



PENGARUH LABEL SYARIAH, PROMOSI & HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PADA PERUMAHAN SYARIAH THE MATA RESIDENCE DI KECAMATAN PATTALASANG KABUPATEN GOWA

Riskayanti K

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Parahikma Indonesia IPI Gowa
Email: riskayanti@yahoo.com

Hartas Hasbi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone
Email: hartashasbi@gmail.com

Abstrak

This study aims to find out: the influence of sharia label, promotion and price on the sales in sharia housing. this study applied a quantitative research methodology. The data used were primary and obtained by using a questionnaire. The population of this study was the whole population in sharia housing, The Mata Residence, in Pattallassang, Gowaregency. The sample of this study was 50 respondents. The data were analyzed by using multiple linear regression. The research was conducted in August 2020. The result showed that partially (1) Sharia label had a positif significant effect on the sales of sharia housing (2) Promotion had no significant effect on the sales of sharia housing (3) Price had a positif significant effect on the sales of sharia housing Thus, H3 was accepted; and (4) simultaneously sharia labels, promotions and prices had a significant effect on the sales of sharia housing, The Mata Residence, in Pattallassang, Gowa regency. Since the significant value was $0,000 < 0.05$, H4 was accepted. Based on the findings, the sharia labels, promotions, and prices contributed to the level of sales. To date, The Mata Residence housing has not given any fine to tenants or confiscated a property due to installment arrears, which lead to many housing seekers interested in buying it.

Keywords: *Sharia labels, promotions, prices and sales levels*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label syariah, promosi harga terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec.Pattallassang Kab. Gowa, untuk mengetahui pengaruh label syariah, promosi dan harga terhadap tingkat penjualan perumahan syariah the mata residence di Kec.Pattallassang Kab. Gowa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Populasi dalam penelitian ini ialah

keseluruhan yang terlibat dalam perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dan waktu penelitian dilakukan pada bulan agustus 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (1) Label Syariah, berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H1 diterima (2) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa karena nilai signifikan $0,654 > 0,05$ maka H2 ditolak, (3) Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa karena nilai signifikan $0,01 < 0,05$ maka H3 diterima, dan secara simultan Label Syariah, Promosi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H4 diterima. Berdasarkan hasil penelitian, label syariah, promosi, dan harga mempengaruhi volume penjualan, namun hingga saat ini belum ada denda atau penyitaan untuk perumahan The Mata Residence jika terjadi tunggakan angsuran, yang mendorong pembeli rumah untuk membeli maupun transaksi non-perbankan. Untuk mengatasi masalah ini, pembeli rumah harus mengecek terlebih dahulu sebelum membeli properti syariah karena dikhawatirkan dimanfaatkan oleh pelaku hanya mendapatkan keuntungan semata.

Kata Kunci : Label Syariah, Promosi, Harga dan Tingkat Penjualan

A. Pendahuluan

Menurut Pasal 28H Ayat 1 UUD 1945, “Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, beroleh lingkungan hidup yang layak, sehat, dan memperoleh pelayanan”. Ini berarti bahwa memiliki rumah adalah hak dasar yang dinikmati setiap orang. kesehatan. Manusia memiliki kebutuhan dasar akan tempat tinggal, dan sebagai makhluk yang beradab, kita menempatkan rumah tidak hanya sebagai tempat tinggal tetapi juga sebagai tempat peribadatan keluarga (dari sudut pandang teologis), tempat untuk hubungan keluarga dari sudut pandang teologis). perspektif sosiologis dan tempat terjadinya peribadatan keluarga. proses pendidikan keluarga (unsur pendidikan), Hukum Islam, yang mencakup hukum ekonomi, berkomitmen untuk membangun kebahagiaan dan kemakmuran dalam hidup, khususnya di bidang perdagangan.

