

Proses Pengambilan Keputusan pada Konsumen untuk Membeli Rumah dari PT X Berdasarkan Alasan Pro-Lingkungan Hidup

Chatu Septiana¹, Arundati Shinta² dan Eny Rohyati³

^{1,2,3} Program Studi Psikologi Umum
Fakultas Psikologi, Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta
Email: chatuseptiana6@gmail.com
Diterima 20 Januari 2020, diterbitkan Maret 2021

ABSTRACT

This study aims to explore consumer's decision-making process in buying house (permanent residence building), based on pro-environmental reasons. It is a rare research since most of research on house consumer behavior revealed that price and location were the most important reasons in buying house rather than pro-environment reason. This is a qualitative research and 2 female owners (wives) participated in this research. They have already lived in that real estate developed by the X house enterprise for 4 months. This research revealed that those consumers have 5 stages in making a decision i.e. able to identify their needs, able to seek relevant information, able to make alternative evaluation, purchasing decision, and post-purchase behavior. It was also revealed several points: (1) the second subject is more likely to be an impulsive consumer since the process of decision making was only 4 days compare to 1 month for the first subject. It was occurred that the second subject was more likely depression because of conflict with her mother in law. (2) The first subject was more likely to have environmental sensitivity than the second subject. It was reflected from her favor on a friendly environment septic tank.

Keywords: Purchasing decision making, Pro-environment reason.

PENDAHULUAN

Pro-lingkungan hidup adalah suatu sikap yang menunjukkan bahwa seseorang sangat peduli pada keselarasan dengan alam. Keselarasan dengan alam berarti segala perilaku dan keputusannya tidak akan merugikan alam. Selanjutnya lingkungan hidup dalam hal ini tidak hanya berarti segala sesuatu yang berwarna hijau (melambangkan daun) saja, namun juga keselarasan dengan semua ekosistemnya. Seseorang yang mempunyai sikap pro-lingkungan hidup, akan tercermin dalam segala perilakunya termasuk keputusan-keputusan yang diambilnya, bahwa pilihannya tidak akan menyakiti alam. Hal ini juga tercermin ketika individu memilih dan membeli sebuah rumah tempat tinggalnya.

Persoalan yang berhubungan dengan sikap pro-lingkungan hidup, apalagi dalam hal pembelian sebuah rumah, adalah pertimbangan tentang keselarasan dengan alam jarang diperhitungkan. Hal ini karena rumah adalah sangat mahal harganya dan pengurusan administrasinya cenderung sulit. Jadi pertimbangan memilih rumah adalah lebih karena murah dan posisinya strategis, daripada keselarasan dengan alam. Persoalan yang lazim muncul pada pemilihan rumah yang kaitannya dengan sikap pro-lingkungan hidup adalah terlintarnya pengelolaan limbahnya, baik cair maupun padat. Limbah padat dalam penelitian ini adalah sampah. Limbah cair dalam penelitian ini adalah segala kotoran yang dihasilkan dari rumah itu dan bentuknya cair. Contoh limbah cair di rumah yakni tinja dan air cucian.

Idealnya, pengelolaan limbah di perumahan adalah adanya sebuah sistem yang mana pemilik rumah harus bisa mengelola limbahnya secara ramah lingkungan. Apalagi bila

rumah itu bagian dari suatu perumahan, yang mana disain rumah ditentukan oleh suatu perusahaan pengembang (*developer*). Artinya, pengembang yang baik akan membuat suatu sistem pengelolaan limbah dan sampah komunitas (untuk perumahan yang halamannya sempit), dan sumur-sumur resapan, sanitasi serta selokan untuk perumahan yang halamannya luas, sayangnya para pengembang hanya berlomba-lomba membangun rumah yang bagus dan lokasi yang strategis. Para pengembang perumahan juga bersaing pada harga saja. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada 25 November 2020 dengan karyawan pengembang perumahan, ia menyatakan bahwa perusahaan melihat kebutuhan konsumen hanya sebatas lokasi yang strategis dan harga yang murah. Hal ini dikarenakan persaingan bisnis perumahan yang berkembang saat ini.

Berdasarkan data pengembangan bisnis perumahan di Indonesia pada 2019, kinerja sektor properti tumbuh 5%, dan menurut REI (Perusahaan Real Estate Indonesia) kinerja sektor properti pada 2020 tumbuh menjadi 8%. Hal ini di dukung oleh membaiknya proyeksi pertumbuhan ekonomi domestic hingga upaya Bank Indonesia(BI) dalam mendorong kredit perbankan (Persatuan perusahaan real estate Indonesia, 2020). Sektor properti masih menyumbang pertumbuhan positif. Hal ini mengindikasikan bisnis property mampu memberikan efek berganda pada lebih dari 170 subsektor industry padat karya, dan hal itu masih menjadi salah satu penggerak perekonomian di masa kritis. Artinya pertumbuhan perumahan tetap makin meningkat meskipun di 2020 dihantam covid.

