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan cara mengenai suatu kenyataan empiris dari objek yang dijadikan penelitian. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif analisis untuk memaparkan data-data yang dapat di lapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini. Objek pada penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam menentukan pembelian rumah bersubsidi di Kota Kupang lewat perbankan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu

1. Data Primer

Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari hal wawancara langsung kepada pihak yang berkompeten dari beberapa nasabah KPR Bank NTT KCU Kupang.

2. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari instansi-instransi, perpustakaan, maupun dari pihak lainnya.

Analisis data yang digunakan untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri dan juga orang lain.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode berfikir deduktif, yaitu metode yang dilakukan dengan cara menarik suatu kesimpulan yang dimulai dari pernyataan umum atau teori-teori menuju pernyataan-pernyataan khusus dengan penalaran. Dengan metode ini, penulis mengambil kesimpulan dari pernyataan yang umum, seperti teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Kemudian menuju pernyataan khusus, yaitu memaparkan keadaan di lapangan, yang dimana penulis memaparkan mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian rumah bersubsidi, penarikan kesimpulan/verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah Subsidi di Perumahan Pondok Indah Matani

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditampilkan oleh konsumen ketika mereka mencari, memilih, membeli atau menggunakan suatu barang atau produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen dalam hal ini adalah individu atau kelompok yang akan membeli barang atau jasa untuk keperluan dirinya sendiri maupun orang lain. Artinya konsumen adalah orang yang akan mendapatkan nilai manfaat dari barang atau jasa yang dibelinya.

Terdapat beberapa alasan para konsumen membeli perumahan di Pondok Indah Matani, diantaranya adalah sebagai berikut: Konsumen pertama yaitu Ibu Maria Lopo berusia 40 tahun. Beliau bekerja sebagai pegawai swasta dan sudah tinggal selama 10 tahun di perumahan Pondok Indah Matani. Ibu Maria Lopo membeli rumah pada tahun 2015 tipe 36 dengan luas lahan 120m² secara kredit dengan angsuran sebesar Rp. 1.400.000 per bulan selama 15 tahun dan DP sebesar Rp. 2.000.000. Ibu Maria Lopo memilih membeli rumah di perumahan Pondok Indah Matani karena pelayanan dari pihak developer yang sangat baik dan ramah, ibu Maria Lopo diberikan kemudahan dalam melakukan transaksi saat akan melakukan akad pembelian rumah. Ibu Maria Lopo mengatakan sebelum menempati rumah yang telah dibeli ibu Maria Lopo dan suami melakukan sedikit renovasi seperti membuat dapur dan tempat mencuci. Ibu Maria Lopo membeli rumah tersebut untuk di tinggal sendiri beserta keluarganya.

Konsumen kedua yaitu Bapak Yohanes Neno berusia 35 tahun dan bekerja sebagai seorang wirausaha. Beliau telah tinggal selama 8 tahun di perumahan Pondok Indah Matani. Bapak Yohanes membeli rumah pada tahun 2017 dengan tipe 36 dan luas lahan 120 m². Harga rumah subsidi yang dibeli sebesar Rp185.000.000. Untuk pembelian tersebut, beliau membayar uang muka (DP) sebesar Rp3.000.000 dan memilih pembayaran secara kredit selama 15 tahun dengan angsuran sebesar kurang lebih Rp1.350.000 per bulan. Bapak Yohanes memutuskan membeli rumah di Pondok Indah Matani karena lokasi perumahan yang sangat strategis dan dekat dengan pusat usahanya, sehingga mempermudah aktivitas kerja setiap hari. Selain itu, kualitas infrastruktur jalan yang baik serta lingkungan yang aman menjadi alasan tambahan. Beliau juga merasa sangat terbantu karena pihak developer memberikan penjelasan yang detail terkait proses KPR dan bersikap responsif dalam setiap tahap transaksi. Sebelum menempati rumah tersebut, beliau melakukan renovasi berupa pemasangan kanopi dan pembuatan pagar demi kenyamanan dan keamanan keluarga. Bapak yohanes Neno membeli rumah tersebut untuk di tempati sendiri bersama keluarganya.