Seorang Muslim dapat memahami bahwa perlu untuk mengikuti syariat Islam dan petunjuk Nabi Muhammad ketika melakukan bisnis atau melakukan muamalah, daripada bertindak egois untuk memaksimalkan keuntungan. Perbedaan dalam bisnis dari pendekatan tradisional yang secara eksklusif mengutamakan keuntungan. Oleh karena itu, adil diartikan sesuai dengan sunnah Nabi SAW dan hukum-hukum Allah SWT, antara lain perlunya keyakinan yang teguh, larangan berbohong, menjaga ucapan dan lain lain. Usaha berbasis syariah adalah fenomena yang relatif baru; dalam beberapa tahun terakhir, banyak industri yang berbeda mulai mempertimbangkan sistem syariah, yang akhirnya memperoleh nama yang berbeda. Anda dapat menyebutnya sebagai bank syariah, hotel syariah, pegadaian syariah, real estate syariah (perumahan), mega store syariah, bengkel syariah, dan sebagainya.

Demam bisnis syariah saat ini sedang melanda dunia. Meski saat ini sedang populer, tidak banyak orang yang mengenal bisnis syariah. Diharapkan banyak orang yang tidak menyadarinya karena masih baru. Bisnis syariah sebenarnya mengandung apa? Apakah berbisnis syariah bermanfaat? Bagaimana sistem berfungsi? Ketiga nama itu juga bisnis, jadi faktor yang paling krusial adalah berhasil tidaknya sistem ini. Menurut Muhammad Arifin Badri, yang menulis buku tentang penerapan Fiqih Dagang Islam, “Syariah Islam selalu mengajarkan kemuliaan dan mendorongnya kepada seluruh umatnya, tidak hanya mengajarkan dan mendukung kemuliaan, tetapi juga melarang umatnya dari keharaman riba.

Sesuai tuntunan ajaran Islam, konsep yang diciptakan oleh pengembang perumahan berbasis syariah adalah perumahan yang bebas dari riba dan kezaliman berupa denda dan sita dari bank konvensional. Pola yang dibuat berupa pembelian langsung dengan pengembang atau bank syariah membeli unit rumah secara tunai dari pengembang dan bank syariah menjualnya kepada konsumen secara kredit.

Trend perumahan syariah yang memudahkan siapa saja yang ingin membelinya, syarat sederhana seperti uang muka minimal, sehingga tidak ada denda atau sita jika terjadi keterlambatan angsuran, niscaya akan memikat para pencari rumah. Namun, setiap calon pembeli yang ingin membeli rumah syariah

tetap harus berhati-hati dalam bertransaksi di luar perbankan. Periksa terlebih dahulu sebelum membeli *real estate* yang sesuai dengan syariah karena diyakini bahwa pengembang yang tidak jujur dapat memanfaatkan momentum ini untuk memajukan kepentingan mereka sendiri dengan mengorbankan syariah. Konsumen harus memperhatikan reputasi rekam jejak pengembang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh label syariah, promosi dan harga terhadap tingkat penjualan perumahan syariah.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Deskriptif penelitian ini ialah metode kuantitatif dikarenakan model penelitiannya menggunakan analisis data yang berbentuk angka (Hendrydi, 2015)

Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian tersebut, peneliti melakukan penelitian yang berlokasi berlokasi di Jalan Borongpalala kecamatan pattalasang kab.Gowa bertempat pada perumahan syariah the mata residence. Penelitian ini dilakukan untuk mendapat data mengenai label syariah, promosi dan harga terhadap tingkat penjualan perumahan syariah sedangkan waktu penelitian di mulai pada tanggal 03 Agustus 2020

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, di mana data kuantitatif memfokuskan penelitiannya pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi saat ini menggunakan bentuk yang akan terjadi penelitian berupa angka - nomor yang memiliki makna.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yakni semua orang yg terlibat pada perumahan syariah The Mata Residence di Kecamatan Pattalasang Kabupaten Gowa.

Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang yang terdiri dari: 12 orang dari pengelola properti, 4 orang pegawai negeri, 3 orang guru, 18 orang wiraswasta, dan 13 orang ibu rumah tangga maka jumlahkan menjadi 50 orang responden. Menurut Suharsimi Arikunto (2002), jika populasi kurang dari 100,

lebih baik diambil semua sehingga penelitian yang dilakukan merupakan penelitian sensus.”