Peluang pertumbuhan perumahan semakin meningkat berdasarkan beberapa faktor, di antaranya stimulus sektor perumahan berupa peningkatan alokasi KPR subsidi Rp 1,5 triliun, dengan adanya faktor pendukung tersebut, bank BUMN tetap mencatatkan pertumbuhan KPR subsidi yang masih prima. Per Agustus 2020, segmen KPR subsidi membukukan pertumbuhan kredit sebesar 5,6% dibandingkan periode yang sama tahun lalu (PikiranRakyatcom, 2020). Menurut Rumah.com (2020) minat masyarakat semakin tinggi akan rumah subsidi hal ini terlihat dari yang mengakses aplikasi SiKasep yang terus meningkat. Hingga awal juli 2020 ada 181.008 calon debitur telah dinyatakan lolos KPR subsidi, 10.534 calon debitur dalam proses verifikasi bank dan 2.161 calon debitur mengajukan dana FLPP ke PPDPP. Data terakhir, PPDPP telah menyalurkan sebanyak 74.885 debitur. Situasi tersebut berbanding terbalik pada sektor rumah non subsidi , menurut Bisnis.com (2020) pengembang besar yang membangun rumah non-subsidi dan focus menasar segmen kelas atas dinilai mengalami dampak kelesuan di sector property selama beberapa tahun terakhir.

Para pengembang perumahan lebih memilih membangun rumah dengan harga yang murah agar banyak diminati masyarakat dari pada harga yang mahal namun tidak mendapatkan konsumen, oleh karena itu para pengembang perumahan tidak memperhatikan pengelolaan lingkungan yang baik, hal ini karena pengelolaan lingkungan hidup yang sangat mahal dan juga merepotkan (Septiadi, 2016). Situasi ini membuat lingkungan sangat jarang diperhatikan dan perusahaan hanya menonjolkan harga yang murah dengan lokasi yang stratesgis, sehingga konsumen hanya tertarik pada harga tersebut tanpa memperhatikan sisi lingkungannya

Dari keterangan di atas terlihat bahwa minat konsumen pada rumah dengan harga yang murah fasilitas yang terbatas terlihat begitu tinggi dibanding rumah mewah dengan berbagai fasilitas yang lebih bagus tentunya. Harga dan lokasi menjadi pengaruh terbesar dalam melakukan keputusan pembelian (Puspa, Permana & Nuryati, 2017). Situasi tersebut membuat hal-hal yang berhubungan tentang lingkungan hidup jarang menjadi fokus perhatian padahal lingkungan hidup yang baik juga akan berdampak baik pada kehidupan yang akan datang, namun jika lingkungan hidupnya buruk dampak di masa mendatang juga akan buruk seperti halnya banjir maupun tanah longsor, bisa juga pencemaran lingkungan karena pengelolaan limbah yang salah di suatu perumahan.

Jadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan untuk membeli rumah pada konsumen perumahan dari PT X. Manfaat penelitian adalah temuan penelitian diharapkan bisa menjadi masukan bagi pengembang perumahan tentang pentingnya pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Selain itu, temuan penelitian diharapkan bisa menjadi bahan bagi konsumen untuk lebih teliti dalam memilih rumah, yakni tidak hanya bergantung pada alasan harga dan lokasi saja.

Penelitian ini akan berfokus pada proses pengambilan keputusan pada konsumen untuk membeli rumah dari pengembang PT X, berdasarkan alasan pro-lingkungan hidup. Penelitian ini penting karena Indonesia menempati posisi ke dua setelah China dalam hal produksi sampah (Puteri, Aliya, Satria, 2018). Hal ini berarti bahwa penduduk Indonesia kurang bertanggung jawab terhadap limbah yang diproduksinya. Situasi seperti ini seharusnya menjadi pertimbangan bagi para pengembang. Selain itu, keberadaan pengelolaan limbah yang tertata dengan baik, justru bisa menjadi poin yang paling bisa ditawarkan kepada konsumen, setelah harga dan lokasi.

Penelitian ini juga menarik karena alasan pro-lingkungan hidup jarang menjadi fokus pertimbangan konsumen dalam memilih rumah, padahal faktanya hal-hal yang berhubungan dengan lingkungan hidup sangatlah penting bagi manusia, pengelolaan lingkungan hidup yang baik atau buruk akan berdampak juga di masa depan. Fokus penelitian tentang pembelian rumah pada umumnya berkisar pada harga dan lokasi saja. Hal ini karena pembangunan infrastruktur pengelolaan limbah adalah mahal. Pengembang tentu saja akan menghindari situasi yang tidak menyenangkan ini. Jadi harapan penelitian ini adalah bahwa pengembang memperhatikan aspek lingkungan hidup, dan juga calon pembeli rumah peduli pada aspek lingkungan hidup.

Dalam perilaku konsumen, pengambilan keputusan meliputi berbagai jenis. Keputusan yang satu bisa memengaruhi keputusan yang lainnya. Keputusan ini juga bisa berpengaruh pada jenis keputusan lainnya yang berhubungan dengan proses konsumsi produk tersebut pasca pembelian. Pada dasarnya setiap keputusan yang diambil konsumen adalah untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Konsumen membuat keputusan untuk berperilaku diarahkan kepada sasaran yang ingin dicapai atau dipenuhi. Jadi dalam pengertian ini bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Pengambilan keputusan konsumen akan menjadi lebih ekstensif dan bervariasi bila pembelian semakin meningkat. Ada beberapa proses yang dilakukan dalam rangka tindakan pembelian yakni: mengenali atau pemahaman adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, tindakan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Berikut penjelasannya:

1. Menganalisis kebutuhan. Hal ini erat hubungannya dengan ketidaksesuaian antara keinginan dengan hal-hal yang nyata. Hal-hal yang nyata tersedia merujuk pada kebutuhan, sedangkan hal-hal yang tidak tersedia merujuk pada keinginan. Semakin sama antara keinginan dan kebutuhan maka pembelian akan semakin terlaksana dengan cepat (Setiadi, 2003). Dalam hal ini peneliti hendak mengetahui apa saja keinginan dan kebutuhan pembeli rumah, dan apakah keinginan dan kebutuhan tersebut melibatkan pertimbangan aspek lingkungan hidup / pengelolaan limbah. Dalam analisis kebutuhan tersebut juga terkandung analisis prioritas kebutuhan. Semakin tinggi prioritasnya, maka semakin konsumen segera merealisasikan tindakan pembelian. Dalam analisis kebutuhan ini tentu saja sudah menganalisis persediaan uang yang dimilikinya. Ia juga sudah mempertimbangkan bila persediaan uang kurang, maka ia akan melakukan strategi pencicilan / peminjaman uang.

2. Pencarian informasi. Konsumen mengacu pada semua tindakan yang hendak diambil untuk mengidentifikasi dan memperoleh informasi tentang cara pemecahan masalah. Jadi calon pembeli mencari informasi yang relevan dari lingkungan luar untuk memecahkan masalah, atau mengaktifkan pengetahuan dari ingatan (Setiadi, 2003). Informasi-informasi tersebut tidak hanya meliputi barang yang hendak dibeli, namun juga cara pembayarannya. Konsumen yang merasa tertarik pada perumahan yang akan dibeli maka ia akan mencari informasi tersebut dari beberapa sumber seperti:
 - a. Sumber pribadi, seperti keluarga, tetanga, teman sepergaulan, teman kerja.
 - b. Sumber komersial, seperti iklan wiraniaga, agen, kemas, pajangan
 - c. Sumber publik, seperti koran majalah, organisasi penilai konsumn
 - d. Sumber pengalaman, seperti penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Pada umumnya konsumen menerima informasi sebagian besar melalui sumber komersial yang dikendalikan oleh pemasar. Informasi ini sangat membantu konsumen dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Semakin banyak informasi yang didapat, semakin bertambah pula kesadaran konsumen akan pentingnya mereka suatu barang termasuk karakteristik barang. Artinya, informasi itu menuntun calon pembeli untuk tidak membeli barang berdasarkan emosi (*impulsive consumer*).

3. Evaluasi alternatif. Sebelum membeli, konsumen akan melakukan evaluasi perbandingan dengan rumah-rumah lain yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan. Evaluasi tersebut berdasarkan aspek harga dan kualitas perumahan (Septiadi, 2003). Fasilitas fisik yang berhubungan dengan lingkungan hidup seperti pengelolaan limbah sangat jarang menjadi bahan evaluasi pembelian. Alasannya adalah fasilitas pengelolaan limbah adalah sangat mahal dan merepotkan.
4. Tindakan pembelian. Setelah menganalisis kebutuhan, mencari informasi dan menganalisis pilihan-pilihan yang ada, maka langkah selanjutnya adalah melakukan tindakan pembelian (Darmiati, et al., 2017). Tindakan pembelian ini juga termasuk tindakan pembayaran barang yang dibeli.
5. Perilaku pasca pembelian. Setelah membeli produk dan menggunakannya, konsumen mendapatkan pengalaman yang bermakna terhadap perumahan yang ditematinya. Pengalaman tersebut dapat berupa rasa puas yang biasanya diikuti dengan adanya rasa terus ingin tinggal. Bila pengalaman rasa tidak puas yang muncul maka hal itu biasanya diikuti dengan perilaku menyesal, menggerutu, dan perilaku negatif lainnya.

Konsep di atas yang akan digunakan pada penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana fenomena penelitian ini khususnya pada fenomena keputusan pembelian perumahan yang didasari oleh sikap pro-lingkungan. Sikap pro-lingkungan menunjukkan kecenderungan seseorang untuk ramah terhadap lingkungan. Tujuannya adalah untuk mengurangi polusi dan memberikan solusi terhadap permasalahan lingkungan. Sikap tersebut diharapkan dapat memunculkan perilaku yang menyelamatkan lingkungan (Homburg & Stolberg, 2006), demi keselamatan generasi berikutnya (Bamberg & Moser, 2007).

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam tentang realita sosial dan berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat yang menjadi subjek penelitian. Berdasarkan gambaran tersebut terlihat dengan jelas ciri, karakter, sifat dan model dari fenomena tersebut (Sugiyono, 2016). Penelitian kualitatif ini merupakan proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, dan dari pendekatan ini dapat diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik/menyeluruh (Moleong, 2002).

Subjek penelitian adalah seseorang yang diminta untuk memberikan suatu keterangan atau pendapat yang berdasarkan suatu fakta. Subjek penelitian merupakan bahan utama yang penting untuk keseluruhan badan atau elemen yang akan diteliti. Jadi subjek penelitian merupakan orang yang memiliki sumber informasi sesuai dengan apa yang dicari oleh peneliti. Oleh karena itu perlu digali informasinya untuk mengungkap fakta-fakta di lapangan. Subjek yang akan menjadi penelitian dalam penelitian ini adalah istri dari pemilik sekaligus penghuni rumah di perumahan PT X. Ia telah menempati rumah lebih dari 4 bulan.