Konsumen ketiga yaitu Ibu Yuliana Belu berusia 45 tahun dan bekerja sebagai karyawan toko. Beliau telah tinggal selama 7 tahun di perumahan Pondok Indah Matani. Ibu Yuliana membeli rumah pada tahun 2016 dengan tipe 36 dan luas tanah 120 m² seharga Rp185.000.000. Ibu Yuliana membayar DP sebesar Rp2.000.000 dan melanjutkan pembayaran melalui kredit dengan tenor 15 tahun, sehingga angsuran yang dibayarkan setiap bulan berjumlah sekitar Rp1.300.000. Awal mula Ibu Yuliana membeli rumah tersebut masih berupa lahan kosong (belum ada rumah) Ibu Yuli membayar DP tersebut kepada developer sebesar Rp2.000.000, dan Ibu Yuliana di suruh menunggu selama 9-10 bulan untuk bisa menempati rumah tersebut (masih dalam pembangunan).

Ibu Yuliana memilih membeli rumah di Pondok Indah Matani karena harga yang terjangkau untuk pekerja dengan pendapatan tetap serta lingkungan yang dinilai bersih, aman dan mendukung kenyamanan keluarga. Ia juga menilai bahwa suasana perumahan yang tidak terlalu ramai dan jauh dari kebisingan menjadi nilai tambah tersendiri. Menurut beliau, pelayanan developer sangat baik karena selalu memberikan informasi yang jelas terkait biaya, dokumen, serta proses akad kredit. Sebelum menempati rumah, Ibu Yuliana melakukan renovasi kecil pada area dapur dan halaman belakang untuk menyesuaikan kebutuhan keluarganya.

Konsumen keempat yaitu Bapak Pep Isiliko berusia 44 tahun dan bekerja sebagai buruh tngki. Beliau telah tinggal selama 6 tahun di perumahan Pondok Indah Matani. Rumah yang dibeli merupakan tipe 36 dengan luas lahan 120 m² seharga Rp185.000.000. Karena kondisi ekonomi keluarga, Bapak Pep memilih pembayaran secara kredit dengan DP sebesar Rp1.500.000 dan tenor kredit selama 20 tahun, sehingga cicilan yang beliau bayarkan setiap bulan sekitar Rp950.000. Bapak Pep membeli rumah di Pondok Indah Matani karena cicilan yang ditawarkan relatif ringan untuk pekerja dengan penghasilan harian, serta lingkungan perumahan yang dirasa nyaman bagi keluarga. Selain itu, menurut beliau, lokasi perumahan cukup dekat dengan tempat bekerja sehingga mengurangi biaya transportasi. Ia juga merasa bahwa pihak developer memberikan kemudahan dan pendampingan dari awal proses survei unit hingga selesai akad. Sebelum menempati rumah, Menurut Bapa Pep dia membeli rumah untuk di tempati sendiri bersama keluarganya.

Konsumen kelima yaitu Ibu Debora Bani berusia 39 tahun dan bekerja sebagai seorang wirausaha. Beliau telah tinggal selama 5 tahun di Perumahan Pondok Indah Matani. Ibu Debora membeli rumah tipe 36 dengan luas tanah 120 m² pada tahun 2018 dengan harga Rp185.000.000. Untuk pembelian rumah tersebut, ia membayar DP sebesar Rp3.500.000 dan memilih tenor kredit 15 tahun dengan angsuran sekitar Rp1.400.000 per bulan. Ibu Debora memilih rumah di Pondok Indah Matani karena lokasinya yang strategis, dekat dengan tempat usaha dan fasilitas umum seperti pasar, sekolah, serta tempat ibadah. Selain itu, kawasan perumahan dinilai memiliki keamanan yang baik serta lingkungan sosial yang cukup harmonis. Ia juga merasa sangat terbantu oleh pelayanan developer yang ramah dan cepat dalam menanggapi kebutuhan pembeli, khususnya dalam proses administrasi kredit hingga akad. Menurut ibu Debora dia membeli rumah untuk di investasi ke depan karena ibu Debora akan pindah untuk mengikuti suaminya. Dari pengakuan Ibu Debora sampai saat ini rumahnya masih belum ada penghuni (yang mengontrak rumah).

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan yang merupakan nasabah Bank NTT Kantor Cabang Utama Kupang, diketahui bahwa bunga awal Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sebesar 5% menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian rumah bersubsidi di Perumahan Pondok Indah Matani. Seluruh informan menyampaikan pandangan yang relatif sama, bahwa bunga awal tersebut dinilai cukup rendah dan tidak memberatkan kondisi keuangan mereka, terutama pada tahap awal masa kredit. Informan merasa bahwa besaran bunga yang ditetapkan oleh pihak bank masih dapat dijangkau sesuai dengan tingkat pendapatan masing-masing, baik yang bekerja sebagai pegawai swasta, karyawan toko, buruh, maupun wirausaha.