C. Pembahasan

1. Pengaruh Label Syariah Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perumahan Syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa

Prameter estimasi untuk menguji label syariah terhadap tingkat pada penjualan perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa, memenuhi syarat sehingga hipotesis H1 terbukti, artinya ada pengaruh positif signifikan. label mempunyai kaitan erat dengan suatu perumahan karena label bagian dari nama atau suatu merk yang tertera dalam perumahan syariah, label juga merupakan bagian dari pengemasan suatu produk atau jasa untuk memberikan informasi penjualan produk. Label syariah ini sangat berpengaruh bagi pemasaran suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen (Simamora, 2000).

Berdasarkan hasil analisis data dengan perhitungan uji persial menunjukkan bahwa label syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Penjualan perumahan syariah The Mata Residence. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai (sig) sebesar $0,000 < (\alpha) 0.005$ atau 5%.

Hal ini juga dibuktikan penelitian Mega Yuliana Putri (2019) menyatakan bahwa dari variabel label syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada BNI syariah. dan penelitian Asy'arie Muhammad berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan bahwa labelisasi halal terbukti berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samnyan.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perumahan Syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa

Prameter estimasi untuk menguji promosi terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa tidak memenuhi syarat sehingga hipotesis H2 tidak terbukti, artinya tidak ada pengaruh signifikan

Berdasarkan hasil analisis data dengan perhitungan uji parsial menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikan (sig) sebesar 0,654 654% lebih besar dari alpha (α) 0,005 atau 5%.”

Hal ini juga dibuktikan oleh Teguh Budianto dan kawan-kawan (2016) berdasarkan hasil analisis data perhitungan uji parsial menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan minat mereferensikan rumah pada Putri Camar Liwas Sudah dibuktikan juga oleh penelitian Siti Norma Rosmitha (2017) terbukti berdasarkan hasil penelitian uji parsial variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu paket internet dalam prespektif ekonomi islam.

3. Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Perumahan Syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa

Prameter estimasi untuk menguji harga terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa, memenuhi syarat sehingga hipotesis H3 terbukti, artinya ada pengaruh Positif Signifikan. Harga mempunyai kaitan erat dengan suatu perumahan karena harga bagian terpenting dalam suatu perumahan karena dalam suatu perusahaan dalam menetapkan harga suatu produk atau jasa maka produsen perlu memperhitungkan biaya produksinya sehingga tidak terlalu berpengaruh bagi konsumen karena tingkat penjualan terlalu tinggi atau rendahnya suatu perumahan (Arifin, 2007).

Berdasarkan hasil analisis data dengan perhitungan uji parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan syariah The Mata Residence. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai signifikan (sig) sebesar $0,001 < (\alpha) 0,005$ atau 5%.” Hal ini juga juga dibuktikan oleh Asy`arie Muhammad (2018) berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan bahwa harga terbukti berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samnyang.”

4. Pengaruh Label Syariah, Promosi dan Harga Terhadap Tingkat Pada Penjualan Terhadap Tingkat Penjualan Perumahan Syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa

Parameter estimasi untuk menguji label syariah, promosi, harga dan tingkat penjualan di perumahan syariah The Mata Residence Kec. Pattalassang Kab. Gowa memenuhi syarat sehingga hipotesis H3 terbukti, artinya secara simultan ada pengaruh signifikan.

Label syariah, promosi, harga dan tingkat penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah perusahaan seperti penjualan dalam perumahan, perusahaan membutuhkan ke empat variabel diatas untuk menjalankan suatu usaha apabila salah satu dari ke empat tersebut perusahaan tidak akan berjalan dengan baik.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan peneliti, dari hasil uji F (pengujian secara simultan) memperoleh hasil F hitung 62.868 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa Label Syariah, Promosi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan perumahan The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa.” Hal ini juga dibuktikan oleh Asy’arie Muhammad (2018) berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan bahwa Labelisasi Halal, Harga dan Promosi terbukti berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk mie samnyang di UIN Syarif Hidayah Tullah Jakarta.

D. Penutup

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:” Label”syariah berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa. Sedangkan Promosi”tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa. Harga” berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa. Sementara itu Label”syariah, promosi dan harga secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap tingkat penjualan pada perumahan syariah The Mata Residence di Kec. Pattalassang Kab. Gowa kemudian Berdasarkan uji parsial yang paling kuat pengaruhnya dari ke tiga variabel label syariah, promosi dan harga yaitu variabel label syariah (X1) karena tingkat signifikan terendah sebesar 0,000

DAFTAR PUSTAKA

- Agusman, R. (2018). Pengaruh label syariah terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah mandiri cabang medan Sunggal. Medan.
- Alvonco, J. (2014). Practical Comunication Skill "Sistem Komunikasi Model Umum dan Horenso Untuk Sukses dalam Bisnis Organisasi, dan Kehidupan". Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Amrin, A. (2007). Strategi pemasaran asuransi syariah. Jakarta: Grasindo.
- Angipora. (2007). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Anwar, D. A. (2017). 7 Jurus Sukses Pengusaha Properti Syariah. Jakarta : BIP Kelompok Gramedia.
- Aria, M. (1969). Analisis Pengaruh Kondisi Makro Ekonomi Terhadap Perubahan. Bandung: Pelajar Bandung.
- Arifin, I. (2007). Membuka cakrawala ekonomi. Bandung: Setia purna inves.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deru, R.I., & Arfian. F. (2017). "Kredit Pemilikan Rumah Syariah Tanpa Bank: Studi di Jawa Barat". Manajemen Teori dan Terapan.
- Djaslim, S. (2003). Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, Pengendalian. Bandung : Linda Karya.
- Duli, N. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Eka, K., & Rugi. G. (2016). "Analisis Fakto-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan". Valuta.
- Fasa, I. M. (2020). Eksistensi Islam di Era Revolusi Industri 4.0. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Fauzan, M. N., & Musdalifa. (2019). Pengaruh Kualitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (GO-JEK). Sebatik.
- (2019). Pengaruh Kualitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (GO-JEK). Sebatik.

- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- (2005). Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmono. (2000). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Gozali, A. (2005). Serba-serbi kredit syariah: Jangan ada bunga di antara kita. Jakarta: Elax Media Kompasindo.
- Indra, S., & Rahmi. S. P. (2015). Pengaruh Pengaruh Promosi dan Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT.Pekan Perkasa Berlian Motor Pekan Baru. Valuta .
- Irawan, & faried, W. (1998). pemasaran: prinsip dan kasus. yogyakarta: kencana.
- Kasmir (2008). Manajemen Perbankan. Jakarta : Rajawali.
- Kertajaya, H. & Muhammad, S. S. (2006). Syariah Marketing. Bandung : Mizan Pustaka.
- Kotler, P. (1993). Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Pengendalian. Jakarta : FE UI
- Mania, S. (2013). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial. Makassar: Alauddin University Press.
- Nurul, H. d. (2017). Pemasaran Syariah. Depok: Kencana.
- Emban Partia. Putri, M. Y. (2019). Pengaruh Label "Syariah" Terhadap Minat Nasabah pada BNI Syariah Banda Aceh. Banda Aceh
- Rangkuti, F. (2019). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Jakarta: Pustaka Utama.
- Roscoe, J. T. (1975). Fundamental Reserch Statictics For the Behavioural Sciences,(2and ed). Ney Word : Holt Rinehart & Winston.
- Simamora, H. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihah, D. A. (2019). Akad pembiayaan Murabahah di Bank Syariah dalam Bentuk Akta Otentik. Malang: Inteligencia Media.

Sugiyono, (2013). Metode Penelitian: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R dan D. Bandung: Alfabeta..

suliyanto, (2005). Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supeno, M. A. (2019). Pengembangan Perumahan Syariah dan Permasalahannya di Provinsi Jambi. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 509.

Tjiptono, D. (2008). Penjualan Streategik. Yokyakarta: CV. Andi Offset.