Penelitian ini dilaksanakan di perumahan milik PT X yang berada di Kulon Progo Yogyakarta. PT X adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembang perumahan. Perumahan yang dimiliki PT X ada di berbagai daerah di Kulon Progo. Salah satunya perumahan yang berlokasi di Wates Kulon Progo, yang juga menjadi tempat penelitian ini. Waktu penelitian adalah pada Desember 2020.

Sebagai upaya untuk memperoleh data yang valid dan dapat di pertanggungjawabkan secara ilmiah, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan telaah dokumentasi. Berikut penjelasan masing-masing teknik:

1. Observasi. Menurut Nawawi dan Martini (1991), observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Dalam penelitian ini observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya. Menurut Patton (Poerwandari, 1998) tujuan observasi adalah mendiskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian di lihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut. Adapun hal-hal yang diobservasi adalah:
 - a. Keadaan infrastruktur pengelolaan limbah rumah tangga (sumur resapan, septi tank, bak sampah rumah).
 - b. Lokasi perumahan.
 - c. Harga-harga rumah dari pengembang yang lainnya. .
2. Wawancara. Menurut Prabowo (1996) wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara. Menurut Patton (dalam Poerwandari,1998) dalam proses wawancara dengan menggunakan pedoman umum wawancara ini, interview dilengkapi pedoman wawancara, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit.

Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan interviewer mengenai aspek-aspek apa yang harus dibahas, juga menjadi daftar pengecek (check list) apakah aspek-aspek relevan tersebut telah dibahas atau ditanyakan, dengan pedoman demikian interviewer harus memikirkan bagaimana pertanyaan tersebut akan dijabarkan secara kongkrit dalam kalimat tanya, sekaligus menyesuaikan pertanyaan dengan konteks actual saat wawancara berlangsung (Patton dalam Poerwandari, 1998). Dalam penelitian ini peneliti menetapkan dan menyiapkan pertanyaan berdasarkan aspek- aspek yang akan disajikan untuk setiap subjek penelitian.

3. Dokumentasi. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumetal dari seseorang (Sugiyono, 2016). Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi foto-foto observasi dan wawancara, serta berita-berita yang diambil dari surat kabar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan dengan menggunakan sumber yang berbeda guna untuk membandingkan dan mengecek suatu informasi yang diperoleh. Peneliti melihat keabsahan data yang didapat dari lapangan melalui:

- a. Data-data yang diperoleh dari subjek penelitian
- b. Membandingkan data yang diperoleh dari pihak kedua, yaitu dari karyawan perumahan.

Selain teknik pengambilan informasi yang sesuai, peneliti juga berupaya memvalidasi informasi yang diperoleh. Cara memperoleh validitas itu yakni dengan menggunakan triangulasi (sumber dan metode) serta ketekunan. Dengan teknik triangulasi ini peneliti dapat membandingkan hasil wawancara yang telah diperoleh dari subjek penelitian dengan sumber lain yang ada di sekitar. Menurut Sugiyono (2013) triangulasi merupakan teknik penggabungan data yang bersifat mengumpulkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan dari sumber data yang telah ada. Berikut penjelasan proses validasi data:

1. Triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013). Triangulasi sumber yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yakni dengan menguji keabsahan data dengan mengumpulkan data dari *significant others* yakni karyawan penanggung jawab perumahan sekaligus marketing perumahan PT X.
2. Triangulasi metode. Menurut Sugiyono (2013) triangulasi metode atau teknik yakni peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk memperoleh data dari sumber data yang sama. Misalnya data yang diperoleh melalui wawancara kemudian dicek dengan dokumentasi. Bila data dari metode wawancara ternyata tidak sejalan dengan data dokumentasi, maka peneliti harus melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Triangulasi metode yang peneliti gunakan yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi.
3. Ketekunan pengamatan yang terus menerus. Pada kegiatan ini pengamatan menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur yang sangat relevan dengan isu yang sedang dicari dan selanjutnya memusatkan diri pada masalah tersebut secara rinci. Untuk memvalidasi data, maka peneliti mengadakan pengamatan di lokasi dengan teliti dan rinci secara berkelanjutan terhadap faktor-faktor yang dominan. Selanjutnya peneliti menelaah data secara rinci sampai pada suatu titik yang mana semua faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa.

HASIL PENELITIAN

Observasi dilakukan di rumah subjek M dan Es. Berdasarkan hasil observasi, diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Subjek M terlihat berpenampilan rapi. Rumahnya juga ditata rapi, terlihat beberapa tanaman yang digantung di teras. Di halaman depan rumah, terdapat beberapa tanaman hias. Rumah milik subjek M juga terlihat bersih karena peneliti tidak melihat adanya tumpukan sampah maupun dedaunan kering yang jatuh. Rumah subjek juga terletak jauh dari sungai, selain itu terlihat juga ada beberapa retakan pada tembok.
2. Subjek Es memakai baju gamish dan jilbab besar, tidak nampak adanya riasan. Ia nampak sederhana. Rumah ibu Es terlihat berantakan dengan mainan tersebar di mana-mana. Pada bagian depan rumah juga terlihat beberapa tumpukan kardus. Rumah ibu Es tidak ada tanaman yang terlihat, rumah ibu Es terlihat sangat dekat dengan sungai.

Dalam proses pengambilan keputusan, aspek pertama yang ingin diteliti adalah pengenalan akan kebutuhan, serta adanya prioritas pemilihan barang. Dari hasil wawancara, terlihat subjek pertama (M) lebih mempertimbangkan sikap pro- lingkungan hidup daripada subjek kedua (Es). Berikut komentarnya:

1. Subjek M: *Aku memang harus beli rumah mbak, karena aku sama suami ingin punya rumah sendiri, gak tinggal sama mertua lagi, gak mau bergantung sama orangtua terus mertua saya yang juga sudah tua. Suami kasihan kalau kita terus-terus numpang.*

Kebetulan kemarin ibu dari suami baru jual tanah, terus suamiku dikasih uang, terus kita memutuskan untuk beli rumah. Menurut aku perumahan yang ideal itu yang bersih, ada pagarnya, ada taman-tamannya, tidak kelihatan kumuh, nyaman untuk ditempati. Kalo aku pengennya rumah yang bersih, lingkungannya sehat, bebas banjir, kelihatan rapi. Ini karena aku itu orangnya suka yang bersih-bersih. Kalau melihat yang jorok apa jenesi (lembab) gitu gak suka, gak betah.

2. Subjek Es: *Saya sebelumnya tinggal di Palu, ikut dinas suami tapi karena saya dan keluarga kena tsunami, kami pindah ke Yogya. Ini karena anak-anak trauma kalau lihat air, lihat rumah saya juga trauma. Suami memutuskan untuk kembali ke Yogya. Di Yogya, kami gak punya tempat tinggal. Dulu, kami tinggal di rumah mertua. Memang rencana awalnya kami mau di rumah mertua dulu sambil nunggu uang terkumpul. Tapi baru di sana seminggu saya gak betah. Mertua saya itu marah-marah sama saya kalau minta uang ke anaknya (suami saya) gak dikasih. Marahnya ke saya, sampai anak saya yang gede takut bila ibunya dimarahi. Karena suami merasa kasihan, terus kami memutuskan segera beli rumah pakai uang yang ada. Jadi kami ambil yang murah. Menurut saya yang penting rumah itu aman, bagus, nyaman, dan gak bising. Saya ingin rumah yang besar sebenarnya tapi rumah saya ini saya beli karena kepepet. Kebetulan lokasi rumah ini dekat dengan sekolah anak saya, terus harganya juga pas sama persediaan uang, terus kami beli.*

Komentar subjek tersebut menunjukkan bahwa sebelum membeli rumah, mereka mempunyai alasan kuat untuk membeli rumah baru. Alasan kuat tersebut adalah kebutuhan yang harus segera terpenuhi. Alasan dari subjek M adalah ingin menjauhi mertua serta ingin hidup mandiri. Pemenuhan kebutuhan rumah tidak berdasarkan sikap pro-lingkungan hidup. Subjek Es, alasan kuat untuk membeli rumah adalah untuk mengganti rumah hancur terkena tsunami di Palu. Subjek Es dan keluarga mengalami trauma, dan segera pindah ke Yogyakarta untuk meredakan pengalaman buruknya serta menjaga kesehatan mentalnya. Pemenuhan kebutuhan rumahnya mengandung unsur sikap pro-lingkungan hidup.

Aspek kedua dari proses pengambilan keputusan adalah pencarian informasi dari berbagai sumber. Aspek ini sudah terpenuhi pada dua subjek penelitian. Hal ini tercermin dari komentarnya:

1. Subjek M: *Aku tahu perumahan ini dijual dari facebook, ketika saya lagi membuka facebook dan mencari-cari iklan perumahan. Iklan rumah dari pengembang X ini muncul di beranda facebook. Saya mengeceknya, dan lokasinya ternyata sangat dekat dengan tempat kerjaku. Saya kemudian menghubungi pengembang X melalui telepon. Saya dan suami meminta kesempatan untuk suvei perumahan. Pihak pengembang memberi banyak penjelasan, termasuk harga, cara pembayaran, jarak lokasi sampai tempat kerjaku, kemungkinan banjir, sistem pengelolaan limbah, dan bagaimana pengelolaan sampahnya. Aku dan suami gak langsung pulang, tapi aku coba tanya tetangga perumahan yang asli orang di situ. Ini karena perumahan dekat sungai, sehingga rawan banjir. Terus saya juga tanya tentang keamanan perumahan.*
2. Subjek Es. *Dulu saya tahu perumahan ini dijual dari iklan olx. Jadi waktu itu setelah ada masalah keluarga, maka suami setuju beli rumah, sehingga saya langsung mencari informasi. Saya menemukan informasi bahwa PT. X merupakan pengembang perumahan. Saya tanya-tanya sama pengembang melalui wa. Saya kemudian merasa tertarik. Saya langsung minta bertemu dan sekalian melihat rumahnya. Di lokasi, saya juga bertanya-tanya pada sesama pembeli yang sudah lama tinggal di lokai tersebut. Saya tanya tentang harga, cara membayarnya (cicil / bayar lunas, dan faktor keamanan.*

Berdasarkan dari komentar subjek tersebut, terlihat bahwa subjek memang mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli rumah. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembelian rumah itu bukan *impulsive* / berdasarkan emosi semata. Subjek pertama mencari informasi melalui media sosial. Ia juga menggali informasi dengan pihak

pengembang perumahan dan bertanya terkait harga, cara pembayaran, jarak lokasi dengan tempat kerja dan juga tentang pengelolaan limbahnya. Subjek tidak hanya mencari informasi kepada pihak perumahan, namun juga pada warga sekitar perumahan. Subjek kedua juga mencari informasi dari media sosial, dan menggali informasi paa pihak pengembang. Informasi yang digali oleh subjek kedua adalah lokasi, harga, dan kemanan. Informasi tentang pengolahan limbah tidak diperhatikan.

Aspek ketiga dari proses pengambilan keputusan adalah aspek evaluasi alternatif. Berdasarkan informasi yang diperoleh, subjek mendapatkan berbagai alternatif pilihan. Aspek evaluasi ini menuntun individu untuk membuat perbandingan barang yang akan dibeli. Adanya perbandingan ini akan membuat individu semakin mantap dalam menentukan keputusannya. Hal ini terlihat dari komentar subjek:

1. Subjek M: *Aku gak langsung beli tapi pulang dulu diskusi sama suamiku. Sebelumnya saya sudah mencari banyak informasi, sekitar 3 perumahan yang sudah kami lihat langsung. Saya hanya diskusi dengan suami saja. Saya juga mengumpulkan brosur-brosur iklan perumahan lainnya. Terus kami survei, dan lihat langsung rumahnya. Saya juga membanding-bandingkan dengan perumahan lainnya, dalam hal harga, lokasi atau jarak dengan tempat kerja saya, serta masalah sanitasinya. Saya dan suami cukup lama memutuskan untuk membeli rumah.*
2. Subjek Es: *Saya mengambil keputusan harus diskusi dulu dengan suami. Sebelum memilih perumahan ini saya sudah mempunyai 1 acuan pilihan perumahan. Saya membandingkan harga dan lokasi. Lokasi perumahan yang lain ternyata jalannya naik seperti naik gunung. Tentang harga, yang sala lihat adalah cara pembayarannya yaitu boleh dicicil atau tidak. Perumahan ini harganya Rp. 250 juta, lokasinya bagus, dekat dengan jalan raya. Perumahan yang lain ternyata harganya Rp. 280 juta. Saya memilih yang murah karena persediaan keuangan yang terbatas.*

Komentar subjek tersebut menunjukkan bahwa sebelum membeli rumah, kedua subjek mempertimbangkan dan melakukan perbandingan terlebih dahulu. Subjek pertama berdiskusi dengan suami, melakukan perbandingan dan pertimbangan terkait harga, lokasi dan sistem sanitasinya dengan beberapa perumahan dari perusahaan lainnya. Subjek kedua juga berdiskusi dengan suami, melakukan perbandingan dengan perumahan dari pengembang lainnya, terkait harga, lokasi dan cara pembayarannya. Hal ini menunjukkan bahwa kedua subjek sama-sama mempertimbangkan dan melakukan perbandingan. Hal yang berbeda adalah subjek pertama memperhitungkan aspek lingkungan yaitu pengelolaan sanitasinya. Subjek kedua, sebaliknya, tidak mepedulikan aspek pengelolaan sanitasi.

Aspek keempat dari proses pengambilan keputusan adalah keputusan untuk membeli barang / rumah. Saat melakukan evaluasi alternatif, seseorang akan membangun preferensi berdasarkan rumah-rumah yang terdapat dalam daftar seleksinya. Situasi ini akan mendorong seseorang untuk mengerucutkan pilihannya dan melakukan tindakan membeli. Hal ini tercermin dari komentar-komentar subjek sebagai berikut:

1. Subjek M: *Saya beli karena rumah ini jaraknya dekat dengan tempat kerjaku. Terus harganya yang lebih terjangkau untuk bangunan tipe seperti ini. Terus bentuk rumahnya juga bagus, sistem sanitasinya baik, penataan sanitasi listriknnya rapi, sanitasi septiktanknya juga bagus. Pengembang ini sudah memakai bio septictank sehingga lebih ramah lingkungan dan gak mencemari. Jujur, prioritasnya itu ada di suasana lingkungannya. Lingkungan rumahnya bersih, nyaman ditempati, septictanknya juga berpengaruh bikin saya tertarik dan mau membeli rumah ini Bangunanya bentuknya bagus, lokasinya dekat tempat kerja saya. Aku butuh waktu sekitar 1 bulan mbak tiap malam bahas sama suami kebetulan waktu itu suamiku di rumah. Transaksi jual belinya itu booking dulu pertama itu 5 juta terus habis itu seminggu pelunasan. Semua dilakukan di depan notaris, jadi aku percaya semua aman.*

2. Subjek Es: *Saya pertimbangkan jaraknya rumah sama tempat anak sekolah mbak biar gak jauh kalau mengantar dan juga harganya sesuai tabungan suami. Yang menjadi prioritas saya mengambil rumah ini adalah jarak dan harga. Kalau dari lingkungan malah waktu beli gak kepikiran. Yang saya pikir waktu itu rumah siap huni, harga sesuai yang kita miliki, sama jarak. Cuma singkat waktu proses belinya sekitar 4 hari dari survei. Transaksi jual belinya itu di notaris, bayarnya di sana.*

Berdasarkan komentar kedua subjek tersebut, terlihat bahwa mereka melakukan tindak pembelian rumah, setelah melakukan evaluasi alternatif rumah pada pengembang lainnya. Subjek pertama melakukan tindakan pembelian berdasarkan alasan lingkungan yang baik karena pengelolaan sanitasinya bagus, jarak yang dekat dengan tempatnya bekerja, bentuk rumah yang bagus dan harga terjangkau. Subjek pertama membutuhkan waktu 1 bulan untuk memutuskan pembelian rumah. Subjek kedua melakukan tindakan pembelian berdasarkan alasan jarak yang dekat dengan lokasi tempat anaknya bersekolah dan harga yang terjangkau. Subjek hanya membutuhkan waktu selama 4 hari dalam memutuskan pembelian.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kedua subjek sama-sama melakukan tindakan pembelian rumah dari pengembang PT.X. Perbedaannya terletak pada alasan pembelian. Subjek pertama mempertimbangkan alasan pro-lingkungan hidup, sedangkan subjek kedua tidak mempedulikan alasan pro-lingkungan hidup.

Aspek kelima dari proses pengambilan keputusan untuk membeli barang / rumah adalah perilaku pasca pembelian. Aspek ini berupa rasa puas atau tidak puas subjek setelah membeli rumah dan menempatnya. Perasaan itu tercermin pada komentar kedua subjek yakni:

1. Subjek M: *Alhamdulillah senang nyaman di sini gak berisik, sesuai dengan ekspektasi saya. Warganya ramah, saling sapa juga. Betah aku tinggal di sini. Kalau dari sisi lingkungannya pengelolaannya bagus ko, septictank gak bau, sanitasi lancar terus lebih enak lingkungan di sini, rumah jadi kelihatan bersih gak kumuh gak kaya rumah kemarin. Puas sih, cuma ya ada kecewanya. Kecewanya, saya gak puas sama kualitas bangunannya. Dinding rumahku retak tapi rumah tetangga gak retak. Kami sudah tinggal di sini sekitar 1 bulan, namun dinding rumah retak terus. Saya sudah komplain ke pengembang, dan katanya karena ada pergerakan tanah. Retakan itu terus diperbaiki karena masih masuk masa garansi, tapi retak lagi tapi pengembang sudah gak mau benerin karena garansinya habis. Besok saya benerin kalau suami saya pulang. Terus saya sebal sama tukang sampahnya, karena sering terlambat mengambil sampahnya, sehingga bau. Mau minta cari ganti tukang sampah tapi gak ada, karena di sini cuma warga perumahan saja yang sampahnya diambil.*
2. Subjek Es: *Saya senang tinggal di rumah ini, karena sekolah anak-anak gak jauh jadi gak buang-buang tenaga. Betah gak betah ya harus betah karena sudah terlanjur membeli. Ya betahnya itu karena warganya di sini baik, saling sapa, gak capek lagi antar anak karena jaraknya dekat, kalau suami pulang jemputnya juga gak jauh karena dekat sama stasiun. Saya itu takut karena rumah saya agak ke bawah dekat sungai, sehingga takut banjir. Soalnya pas ujan terus-terusan itu airnya udah penuh banget. Saya gak nyaman, was was saya itu. Nyesel sebenarnya, kemarin buru-buru pilih rumah ini harusnya pilih yang di selatan itu aman pasti. Terus tukang sampahnya sering terlambat kalau ambil sampah, jadi bikin bau. Apalagi warga yang bukan perumahan ini suka sekali bakar sampah, jadi banyak asap. Nggak enak.*

Berdasarkan komentar kedua subjek, terlihat bahwa mereka merasa puas terutama pada faktor harga dan lokasi. Harga yang ditawarkan pengembang sesuai dengan persediaan uang mereka. Cara pembayarannya juga aman karena dilakukan di depan notaris. Lokasi dianggap sangat menguntungkan karena dekat dengan lokasi sekolah anak-anaknya, lokasi

stasiun, dan lokasi tempat kerja subjek. Hal-hal yang mengecewakan kedua subjek juga sama yakni pelayanan pengambilan sampah yang sering terlambat, sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap. Perbedaan evaluasi sesudah membeli rumah adalah pada kualitas dinding, letak rumah, dan alasan lingkungan hidup. Subjek pertama merasa tidak puas dengan kualitas dinding rumahnya yang sering retak meskipun sudah diperbaiki berkali-kali. Subjek kedua kecewa dan merasa salah memilih rumah, karena rumah yang sekarang ditempati sangat berdekatan dengan sungai. Ia khawatir dengan banjir. Subjek kedua juga merasa terganggu dengan perilaku penduduk asli sekitar perumahan yang sering membakar sampah. Perasaan tidak puas subjek kedua membuat ia merasa terburu-buru dalam membeli rumah, dan ia juga menyesal karena tidak memperhatikan masalah-masalah lingkungan hidup.

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses subjek dalam mengambil keputusan untuk membeli rumah, memang melalui 5 tahap. Lima tahap tersebut adalah individu memahami kebutuhannya, mencari informasi yang relevan, melakukan evaluasi terhadap alternatif pilihan, melakukan tindakan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Lima tahapan itu tercermin dalam komentar-komentar subjek. Tahapan-tahapan ini penting untuk memastikan bahwa subjek membeli rumah tidak berdasarkan *impulsive buying* atau pembelian berdasarkan alasan emosi.

Meskipun demikian tingkatan *impulsive buying* pada kedua subjek adalah berbeda. Subjek kedua (Es) cenderung lebih kuat level *impulsive buying* daripada subjek pertama (M). Hal ini terlihat dari waktu membeli yang relatif lebih pendek yakni 4 hari (subjek Es) dan 1 bulan (subjek M). Padahal barang yang dibeli adalah barang yang mahal, bertahan lama, serta sangat dibutuhkan oleh hampir semua orang (rumah). Proses pengambilan keputusan untuk membeli pada subjek Es lebih cepat mungkin dipicu oleh situasi yang tidak menyenangkan di rumahnya yakni banyaknya konflik dengan ibu mertua. Situasi semacam itu mungkin membuat subjek depresi. Oleh karena depresi maka ia cepat mengambil keputusan dalam membeli rumah. Hal ini juga didukung penelitian di Abu Dhabi bahwa konsumen yang depresi cenderung membeli barang tanpa pertimbangan yang matang (Bani-Rshaida & Alghraibeh, 2017).

Dalam penelitian ini, proses pengambilan keputusan membeli rumah tersebut hendaknya melibatkan alasan pro-lingkungan hidup. Secara spesifik, alasan pro-lingkungan tersebut adalah pertanyaan tentang pengolahan limbah / sampah. Jadi peneliti ingin memastikan apakah subjek mempertimbangkan alasan pro-lingkungan hidup tersebut dalam membeli rumah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan utama konsumen membeli rumah adalah faktor harga dan lokasi yang strategis (dekat dengan fasilitas umum). Alasan yang berhubungan dengan sikap pro-lingkungan hidup, jarang menjadi pertimbangan. Kalau pun alasan pro-lingkungan hidup tersebut masuk dalam pertimbangan (bahan diskusi konsumen dengan pasangannya), maka hal itu tidak menjadi prioritas utama. Hal ini karena pengelolaan limbah di perumahan memang membutuhkan biaya yang tinggi. Jadi kalau suatu perumahan mempunyai pengolahan limbah yang baik dan ramah lingkungan, maka dampaknya harga perumahan menjadi tinggi.

Temuan lain yang menarik adalah subjek pertama (M) cenderung lebih bersikap pro-lingkungan hidup daripada subjek kedua (Es). Ini dibuktikan dari persyaratannya dalam membeli rumah idaman yakni pengelolaan sanitasi harus baik. Hal ini menunjukkan bahwa subjek M mempunyai *environmental sensitivity* yang lebih baik. *Environmental sensitivity* adalah sifat empati individu terhadap lingkungan. Ini adalah bagian penting dari kesadaran lingkungan serta mendorong terbentuknya perilaku pro-lingkungan (Rismayati, Putrawan & Sigit, 2019).

Penelitian ini mempunyai keterbatasan, yakni semua subjek adalah perempuan / istri. Hal ini karena keputusan untuk membeli suatu barang yang mahal dan bertahan lama seperti rumah, maka peran suami adalah sangat penting. Suami dalam penelitian ini tidak dilibatkan adalah karena mereka jarang berada di rumah. Bahkan suami dari subjek kedua, bekerja di Palu. Meskipun demikian, penelitian yang akan datang hendaknya melibatkan anggota keluarga yang lain / bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bamberg, S. & Moser, G. (2007). Twenty years after hines, hungerford and tomara: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*. 1(27), 14–25. DOI: org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002.
- Bani-Rshaida, A.M. & Alghraibeh, A.M. (2017). Relationship between compulsive buying and depressive symptoms among males and females. *Journal of Obsessive-Compulsive and Related Disorders*. 14, 47-50.
- Darmiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N.D.M.S., Marsiti, C.I.R., Widiartini, K. & Angendari, M.D. (2017). *Perilaku konsumen*. Depok: Rajawali Pers. DOI: org/10.1016/j.jenvp.2007.06.004.
- Homburg, A. & Stolberg, A. (2006). Explaining pro-environmental behavior with a cognitive theory of stress. *Journal of Environmental Psychology*. 26, 1– 14. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.03.003>.
- Moleong, L.J. (2002). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: CV. Remaja.
- Nawawi, H. & Martini, M. (1992). *Instrumen penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Poerwandari, E.K. (1998). *Pendekatan kualitatif dalam penelitian psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Prabowo. (1996). *Memahami penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Puspa, R., Permana, A & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 3(2), 205-215.
- Puteri, I., Aliya, R. & Satria, A.M. (2018). Penerapan plastic deposit refund system sebagai instrumen penanggulangan pencemaran limbah plastik di wilayah perairan Indonesia. *Jurnal Hukum Lingkungan*. 4(2).145-147.
- Rismayati, A.I., Putrawan, I.M. & Sigit, D.V. (2019). Pengaruh big-five personality dan environmental sensitivity terhadap responsible environmental behavior siswa. *Indonesian Journal of Environmental Education and Management*. 4(1), Januari, 44-60.
- Rumah.com. (2020). *Saat pandemi, penyerapan KPR subsidi justru tinggi*. 14 Juli. Retrieved on Januari 27, 2021 from: <https://www.rumah.com/berita-properti/2020/7/190142/saat-pandemi-penyerapan-kpr-subsidi-justru-tinggi>.

Septiadi, N.L.E.I. (2016). Pengaruh kinerja lingkungan, biaya lingkungan, dan luas pengungkapan *corporate sosial responsibility* terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi Profesi*. 6(1), 22-29.

Setiadi, J.N. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.