Lebih lanjut, para informan mengungkapkan bahwa adanya bunga awal 5% memberikan rasa aman dan kepastian dalam pembayaran cicilan KPR, karena besaran angsuran yang harus dibayarkan setiap bulan sudah dapat diperkirakan sejak awal. Kondisi ini membuat informan merasa lebih yakin dan percaya diri dalam mengambil keputusan untuk membeli rumah bersubsidi melalui skema kredit. Bunga awal yang rendah juga dianggap membantu mengurangi kekhawatiran terhadap risiko gagal bayar pada masa awal kredit, sehingga mendorong keberanian informan untuk mengajukan dan merealisasikan KPR di Bank NTT. Selain itu, para informan menilai bahwa kebijakan bunga awal 5% mencerminkan keberpihakan Bank NTT terhadap masyarakat berpenghasilan rendah yang membutuhkan hunian layak dan terjangkau. Dengan adanya kemudahan pembiayaan

tersebut, informan merasa bahwa program KPR bersubsidi benar-benar memberikan manfaat nyata dan mendukung kepemilikan rumah bagi masyarakat. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan bunga awal yang relatif rendah dari Bank NTT memiliki peran penting dalam meningkatkan minat serta memperkuat keputusan nasabah untuk memiliki rumah bersubsidi di Perumahan Pondok Indah Matani.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan, dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen untuk membeli rumah di Perumahan Pondok Indah Matani dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang bersifat ekonomi, lokasi, pelayanan, serta kenyamanan lingkungan. Sebenarnya data yang diperoleh dari Bank NTT KCU Kota Kupang berjumlah 15 orang pembeli rumah bersubsidi, karena terjangkaunya informasi dari pihak Bank sehingga hanya mendapatkan 5 konsumen. Dari aspek ekonomi, seluruh konsumen tertarik karena harga rumah subsidi sebesar Rp185.000.000 dinilai terjangkau, dengan skema DP ringan dan angsuran yang sesuai kemampuan masing-masing. Tenor kredit yang fleksibel antara 15 hingga 20 tahun juga memberikan kemudahan bagi konsumen dari berbagai kalangan pekerjaan, mulai dari pegawai swasta, wirausaha, karyawan toko, hingga buruh.

Dari aspek lokasi, sebagian besar informan menilai bahwa Perumahan Pondok Indah Matani memiliki posisi yang strategis, dekat dengan tempat kerja, fasilitas umum, dan akses jalan yang memadai. Hal ini menjadi nilai tambah terutama bagi konsumen yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan lokasi tempat tinggal yang mudah dijangkau.

Pelayanan dari pihak developer juga menjadi alasan penting bagi para konsumen. Seluruh informan menilai bahwa developer memberikan pelayanan yang ramah, transparan, serta membantu dalam proses administrasi dan akad pembelian rumah, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan kemudahan dalam transaksi.

Selain itu, faktor kenyamanan dan keamanan lingkungan turut memengaruhi keputusan mereka. Para informan merasa bahwa Pondok Indah Matani menawarkan lingkungan yang aman, bersih, dan cukup tenang untuk kehidupan keluarga. Sebagian besar konsumen juga melakukan renovasi kecil sebelum menempati rumah, yang menunjukkan bahwa mereka merasa leluasa untuk menyesuaikan rumah dengan kebutuhan keluarga.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa faktor harga yang terjangkau, pelayanan developer yang baik, lokasi strategis, kemudahan kredit, serta kenyamanan lingkungan merupakan alasan utama konsumen memilih membeli rumah di Perumahan Pondok Indah Matani.

Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Rumah Subsidi di Perumahan Pondok Indah Matani

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, contohnya seperti perilaku konsumen dalam membeli rumah. Saat ini banyak konsumen membeli rumah lebih dari satu dengan alasan untuk berinvestasi namun tidak merawat rumah dengan baik dan semestinya.

Tinjauan tentang perilaku konsumen dalam membeli rumah di Pondok Indah Matani didasarkan pada hasil wawancara yang sebelumnya sudah dipaparkan oleh peneliti di atas maka dapat dikatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli rumah di perumahan Pondok Indah Matani yaitu faktor internal

yang diantaranya yaitu anutan, keluarga dan pribadi. Sedangkan faktor eksternal yang diantaranya adalah budaya dan kelas sosial.

1. Faktor Internal

- a. Kelompok keluarga, keluarga memegang peranan yang sangat penting dalam keputusan pembelian rumah, karena rumah tidak hanya dipandang sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai ruang utama untuk menjalani kehidupan keluarga dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa pembelian rumah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dasar keluarga akan hunian yang layak, aman, dan nyaman. Keputusan memilih Perumahan Pondok Indah Matani didorong oleh pertimbangan bahwa perumahan tersebut mampu memberikan lingkungan yang kondusif bagi kehidupan keluarga, seperti suasana yang relatif tenang, aman, serta mendukung interaksi sosial antarwarga. Selain itu, keluarga juga berperan dalam menentukan bentuk dan fungsi rumah, yang terlihat dari adanya renovasi awal sebelum rumah ditempati, seperti penambahan dapur, pembuatan pagar, kanopi, serta penataan halaman. Renovasi tersebut mencerminkan adanya penyesuaian rumah dengan kebutuhan keluarga, baik dari segi kenyamanan, keamanan, maupun aktivitas sehari-hari.
- b. Faktor pribadi, faktor pribadi juga menjadi faktor penting yang membentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian rumah. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, serta gaya hidup konsumen. Dalam penelitian ini, seluruh informan berada pada usia produktif, yaitu antara 35 hingga 45 tahun. Pada usia tersebut, seseorang umumnya memiliki tanggung jawab yang lebih besar terhadap keluarga sehingga kebutuhan akan hunian tetap menjadi prioritas utama.

Kondisi ekonomi dan jenis pekerjaan informan sangat memengaruhi pilihan mereka dalam menentukan skema pembiayaan rumah. Informan dengan pendapatan tetap cenderung memilih tenor kredit 15 tahun, sedangkan informan dengan pendapatan harian memilih tenor kredit yang lebih panjang hingga 20 tahun agar cicilan bulanan lebih ringan dan sesuai dengan kemampuan ekonomi. Pilihan ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan kondisi pribadi secara matang sebelum mengambil keputusan pembelian.

Selain itu, gaya hidup sederhana dan rasional juga tercermin dari pilihan konsumen terhadap rumah subsidi tipe 36. Konsumen lebih mengutamakan fungsi rumah sebagai tempat tinggal keluarga dibandingkan aspek kemewahan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pribadi membentuk perilaku konsumen yang cenderung berhati-hati dan menyesuaikan keputusan pembelian dengan kemampuan serta kebutuhan hidupnya.

2. Faktor Eksternal

- a. Budaya, budaya merupakan penentu dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang berkembang dalam masyarakat dan akan terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Dalam konteks pembelian rumah, budaya masyarakat yang memandang kepemilikan rumah sebagai simbol keamanan, kemandirian, dan keberhasilan hidup mendorong konsumen untuk memiliki rumah sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan memilih membeli rumah di Perumahan Pondok Indah Matani karena adanya dorongan nilai budaya untuk memiliki

hunian tetap bagi keluarga. Rumah dipandang tidak hanya sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai aset jangka panjang yang memberikan rasa aman dan kestabilan hidup

- b. Kelas sosial, kelas sosial merupakan kelompok masyarakat yang relatif homogen dan tersusun secara hierarkis berdasarkan status ekonomi, pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Kelas sosial memengaruhi minat, nilai, serta perilaku konsumsi seseorang.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas informan berasal dari kelas sosial menengah ke bawah. Kondisi ini memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih rumah subsidi dengan harga terjangkau, uang muka ringan, serta cicilan yang sesuai dengan kemampuan ekonomi. Konsumen dalam kelas sosial ini cenderung lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian, terutama untuk produk bernilai tinggi seperti rumah. Pilihan terhadap rumah tipe 36 dengan luas lahan 120 m² menunjukkan bahwa konsumen lebih mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Dengan demikian, perilaku konsumen dalam membeli rumah di Perumahan Pondok Indah Matani dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumen yang rasional, karena keputusan pembelian didasarkan pada pertimbangan kebutuhan keluarga, kemampuan ekonomi, serta kondisi sosial yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas penghuni Pondok Indah Matani merupakan keluarga muda yang sudah menikah dan sedang membangun kehidupan rumah tangga baru. Latar belakang pekerjaan penghuni bervariasi antara satu dengan yang lain. Dari hasil pendataan tidak resmi di lingkungan perumahan diperoleh gambaran bahwa terdapat proporsi signifikan penghuni yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil, karyawan swasta, tenaga honorer, pedagang, serta pekerja sektor informal lainnya yang menggantungkan penghasilan pada aktivitas ekonomi di Kota Kupang maupun wilayah Penfui. Pola ini menunjukkan bahwa Perumahan Pondok Indah Matani dihuni oleh kelompok masyarakat menengah yang membutuhkan hunian permanen dengan biaya terjangkau sekaligus memiliki akses ke pusat kegiatan ekonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian serta hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian rumah bersubsidi di Kota Kupang, khususnya pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Utama Kupang, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Perilaku konsumen dalam pembelian rumah bersubsidi di Perumahan Pondok Indah Matani Kota Kupang menunjukkan kecenderungan belum sepenuhnya rasional. Keputusan pembelian rumah tidak hanya didasarkan pada kebutuhan utama akan hunian, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor emosional, persepsi rumah sebagai aset investasi, kemudahan akses pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bersubsidi, serta strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengembang. Hal ini tercermin dari adanya konsumen yang telah membeli rumah bersubsidi namun tidak segera menempatkannya atau belum memanfaatkan rumah secara optimal sesuai dengan fungsi utama sebagai tempat tinggal.
2. Perilaku konsumen dalam membeli rumah bersubsidi melalui Bank NTT Kantor Cabang Utama Kupang dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor

internal meliputi pekerjaan, kondisi ekonomi, usia, dan gaya hidup konsumen, sedangkan faktor eksternal mencakup pengaruh keluarga dan lingkungan sosial, pertimbangan lokasi perumahan, keterjangkauan harga, serta kemudahan prosedur pembiayaan KPR bersubsidi yang disediakan oleh Bank NTT. Interaksi faktor-faktor tersebut membentuk pola pengambilan keputusan yang dalam beberapa kasus belum sepenuhnya sejalan dengan tujuan sosial program rumah bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aryandono, K. K. ., & Sinarwati, N. . (2022). PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3), 665–670.
- [2] Amir, M. T. (2003). *Perilaku konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- [3] Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 16(2), 10–18.
- [4] Fusfita, M., Yuliana, S., & Imelda. (2018). Determinan keputusan pembelian rumah sederhana di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(1), 11–18.
- [5] Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19 ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN DECIDING ONLINE PURCHASE DURING THE COVID-19 PANDEMIC TIME. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 112–122.
- [6] Hermawan, T., Firayanti, Y., & Marhamah. (2024). Analisis Perilaku Konsumen dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Tipe 36. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(9), 713–732.
- [7] Putra, A. R., Arifin, S., Jahroni, Munir, M., Darmawan, D., Mardikaningsih, R., & Sinambela, E. A. (2022). Studi Tentang Perilaku Pembelian Rumah Tipe 36 di Kabupaten Sidoarjo yang Ditinjau dari Faktor Harga, Lokasi dan Promosi. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik (JUPRIT)*, 1(3), 68–83.
- [8] Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NEW AYAM BANDUNG RESTO KAWASAN MEGAMAS MANADO. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195–5204.
- [9] Syafrianita, N., Asnawi, M., & Firah, A. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA .SYABANI DI PUSAT PASAR MEDAN. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40. Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.
- [10] Harold, K., & Donnell, C. (1997). *Management: A systems approach*. New York: McGraw-Hill.
- [11] Hermawana, T., Firayantia, Y., & Marhamaha. (2019). Analisis perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian rumah bersubsidi tipe 36. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 45–58.
- [12] Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. Cleveland: World Publishing Company.

- [13] Karim, A. A. (2012). *Ekonomi mikro Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- [14] Kasman, H. (2018). Pengaruh daya tarik iklan dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk Inconnet. *Jurnal Pemasaran*, 5(2), 77–89.
- [15] Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing* (9th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- [16] Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Indeks.
- [17] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- [18] Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1962). *Individual in society*. New York: McGraw-Hill.
- [19] Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications.
- [20] Mankiw, N. G. (2012). *Pengantar ekonomi mikro*. Jakarta: Salemba Empat.
- [21] Mankiw, N. G. (2014). *Principles of economics* (6th ed.). Boston: Cengage Learning.
- [22] Mankiw, N. G. (2017). *Macroeconomics*. New York: Worth Publishers.
- [23] Mankiw, N. G. (2021). *Macroeconomics* (10th ed.). New York: Worth Publishers.
- [24] Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [25] Muhammad. (2004). *Ekonomi mikro dalam perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- [26] Murwanti, S. (2017). Perilaku konsumen dalam memilih perumahan Cipta Laras Bulusur Wonogiri. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 22–34.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN