

**PENGARUH PENYEDIAAN KPR BERSUBSIDI TERHADAP  
JUMLAH PENJUALAN RUMAH PADA PERUM PERUMNAS  
REGIONAL VII MAKASSAR**



**OLEH**  
**IRAWATI UMAR**  
**NO. STB : 45 98 012 115**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS " 45 "**  
**MAKASSAR**  
**2002**

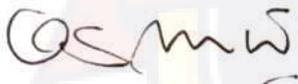
## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : Pengaruh Penyediaan KPR Bersubsidi Terhadap Jumlah Penjualan Rumah Pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

Nama Mahasiswa : **IRAWATI UMAR**  
ST B : 45 98 012 115  
JURUSAN : MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PEMASARAN

Menyetujui

Pembimbing I



**(DR.H.OSMAN LEWANGKA, SE, MA)**

Pembimbing II



**(CHAHYONO, SE, MSi)**

Mengetahui dan Mengesahkan

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Universitas "45" Makassar

Dekan Fakultas Ekonomi



**(SUKMAWATI MARDJUNI, SE, MSi)**

Ketua Jurusan Manajemen



**(CHAHYONO, SE, MSi)**



## HALAMAN PENERIMAAN

Pada Hari / Tanggal : Kamis/ 13 Juni 2002

Skripsi atas nama : **IRAWATI UMAR**

Nomor Stambuk : 45 98 012 115

Telah diterima oleh panitia Ujian Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar, untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

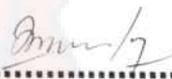
**Pengawas Umum :**

**DR. Andi Jaya Sose, SE, MBA**  
(Rektor Universitas "45" Makassar)



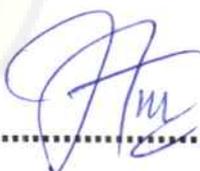
**Ketua :**

**Sukmawati Mardjuni, SE, MSi**  
(Dekan Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar)

()

**Sekretaris :**

**A. Arifuddin Mane, SE**

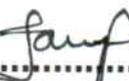
()

**Penguji :**

1. **DR. H. Oesman Lewangka, MA**

()

2. **DR. Andi Jaya Sose, SE, MBA**

()

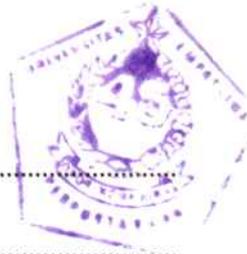
3. **Chahyono, SE, MSi**

()

4. **Herminawaty Abubakar, SE, MM**

()

# DAFTAR ISI



Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR SKEMA</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>BAB. I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah Pokok .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	5
1.4 Hipotesis .....	6
<b>BAB. II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Pemasaran dan Fungsi Pemasaran .....	7
2.2 Konsep Pemasaran dan Penjualan .....	11
2.3 Sistem Pemasaran .....	12
2.4 Kredit dan Jenis-jenis Kredit .....	14
2.5 Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) .....	14
<b>BAB. III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Daerah Penelitian .....	18
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	18



3.3 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.4 Metode Analisis .....	119
3.5 Defenisi Operasional.....	22

**BAB. IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	24
4.2 Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Tujuan Perusahaan .....	28
4.3 Struktur Organisasi dan Job Description Perusahaan .....	29

**BAB.V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Analisis Deskriptif.....	53
5.1.1 Analisis Proses Produksi dan Jenis-jenis Produksi.....	53
5.1.2 Analisis Pemasaran Rumah Melalui KPR BTN .....	58
5.1.3 Analisis faktor-faktor yang menyebabkan Menurunnya Jumlah Penjualan Rumah Melalui KPR Bersubsidi.....	62
5.2 Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda .....	67

**BAB.VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	71
6.2 Saran-saran .....	72

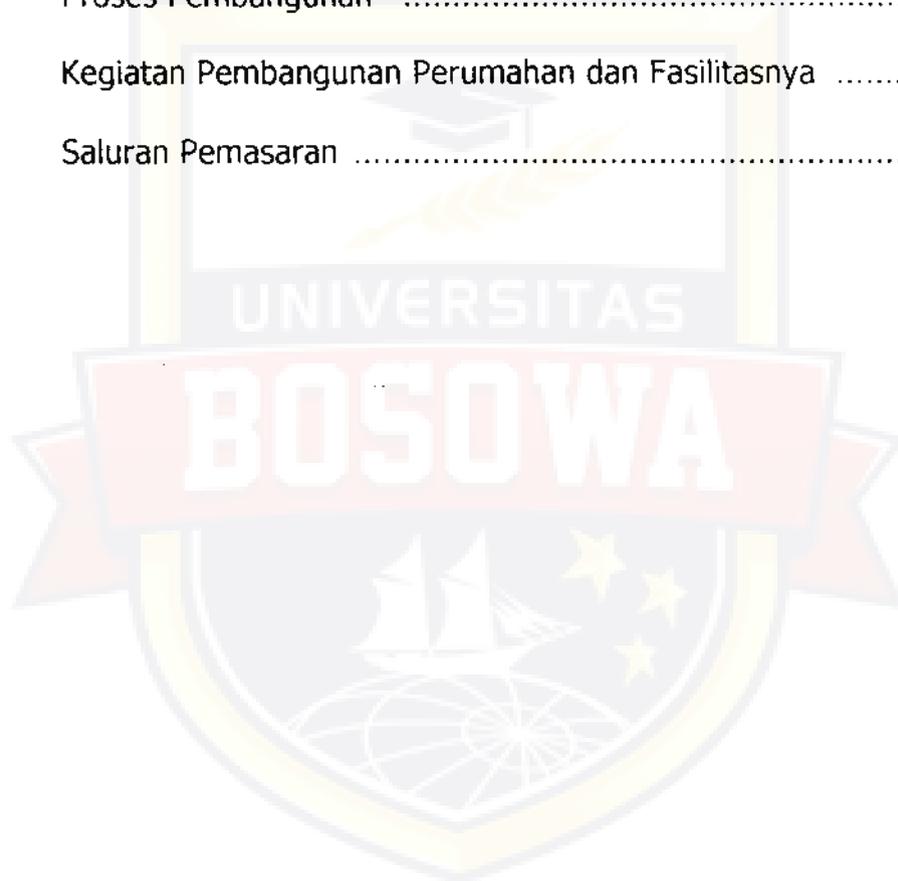
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR SKEMA

	Hal.
Skema 1 Perum Perumnas Regional VII Makassar Proses Pemilihan dan Penentuan Lokasi .....	54
Skema 2 Perum Perumnas Regional VII Makassar Proses Pembangunan .....	56
Skema 3 Kegiatan Pembangunan Perumahan dan Fasilitasnya .....	57
Skema 4 Saluran Pemasaran .....	59





## DAFTAR TABEL

Hal.

Tabel 1	Jumlah Penjualan Rumah Melalui KPR Bersubsidi Pada Perum Perumnas Regional VII Makassar Periode Tahun 1997 - 2001 .....	61
Tabel 2	Tingkat Suku Bunga KPR BTN Pada Perum Perumnas Regional VII Makassar Periode 1997 - 2001 .....	63
Tabel 3	Jumlah Penjualan Rumah Dan Tingkat Suku Bunga Bersubsidi Pada Perum Perumnas Regional VII Makassar Periode 1997 - 2001 .....	65
Tabel 4	Jumlah Penjualan Dan Tingkat Suku Bunga Melalui KPR Bersubsidi Pada Perum Perumnas Regional VII Makassar Periode 1997 - 2001 .....	68
Tabel 5	Hasil Perhitungan Regresi Berganda Dan Koefisien Korelasi Berganda.....	69

## **BAB. I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan sektor perumahan dan pemukiman merupakan mata rantai pembangunan nasional sebagai upaya mensejahterakan rakyat dalam rangka mewujudkan manusia Indonesia seutuhnya dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk mewujudkan kesejahteraan lahir batin yang lebih selaras, adil dan merata.

Oleh karena itu dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk maka kebutuhan akan perumahan meningkat pula. Karena perumahan merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat dari segala golongan khususnya golongan menengah kebawah. Oleh karena itu upaya peningkatan kesejahteraan anggota masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah untuk memiliki rumah yang layak merupakan hal yang sangat penting.

Dalam era pembangunan pada saat ini, perbankan memegang peranan yang sangat penting sebagai sumber permodalan dan perantara keuangan, dimana kompetisi antara lembaga-lembaga perbankan semakin tajam. Semua lembaga perbankan pada saat ini semakin berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabah dan calon nasabah agar dana para nasabah tersebut dapat mengalir ke perbankan nasional.

Kebijaksanaan-kebijaksanaan yang dikeluarkan oleh pemerintah telah memberi kemudahan lembaga-lembaga perbankan di dalam menjalankan operasinya dan memberi peluang yang semakin besar untuk meningkatkan peran sertanya dalam memacu pembangunan di segala sektor.

Masalah perumahan atau papan merupakan masalah yang selalu rumit, bukan saja bagi negara berkembang, tetapi juga bagi negara-negara yang sudah maju. Penyebabnya tidak lain adalah terus berkembangnya jumlah penduduk, sementara permintaan masyarakat akan perumahan juga terus meningkat. Pada tahun 2003 nanti diperkirakan jumlah penduduk Indonesia akan berjalan 220 Juta Jiwa, tentunya upaya pemenuhan kebutuhan dasar ini semakin kompleks dan memerlukan pemikiran yang matang.

Semakin meningkatnya kebutuhan akan perumahan yang layak, maka pembangunan perumahan harus di kembangkan secara teratur dan terarah dengan memperhatikan peningkatan jumlah pembiayaan yang terlibat didalam pembangunan perumahan terus didorong agar semakin berperan dalam pelayanannya untuk menyediakan fasilitas kredit perumahan yang memadai.

Dalam pada itu, untuk mendukung pembiayaan pemilikan rumah agar terjangkau oleh masyarakat luas, maka pemerintah menugaskan Bank Tabungan Negara (BTN) untuk menyalurkan kredit pemilikan rumah (KPR) yang dikenal masyarakat luas dengan sebutan KPR BTN. Melalui fasilitas KPR ini,

masyarakat dapat memiliki rumah dengan cara mengangsur untuk jangka waktu tertentu, sesuai dengan kemampuannya.

Adapun kendala yang dihadapi pada saat ini adalah terbatasnya kemampuan anggota masyarakat yang dalam hal ini golongan menengah kebawah untuk membangun rumah dengan biaya sendiri maupun untuk membayar uang muka Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

Kebijaksanaan-kebijaksanaan yang di keluarkan oleh pemerintah telah memberi kemudahan bagi lembaga-lembaga perbankan didalam menjalankan operasionalnya dan memberi peluang yang semakin besar untuk meningkatkan peran sertanya dalam memacu pembangunan di segala sektor.

Salah satu sektor- sektor pembangunan perumahan rakyat, utamanya untuk pemukiman RS/ RSS, sebab perumahan adalah merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan.

Walaupun pada dasarnya pengadaan rumah merupakan tanggung jawab masyarakat sendiri, sedangkan pemerintah sendiri mengatur dan menciptakan iklim yang dapat mendorong partisipasi masyarakat secara aktif membangun perumahan, tetapi karena sebagian besar masyarakat Indonesia masih berada pada tingkat penghasilan yang rendah sehingga belum mampu membangun rumah sendiri, maka pemerintah membantu pengadaan rumah melalui Perum Perumnas dengan memperoleh dukungan KPR-BTN yang diluncurkan melalui PT. Bank Tabungan Negara (Persero).

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan rakyat akan perumahan, pemerintah menunjuk PT. Bank Tabungan Negara (Persero) sebagai salah satu tanda usaha yang membiayai pelaksanaan pembangunan perumahan.

Dengan adanya fasilitas kredit perumahan yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) telah memberi kemudahan bagi masyarakat utamanya bagi mereka yang tidak dapat membeli rumah secara tunai, dapat memperoleh perumahan sesuai dengan kemampuan mereka.

Adapun kendala yang dihadapi pada saat ini adalah terbatasnya kemampuan anggota masyarakat yang dalam hal ini golongan menengah kebawah.

Salah satu cara untuk mengatasi masalah tersebut diatas adalah dengan adanya penyediaan KPR bersubsidi yang merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam hal memperoleh kredit pemilikan rumah (KPR) dengan uang muka yang relatif rendah.

Dengan makin berkembangnya volume dan kas kegiatan pemberian berbagai jenis kredit yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), dimana diperlukan juga adanya pembinaan dan penyelamatan kredit yang efektif agar kegiatan-kegiatan kredit tetap berjalan dengan baik sesuai dengan tujuannya, sehingga kredit dapat dibayar kembali termasuk biaya dan kewajiban-kewajiban kredit lainnya sampai lunas dan tepat waktu.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, maka penulis tertarik memilih judul yaitu :

“Pengaruh penyediaan KPR bersubsidi terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar”.

## **1.2 Masalah Pokok**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

“Seberapa besar pengaruh tingkat suku bunga KPR BTN terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar”.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui peran subsidi dalam penyediaan KPR BTN terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh penyediaan suku bunga KPR terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

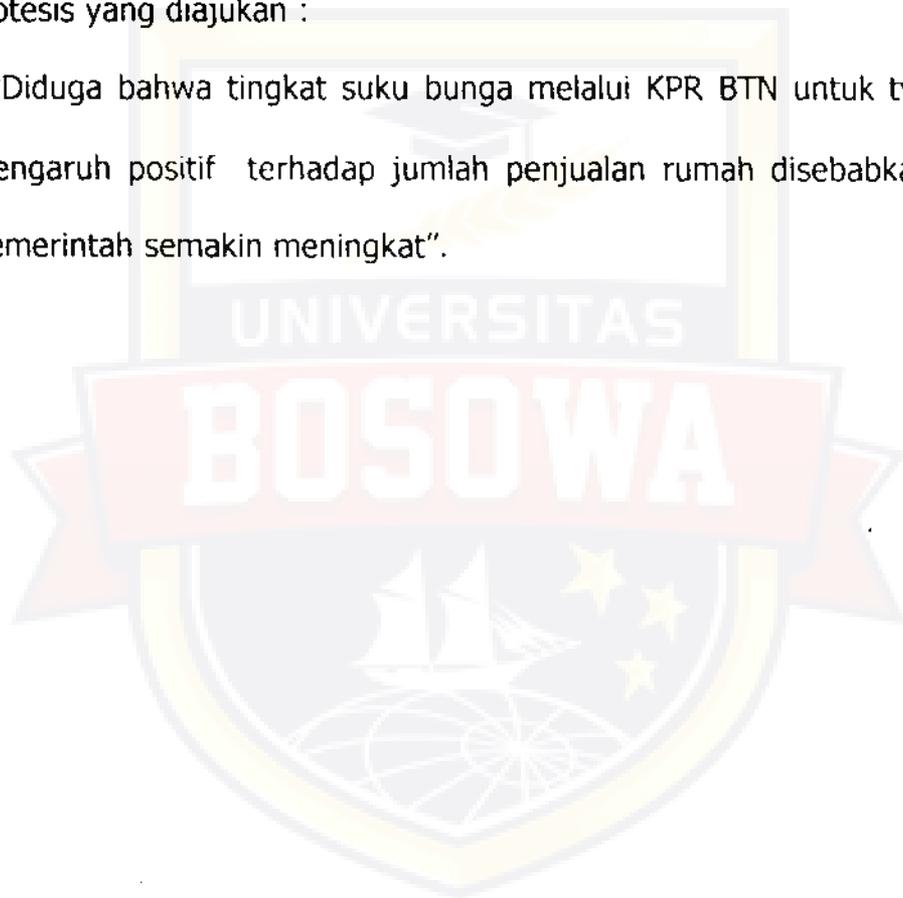
1. Sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi perusahaan, dalam mengambil keputusan guna peningkatan volume penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

2. Sebagai bahan perbandingan antara teori – teori yang telah diterima dibangku kuliah dengan kenyataan empiris yang terjadi di perusahaan.

#### **1.4 Hipotesis**

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan :

“Diduga bahwa tingkat suku bunga melalui KPR BTN untuk type RSS. 36 berpengaruh positif terhadap jumlah penjualan rumah disebabkan peran subsidi pemerintah semakin meningkat”.



## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Pemasaran dan Fungsi Pemasaran**

Pemasaran adalah merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya dengan fungsi perusahaan lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering diidentikkan dengan keberhasilan pemasaran yang digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan tersebut. Namun kegiatan pemasaran tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produksi, keuangan dan personalia.

Memang fungsi pemasaran merupakan hal yang mendasar dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan dengan menjabarkan semua fungsi pemasaran yang telah tersedia, tetapi sebenarnya dapat kita kemukakan defenisi pemasaran menurut para ahli dalam pendapatnya masing-masing dari berbagai pengertian, namun pada hakekatnya secara umum mempunyai maksud yang sama, yaitu ditujukan guna memenuhi suatu keinginan konsumen.

Setiap perusahaan selalu berusaha agar melalui produk yang dihasilkannya dapat mencapai tujuan dan sasaran perusahaannya. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau

menjaga kestabilan usahanya dan berkembang. Dalam rangka inilah setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut di konsumsi oleh si konsumen akhir. Untuk mencapai tujuannya, perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan dan membina langganan. Oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang di tentukannya. Dari uraian diatas, maka **Assauri** (1990 : 3) mengemukakan bahwa :

"Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen samapai ke konsumen ".

Disamping penafsiran terdapat pula pandangan yang lebih luas yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang masuk dalam proses produksi.

Selanjutnya **NitiseMITO** (1993 :13) mengemukakan bahwa :

"Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif ".



Defenisi diatas jelas bahwa kegiatan marketing bukan semata-mata menjual barang dan jasa, sebab kegiatan sebelum dan sesudahnya juga merupakan kegiatan marketing. Misalnya suatu perusahaan industri yang mempunyai program untuk meningkatkan produknya atau dengan istilah yang dikenal sebagai Produk Development, maka kegiatan tersebut merupakan salah satu bagian marketing (pemasaran). Pengertian yang sama juga dikemukakan oleh **Swastha dan Sukotjo** (1997 : 179) bahwa :

"Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun potensial".

**Gitosudarmo** (1998 : 10), juga mengemukakan pengertian pemasaran sebagai :

"Suatu kegiatan bisnis yang merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, organisasi, ataupun masyarakat luas".

Dari defenisi diatas dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya proses produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan. Dari uraian di atas dapat kita pelajari

bahwa kegiatan pemasaran akan meliputi berbagai macam kegiatan atau fungsi yang berupa :

1. Fungsi Pertukaran
2. Fungsi Penyediaan Fisik atau Logistik
3. Fungsi Pemberian Fasilitas

Berikut ini dikemukakan beberapa pendapat tentang defenisi pemasaran yang antaranya disampaikan oleh **Philip Kotler** dalam bukunya *Manajemen Pemasaran* (1997 : 8), menjelaskan tentang pengertian pemasaran sebagai berikut :

"Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain."

Defenisi pemasaran diatas bersandar pada konsep inti berikut : kebutuhan, keinginan dan permintaan produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan pasar serta prospek. *Kotler* memandang pemasaran sebagai kegiatan manusia yang mencakup seluruh kegiatan mulai saat sebelum sampai sampai saat terjadinya pertukaran. Selanjutnya pengertian pemasaran dikemukakan oleh **William J. Stanton** dalam bukunya *Prinsip Pemasaran* (1993 : 7) adalah sebagai berikut :

"Pemasaran adalah sistem keseluruhan dan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial."

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya proses produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan.

## **2.2 Konsep Pemasaran dan Penjualan**

Konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menantang tiga konsep, yaitu konsep produksi, konsep produk dan konsep menjual/ penjualan. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Profesor Theodore Levitt dari Harvard membuat perbedaan secara jelas antara konsep menjual dan pemasaran. Konsep menjual/ penjualan memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual, konsep pemasaran pada kebutuhan pembeli. Konsep menjual/ penjualan sibuk dengan kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai; konsep pemasaran sibuk dengan gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan melalui produk

dan segala sesuatu yang berkaitan dengan penciptaan, pengiriman, dan akhirnya pengkonsumsian produk tersebut.

Konsep pemasaran bersandar pada empat pilar : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas. Konsep menjual menganut pandangan dari dalam ke luar. Konsep ini mulai dari produksi, memusatkan pada produk perusahaan yang ada, dan menganut penjualan dan promosi yang gencar untuk menghasilkan penjualan yang mendatangkan laba. Konsep pemasaran menganut pandangan dari luar kedalam. Ia memulai dengan pasar yang didefinisikan dengan baik, memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan, dan menghasilkan laba melalui pemuasan pelanggan.

Antara konsep pemasaran dan penjualan terdapat perbedaan. Penjualan memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual; pemasaran kepada kebutuhan kepada kebutuhan pembeli. Penjualan mengutamakan kebutuhan penjual untuk merubah produk untuk menjadi uang; pemasaran mengutamakan usaha memuaskan kebutuhan pembeli dengan cara menciptakan produk dan memasarkannya sesuai dengan kebutuhan pembeli.

### **2.3 Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran ini menggambarkan jaringan lembaga-lembaga pokok yang saling mempengaruhi, untuk mensupply pasar dengan barang dan

jasa yang dibutuhkannya. Perantara pemasaran merupakan lembaga yang membantu arus perpindahan barang dan jasa antara perusahaan dan pasarnya. Kedalam golongan perantara pemasaran termasuk perbankan.

Sistem pemasaran itu sendiri merupakan arus kumpulan lembaga dan arus yang menghubungkan perusahaan dengan pasarnya. Unsur pokok dari satu sistem pemasaran ialah perusahaan dan pasar. Disamping kedua unsur pokok ini masih terdapat unsur lain yang mempengaruhi cara dan keberhasilan pelayanan perusahaan terhadap pasarnya. Unsur-unsur tambahan ini dapat dibagi dalam 3 (tiga) golongan yaitu ; (1). Sistem pemasaran inti yang terdiri dari kumpulan supplier, mereka menjual berbagai barang yang oleh perusahaan dan saingan-saingannya dirubah menjadi out put yang bernilai, dan disalurkan yang bernilai dan disalurkan pada perantara-perantara pemasaran untuk mencapai pasar akhir; (2). Lingkungan tersendiri dari berbagai khalayak yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mempengaruhi kegiatan system pemasaran. Khalayak ini terdiri dari lembaga-lembaga keuangan, pers independen dan lembaga-lembaga pemerintah legislatif, kelompok-kelompok yang berkepentingan dan khalayak-khalayak ramai; (3). Lingkungan makro, terdiri dari demografi, perekonomian, undang-undang dan politik, teknologi dan kultur yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap sistem pemasaran secara langsung maupun melalui khalayak.

## 2.4 Kredit dan Jenis-jenis Kredit

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai jasa-jasa perbankan berarti harus lebih mengenal masalah perkreditan. Kredit merupakan salah satu bidang usaha utama dalam kegiatan perbankan, karenanya kelancaran kredit selalu berpengaruh terhadap kesehatan bank secara keseluruhan.

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu *Credere* yang berarti kepercayaan. Oleh karena itu, dasar dari suatu pemberian kredit adalah kepercayaan. Yang dimaksud dengan kepercayaan disini adalah kepercayaan yang diberikan oleh seseorang atau badan pemberi pinjaman (kreditur) kepada pihak yang menerima pinjaman (debitur) dan pada masa yang akan datang sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah disepakati dan dijanjikan.

Pengertian kredit itu sendiri menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Bab I pasal 1 ayat 12 adalah sebagai berikut :

"Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan."

Adapun jenis-jenis kredit yang diberikan oleh bank pemberi kredit di golongankan menjadi 3 (tiga) golongan, yaitu :

1. Kredit jangka pendek

Adalah kredit yang berjangka waktu maksimum satu tahun.

2. Kredit jangka menengah

Adalah kredit berjangka waktu antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun.

3. Kredit jangka panjang

Adalah kredit yang berjangka waktu lebih dari 3 tahun.

## **2.5 Kredit Pemilikan Rumah (KPR)**

Kredit Pemilikan Rumah (KPR) adalah kredit yang diberikan untuk membantu anggota masyarakat guna membeli rumah berikut tanahnya untuk dimiliki atau dihuni sendiri, dalam hal ini bank yang ditugaskan oleh pemerintah dalam memberikan kredit tersebut adalah Bank Tabungan Negara atau yang lebih dikenal dengan KPR BTN.

Adapun jenis-jenis Kredit Pemilikan Rumah (KPR) yang diselenggarakan oleh BTN antara lain :

1. KPR Paket A1 (Rumah Sangat Sederhana)

Kredit Pemilikan Rumah Sangat Sederhana (KPR RSS) disediakan untuk membantu anggota masyarakat yang berpenghasilan rendah yang memerlukan bantuan subsidi berupa suku bunga yang relatif rendah dengan jangka waktu maksimal 20 tahun dengan uang muka 10 %. Luas kapling antara 54 m<sup>2</sup> s/d 200 m<sup>2</sup>.

## 2. KPR Paket A2

KPR Paket A2 disediakan untuk membantu anggota masyarakat yang masih memerlukan bantuan subsidi berupa suku bunga yang relatif rendah dengan jangka waktu maksimal 20 tahun dengan luas bangunan tidak melampaui 36 m<sup>2</sup>.

## 3. KPR Paket C

KPR Paket C adalah kredit yang diberikan untuk pembelian rumah dan tanah dengan standar bangunan diatas ketentuan Rumah Sederhana (RS) tanpa ada batasan penghasilan perbulan dengan jangka waktu maksimal 20 tahun dengan pembiayaan menggunakan dana dari BTN sendiri (non subsidi).

Ketentuan suku bunga yang berlaku pada KPR BTN adalah sebagai berikut :

- Berlaku sistem suku bunga annuitas tahunan atau biaya menurun, yaitu perhitungan biaya tahun pertama dihitung berdasarkan jumlah maksimal kredit, sedangkan perhitungan biaya tahun-tahun selanjutnya dihitung berdasarkan saldo akhir tahun yang mendahului.
- Apabila terjadi perubahan suku bunga, maka juga akan berlaku bagi kredit yang sedang berjalan, ini tercantum dalam pasal 2 ayat 2 perjanjian kredit antara BTN dengan pihak debitur.

- Apabila debitur lalai dalam menjalani kreditnya (menunggak), maka akan dikenakan denda sebesar 1,5 % dari jumlah tunggakan.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Daerah Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Perusahaan Umum Perumahan Nasional (Perum Perumnas) Regional VII yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa perumahan. Kantor tersebut berlokasi di Jl. Letjend. Hertasning No. 38 Makassar .

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Penulis dalam mencari dan memperoleh data sehubungan dengan usaha penulisan skripsi ini menggunakan metode yang dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dilakukan dengan membaca berbagai peralatan teori dan literatur-literatur, majalah, koran, artikel dan tulisan-tulisan yang erat kaitannya dengan pembahasan selanjutnya.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dilakukan dengan meninjau langsung tempat yang menjadi objek penelitian, sehubungan dengan itu penulis melaksanakan penelitian dengan cara sebagai berikut :

- a. Teknik interview yaitu dilakukan dengan jalan wawancara secara langsung dengan pejabat yang berwenang sebagai langkah awal proses pengolahan data.
- b. Teknik dokumentasi yaitu dilakukan dengan jalan memperoleh data melalui dokumen-dokumen tertulis sesuai kebutuhan penulis.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penulisan skripsi ini jenis dan sumber data yang digunakan berupa :

1. Data Primer : yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan pengamatan serta wawancara secara langsung dengan manajer dan sejumlah karyawan yang berhubungan dengan data yang diperoleh pada lembaga tersebut, antara lain data mengenai jumlah realisasi penjualan rumah dll.
2. Data Sekunder : yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen maupun literatur-literatur yang berhubungan dengan pokok pembahasan.

### **3.4 Metode Analisis**

Untuk menguji sejauh mana kebenaran hipotesis yang telah digunakan sebelumnya, maka metode analisis yang akan digunakan adalah sebagai berikut:



1. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan jumlah penjualan rumah melalui KPR BTN pada Perum Perumnas mengalami penurunan melalui analisis pemasaran rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.
2. Analisis kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan sekaligus faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah penjualan rumah KPR BTN pada Perum Perumnas Regional VII Makassar dengan formulasi sebagai berikut :

**a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda (tiga prediktor) ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penyediaan KPR bersubsidi terhadap jumlah penjualan rumah. (*Sumber :DR. Sugiyono, 2000, Statistika untuk Penelitian, hal 257*)

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Untuk mencari koefisien regresi  $b_0, b_1, b_2, b_3$  digunakan persamaan silmultan sebagai berikut :

$$\sum X_1 Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 + b_3 \sum X_1 X_3$$

$$\sum X_2 Y = b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2 X_3$$

$$\sum X_3 Y = b_1 \sum X_1 X_3 + b_2 \sum X_2 X_3 + b_3 \sum X_3^2$$

$$b_0 = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - b_3 X_3$$

Dimana :

$Y$  = Jumlah penjualan rumah

$b_1$  = Koefisien peubah atas jumlah penjualan rumah type RSS.  
T36 (Unit)

$b_2$  = Koefisien peubah atas jumlah penjualan rumah type RS.T21  
(Unit)

$b_3$  = Koefisien peubah atas jumlah penjualan rumah type RS.  
T36 (Unit)

$x_1$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RSS. T36 (%)

$x_2$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RS. T21%

$x_3$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RS. T36 (%)

$b_0$  = Konstanta

#### b. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda (tiga prediktor) bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat suku bunga melalui penyediaan KPR bersubsidi terhadap jumlah penjualan rumah. (Sumber : DR. Sugiyono 2000, *Statistika untuk Penelitian*, hal. 259)

$$R_{y,123} = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}}$$

*Dimana :*

$R$  = Koefisien korelasi berganda.

$x_1$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RSS. T36 (%)

$x_2$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RS. T21 (%)

$x_3$  = Tingkat suku bunga KPR BTN untuk type RS. T36 (%)

$Y$  = Jumlah penjualan rumah

**Ket :**

- Apabila  $r = \pm 1$  atau mendekati  $\pm 1$ , maka korelasi antara tiga variabel dikatakan positif, sangat kuat dan bersifat searah, artinya kenaikan atau penurunan nilai  $X_{1-3}$  terjadi bersama dengan kenaikan atau penurunan nilai  $Y$ .
- Apabila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka hubungan antara tiga variabel ( $X_{1-3}$  dan  $Y$ ) sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.
- Apabila  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi dikatakan negatif, sangat kuat dan bersifat tidak searah, artinya bahwa kenaikan nilai  $X_{1-3}$  terjadi bersama-sama penurunan nilai  $Y$  demikian pula sebaliknya.

### 3.5 Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasional yang akan digunakan dalam pembahasan ini adalah :

1. **Pemasaran** adalah merupakan suatu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.
2. **Kredit** adalah kepercayaan yang diberikan oleh badan pemberi pinjaman (kreditur) kepada pihak yang menerima pinjaman (debitur).
3. **Kredit Pemilikan Rumah (KPR)** adalah kredit yang diberikan kepada anggota masyarakat guna membeli rumah berikutan tanahnya untuk dimiliki atau dihuni sendiri yang mana dalam hal ini pemerintah menugaskan Bank Tabungan Negara sebagai bank pemberi kredit, biasa disebut KPR BTN.
4. **Subsidi** adalah cadangan keuangan dan sumber-sumber daya lainnya untuk mendukung suatu kegiatan usaha atau kegiatan perorangan oleh pemerintah.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **4.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan**

Di zaman penjajahan, masalah perumahan rakyat masih diartikan sebagai rumah-rumah yang dibangun oleh rakyat sendiri secara perorangan. Belum ada pemikiran tentang perumahan rakyat sebagai suatu kebijaksanaan ke arah usaha pengadaan perumahan secara aktif. Fokus perkembangan pada waktu itu diarahkan pada pengadaan rumah "Pegawai Negeri" yang dilaksanakan oleh Jawatan Gedung-gedung Negara.

Setelah merdeka dan penjajahan fisik berlalu, timbullah prakarsa dari beberapa tokoh politik dan para ahli untuk mulai memikirkan tentang perumahan rakyat secara lebih luas. Tonggak sejarah permulaan pemikiran tentang perumahan rakyat tersebut diwujudkan dengan penyelenggaraan Kongres Perumahan Rakyat Sehat pada tanggal 25 s/d Agustus 1950 di Bandung. Kongres antara lain mengusulkan kepada pemerintah agar di tiap-tiap propinsi diusahakan secepat mungkin berdirinya Perusahaan Pembangunan Perumahan; sedang di bidang teknik dirumuskan serangkaian persyaratan minimum rumah rakyat. Juga mengusulkan suatu Badan/Lembaga Perumahan yang dijamin penyediaan dananya dalam Anggaran Belanja Pemerintah tiap-tiap tahun.

Sebagai tindak lanjut kongres tersebut, melalui Surat Keputusan Presiden Nomor 65 Tahun 1953 tanggal 25 April 1952 dibentuk Jawatan Perumahan Rakyat dalam Lingkungan Kementerian Pekerjaan Umum. Tugas pokoknya antara lain ; melakukan penelitian teknis-teknologis, membuat konsep-konsep pemikiran kebijaksanaan perumahan, mengadakan penyuluhan dan bimbingan teknis kepada masyarakat, dan mengatur penyelenggaraan pembiayaan pembangunan perumahan.

Guna mencapai apa yang diharapkan oleh Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga dibidang perumahan rakyat, maka dibentuklah badan Perumahan Rakyat pada tanggal 20 Mei 1951 (Surat Keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga Kerja Nomor : U.25/28/22). Salah satu hasil dari badan ini ialah penyusunan "Peraturan Pembiayaan Pembangunan Perumahan Rakyat". Dalam konsep Peraturan Pembiayaan ini dibentuklah Yayasan Kas Pembangunan (YKP), dan pembantukan suatu Bank Pembangunan Perumahan yang akan membrikan pinjaman kepada YKP. Tugas yayasan ini adalah membangun rumah yang harganya lebih rendah dari harga pasaran dan menyewa-belikannya kepada para anggota penabung selama 20 tahun. Sampai tahun 1961, yayasan ini telah berhasil membangun rumah sebanyak 12.400 unit.

Berhubung situasi keuangan ketika itu, kegiatan pembangunan rumah tidak dapat dilanjutkan, namum usaha-usaha untuk lebih meningkatkan penelitian di bidang perumahan tetap dilakukan. Pada saat bersamaan lahirlah



Lembaga Penyelidikan Masalah Pembangunan (LPMB) di Bandung; sekaligus juga berfungsi sebagai United Nations Regional Housing Centre untuk daerah Asia Tenggara. Fokus penelitian dari lembaga ini ialah segi teknis-teknologis dan pengembangan bahan bangunan.

Pemerintah Orde Baru mulai menyusun Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita). Sebagai kulminasi dari segala kegiatan pemikiran tentang perumahan tersebut ialah dengan diselenggarakannya Loka Karya Nasional mengenai kebijaksanaan Perumahan dan Pembiayaan Pembangunan di Bina Graha pada tanggal 4 s/d 6 Mei 1972.

Hasil Loka Karya yang dibuka oleh Bapak Presiden itu antara lain; menegaskan kembali perlunya pembentukan Badan Usaha yang dapat disertai kewenangan untuk mengadakan penyediaan dan pembangunan rumah-rumah rakyat. Disamping itu mengingat jumlah rumah yang dibutuhkan amat besar, maka dirasa perlu untuk membantuk suatu badan lain yang bertugas membari pengarahan secara menyeluruh demi tercapainya program perumahan yang terpadu.

Dengan keputusan Presiden Nomor 35 tahun 1974 dibentuklah Badan Kebijakan Perumahan Nasional (BKPN) yang berfungsi merumuskan garis-garis kebijaksanaan serta petunjuk pelaksanaan di bidang pengembangan dan pembinaan perumahan. BKPN juga melakukan koordinasi dan pengawasan. Dan untuk menjamin segi pembiayaan, maka melalui Surat Keputusan Menteri

Keuangan Nomor : 49/MK/IV/1974 telah ditunjuk Bank Tabungan Negara (BTN) sebagai Bank Hipotik Perumahan.

Program penyediaan perumahan untuk rakyat tentu melibatkan kegiatan jual beli rumah dan tanah. Kegiatan ini hanya dapat di tampung oleh suatu Badan Usaha Negara. Maka pada tanggal 18 Juli 1974 dengan Peraturan Pemerintah Nomor 29 tahun 1974 dibentuklah Perusahaan Umum Pembangunan Perumahan Nasional, disingkat Perum Perumnas. Sebagai direktur utama Perum Perumnas yang pertama diangkat Ir. Radinal Muchtar.

Dengan lahirnya Perum Perumnas, boleh dikatakan suatu prestasi pemerintah Orde Baru yang mampu merealisasi suatu gagasan yang telah dicetuskan sejak awal masa kemerdekaan setelah melalui berbagai usaha yang terus menerus. Menjelang berdirinya Perum Perumnas program pemerintah dibidang perumahan secara besar-besaran untuk daerah perkotaan dimulai dengan proyek penyediaan tanah matang (*Site and Service*) di Klender Jakarta.

Sebagai tindak lanjut usaha Perum Perumnas untuk memperluas wilayah kerjanya serta untuk memenuhi kebutuhan perumahan yang layak bagi masyarakat di tiap-tiap propinsi khususnya untuk wilayah Indonesia Bagian Timur, maka pada tahun 1977 didirikan Perum Perumnas Regional VII Makassar sebagai salah satu cabang perusahaan yang berkedudukan di Jl. Letjend. Hertasning Makassar No. 38 untuk memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat menengah kebawah di Sulawesi Selatan. Perusahaan in

mengkoordinir pembangunan perumahan rakyat melalui unit-unit perusahaan yang tersebar pada 8 lokasi usaha di wilayah Sulawesi Selatan. Khususnya untuk Makassar ada 3 unit yang membantu cabang dalam kegiatan pembangunan dan pemasaran yaitu Unit Antang Raya, Unit Tamalanrea, dan Unit Sudiang.

#### **4.2 Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Tujuan Perusahaan**

Kedudukan perusahaan Perum Perumnas adalah Badan Hukum yang berhak melanjutkan usaha pengedaan dan penjualan rumah dan tanah berdasarkan peraturan pemerintah RI No. 12 tahun 1988 No. 29 tahun 1974 (lembaran negara RI tahun 1974 nomor 37).

Tugas pokok perusahaan adalah melaksanakan pembangunan perumahan rakyat dan prasarana lingkungan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun fungsi perusahaan adalah untuk menyelenggarakan kegiatan yang bermanfaat untuk kepentingan umum, berupa kegiatan-kegiatan produktif di bidang pelaksanaan pembangunan perumahan rakyat beserta sarana dan prasarananya serta melakukan pemupukan dana.

Sedang tujuan perusahaan adalah :

1. Sebagai kesatuan produksi yang bertujuan mengadakan kegiatan-kegiatan produktif dalam arti menciptakan nilai social maupun ekonomi yang lebih

besar dari investasinya di bidang perumahan rakyat dan prasarana lingkungan.

2. Untuk mendapatkan keuntungan.
3. Untuk membantu pemerintah dalam mengatasi pengangguran.
4. Untuk meningkatkan penerimaan pemerintah dalam membiayai pembangunan.

#### **4.3 Struktur Organisasi dan Job Description**

Perusahaan sebagai suatu jaringan hubungan antara beberapa fungsi, hanya dapat bekerja dengan baik apabila terdapat suatu pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab secara jelas dan tegas.

Struktur organisasi pada Perum Perumnas Regional VII Makassar adalah struktur organisasi garis (*line organization*) yang dapat kita lihat pada skema 1 berikut ini :

Dalam skala regional, unsur pelaksana wilayah usaha untuk Perum Perumnas Regional VII Makassar dipimpin oleh seorang General Manager Regional yang bertanggung jawab kepada direktur utama (yang berkedudukan di kantor pusat). General Manager Regional membawahi beberapa bagian di wilayahnya dan beberapa unit di lokasi usahanya.

Berikut ini diuraikan secara singkat tugas dari masing-masing job description unsur pelaksana dalam Perum Perumnas Regional VII Makassar.

❖ **Tugas Pokok Kantor Regional :**

a. Tugas Pokok GM Regional

1. Bersama dengan Deputy GM Regional memimpin para Manajer Bagian di Kantor Regional, Manajer Cabang dan Manajer Unit (Pengelola Kasiba, Pengelola Rusun dan UPKB) untuk menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran kantor regional yang merupakan bagian RKAP.
2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Manajer Bagian di Kantor Regional dan Manajer Cabang, Manajer Pengelola Kasiba, Manajer Pengelola Rusun dan Manajer UPKB.
3. Mengelola Sumber Daya dan dana dalam lingkup Kantor Regional untuk melaksanakan kegiatan usaha.

4. Mengadakan koordinasi teknis dan administratif dengan GM Divisi dan para GM Regional lain yang terkait dalam melaksanakan kegiatan di Kantor Regional.
  5. Memimpin dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan usaha Kantor Regional, Kantor Cabang, Kantor Unit Pengelola Kasiba, Kantor Unit Pengelola Rusun, Kantor UPKB meliputi kegiatan : pertanahan, perencanaan, pembangunan dan peremajaan lingkungan, pemasaran administrasi, keuangan, SDM, hukum dan politik.
  6. Melaksanakan koordinasi dengan instansi dan instansi terkait untuk mencapai sasaran kegiatan usaha.
- b. Tugas Pokok Deputy GM Regional
1. Bersama dengan GM Regional memimpin para Manajer Bagian di Kantor Regional, Manajer Cabang dan Manajer Pengelola Kasiba, Manajer Unit Pengelola Rusun dan Manajer UPKB untuk menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran kantor Regional yang merupakan bagian RKAP.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Asisten Manajer.
  3. Membantu GM Regional dalam melaksanakan kegiatan operasional di Kantor Regional, Cabang dan Unit.

4. Memimpin penyelenggaraan kegiatan Kantor Regional, khususnya dalam hal :
  - Penyusunan, pelaksanaan dan pengendalian Rencana kerja dan Anggaran Kantor Regional.
  - Pengelolaan data dan informasi Kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor Unit.
  - Pengelolaan urusan umum, perlengkapan kearsipan serta Hukum di Kantor-kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor Unit.
  - Pengelolaan PUKK.
5. Mewakili GM Regional dalam melaksanakan tugas-tugasnya apabila GM Regional berhalangan.
6. Memimpin penyelenggaraan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan perentensian) data dan informasi di Kantor Regional.

❖ **Tugas Pokok Bagian Perencanaan dan Pertanahan :**

- a. Tugas Pokok Manajer Bagian Perencanaan dan Pertanahan :
  1. Menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran Bagian Perencanaan dan Pertanahan yang merupakan bagian dari RKAP Kantor Regional.

2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Asisten Manajer dalam lingkup Bagian Perencanaan dan Pertanahan.
3. Mengelola sumber-sumber daya dana Bagian Perencanaan dan Pertanahan untuk melaksanakan kegiatan usaha.
4. Menyelenggarakan kegiatan perencanaan, yang meliputi analisa kelayakan lokasi, analisa pemanfaatan lahan perencanaan kawasan (*site plan*), Buku Rencana Proyek (BRP), perencanaan teknis (*detail engineering*) dan analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal).
5. Mengusulkan hasil penyelenggaraan kegiatan perencanaan kepada GM Regional dan atau Deputy GM Regional untuk persetujuan tindak lanjut.
6. Mengadakan koordinasi teknis dan administrasi dengan Manajer Perencanaan dan Manajer Keuangan membantu GM Regional, Deputy Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.
7. Bersama Manajer Produksi dan Peremejaan Lingkungan, Manajer Pemasaran, dan Manajer Keuangan membantu GM Regional, dan Deputy Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.



8. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam lingkungan Bagian Perencanaan dan Pertanahan.
  9. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan perefensi) data dan informasi dalam lingkup bidang perencanaan dan pertanahan.
- b. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Perencanaan :
1. Melaksanakan pemilihan lokasi (*site selection*) bersama asisten manajer pertanahan dan pemasaran.
  2. Melaksanakan rencana kawasan, rencana teknis dan amdal.
  3. Melaksanakan evaluasi terhadap hasil pemilihan lokasi, penyusunan rencana kawasan, rencana teknis dan amdal melalui sidang lokasi.
  4. Mengendalikan pelaksanaan hasil perencanaan.
  5. Menyelenggarakan kegiatan administrasi perencanaan.
  6. Menyelenggarakan pembinaan SDM dalam lingkup tugas dan tanggung jawabnya.
  7. Bersama asisten manajer pertanahan membantu manajer perencanaan an pertanahan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan perencanaan dan pertanahan.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Pertanahan :

1. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan penyediaan tanah meliputi aspek site selection sampai dengan mutasi hak, serta pengadministrasian dokumen-dokumen teknis yang terkait.
2. Melaksanakan administrasi kegiatan bidang perusahaan.
3. Melaksanakan pengamanan fisik tanah.
4. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup tugas dan tanggung jawabnya.
5. Bersama asisten manajer perencanaan membantu manajer perencanaan dan pertahanan melaksanakan tugas penyelenggaraan perencanaan dan pertahanan.

❖ **Tugas Pokok bagian Produksi, Pengolahan dan Peremajaan Lingkungan (P3L) Kantor Regional :**

- a. Tugas Pokok Manajer Produksi, Pengelolaan dan Peremajaan Lingkungan
  1. Menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran Bagian Produksi Pengelolaan dan Peremajaan Lingkungan yang merupakan bagian dari RKAP Kantor Regional.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan pelatihan kerja kepada para Asisten Manajer dalam lingkungan Bagian P3L.
  3. Menjelola sumber daya dan dana bagian untuk melaksanakan kegiatan.

4. Menyelenggarakan kegiatan produksi, pengelolaan dan peremajaan lingkungan meliputi aspek pematangan tanah, pembangunan sarana dan prasarana, pembanguna rumah dan lain-lain, baik dikerjakan melalui mitra kerja maupun swakelola.
  5. Mengadakan koordinasi teknis dan administrasi dengan GM Divisi Bina Teknik dan Manajemen Perencanaan, Manajer Pertanahan dan Manajer Pembangunan , Bagian-bagian Kantor Regional serta Unit Kerja terkait sehubungan dengan penyelenggaraan P3L.
  6. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam lingkup bagian P3L.
  7. Bersama Manajer Perencanaan dan Pertahanan, Manajer Pemasaran dan Manajer Keuangan membantu GM Regional dan Deputy Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.
  8. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan peretensian) data dan informasi dalam lingkup bagian P3L.
- b. Tugas Pokok Asisten Sub Bagian Produksi :
1. Melaksanakan kegiatan produksi beserta sarana dan prasarananya, melalui pemberian pekerjaan, pelaksanaan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan.

2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi pembangunan (P2L).
  3. Melakukan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  4. Bersama asisten manajer produksi dan peremajaan lingkungan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi dan peremajaan lingkungan.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Pengelolaan dan Peremajaan Lingkungan :
1. Melaksanakan penyelenggaraan peremajaan lingkungan sejak studi kelayakan sampai dengan pengelolaan.
  2. Melaksanakan pengelolaan lingkungan meliputi pemeliharaan, perbaikan penyempurnaan dan eksploitasi (P3L) melalui mitra kerja atau swakelola.
  3. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan pengelolaan dan peremajaan lingkungan.
  4. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  5. Bersama asisten manajer produksi membantu manajer produksi dan peremajaan lingkungan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi dan peremajaan lingkungan.

❖ **Tugas Pokok Bagian Pemasaran Kantor Regional :**

a. Tugas Pokok Manajer Pemasaran :

1. Menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran bagian pemasaran yang merupakan bagian dari Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RAKP) Kantor Regional.
2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Asisten Manajer dalam lingkungan Bagian Pemasaran.
3. Mengelola sumber daya dan dana bagian pemasaran.
4. Melaksanakan Penyusunan riset pasar, strategi pemasaran, program kehumasan dan promosi.
5. Membina dan mengendalikan kegiatan pemasaran dan promosi Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.
6. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang pemasaran.
7. Bersama Manajer Perencanaan dan Pertanahan, Manajer Produksi Pengelolaan & Peremajaan Lingkungan, Manajer Keuangan membantu GM Regional dan Deputy Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.
8. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.

b. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Pemasaran :

1. Melaksanakan riset pasar, strategi pemasaran (termasuk cara promosi dan strategi harga).
2. Membina dan mengendalikan pemasaran dan penjualan yang dilakukan oleh Kantor Cabang maupun oleh kantor-kantor Unit (Pengelola Kasiba, Pengelola Rusun dan UPKB).
3. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan pemasaran.
4. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
5. Bersama asisten manajer KSO dan Humas membantu manajer pemasaran dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi dan peremajaan lingkungan.

c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Kerja Sama Operasi Dan Humas :

1. Melaksanakan penyelenggaraan Kerja Sama Operasi (KSO), penjualan Kapling Tanah Matang, dan strategi pemasarannya (termasuk cara promosi dan strategi harga) dan bagi hasilnya.
2. Melaksanakan monitoring dan mengendalikan Kerja Sama Operasi.
3. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi KSO.

4. Melaksanakan kegiatan Kehumasan.
5. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
6. Bersama asisten manajer pemasaran membantu manajer pemasaran dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi dan pengelolaan dan peremajaan lingkungan.

❖ **Tugas Pokok Bagian Keuangan Kantor Regional :**

- a. Tugas Pokok Manajer Keuangan :
  1. Menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran bagian keuangan yang merupakan bagian dari rencana kerja dan anggaran perusahaan (RKAP) Kantor Regional.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Asisten Manajer dalam lingkungan bagian keuangan.
  3. Mengelola sumber daya dan dana bagian keuangan untuk melaksanakan kegiatan kantor Regional dan Cabang.
  4. Melaksanakan kegiatan pengelolaan dana perusahaan kegiatan akuntansi.
  5. Melaksanakan pengendalian kegiatan pengelolaan keuangan di Kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.

6. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang keuangan.
  7. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup tanggung jawabnya.
  8. Bersama Manajer Perencanaan dan Pertanahan, Manajer Produksi Pengelolaan dan Peremajaan Lingkungan dan Manajer Pemasaran membantu GM regional dan Deputy Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.
- b. Tugas Pokok Manajer Sub Bagian Dana :
1. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan dana kantor Regional, membina dan mengendalikan pengelolaan dana Cabang dan Kantor-kantor Unit.
  2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang dana.
  3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  4. Bersama asisten manajer akuntansi membantu manajer keuangan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi pengelolaan dan peremajaan lingkungan.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Akuntansi :

1. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan akuntansi Kantor Regional, membina dan mengendalikan kegiatan akuntansi Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.
2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang akuntansi.
3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
4. Bersama asisten manajer dana membantu manajer keuangan dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan produksi pengelolaan dan peremajaan lingkungan.

❖ **Tugas Pokok Lingkup Penunjang Kantor Regional :**

- a. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Program Usaha, Data dan Informasi :
  1. Melaksanakan penyelenggaraan pengumpulan data dan informasi guna penyusunan dan pengendalian rencana kerja dan anggaran Kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.
  2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan program usaha, data dan informasi.
  3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.



4. Bersama asisten manajer kepegawaian, asisten manajer hukum, asisten manajer PUKK, asisten manajer program usaha, data informasi membantu GM Regional, Deputy GM Regional dalam penyelenggaraan kegiatan perusahaan.
- b. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Kepegawaian :
1. Melaksanakan penyelenggaraan pengelolaan SDM di kantor Regional Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.
  2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan kepegawaian.
  3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  4. Bersama Asisten Manajer Program Usaha, data dan Informasi, Asisten Manajer Umum, Perlengkapan dan Kearsipan, Asisten Manajer Hukum, Asisten Manajer PUKK membantu GM Regional, Deputy GM Regional dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Umum, Perlengkapan dan Kearsipan :
1. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan umum, perlengkapan dan kearsipan di Kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor-kantor Unit.

2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang perlengkapan dan kearsipan.
  3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  4. Bersama asisten manajer program usaha, data dan informasi, asisten manajer kepegawaian, asisten manajer hukum dan asisten manajer PUKK membantu GM Regional, Deputy GM Manajer dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Sub Bagian Hukum :
1. Melaksanakan pengumpulan data dan masalah-masalah/perselisihan hukum yang dihadapi Kantor Regional, Kantor Cabang dan Kantor Unit.
  2. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi yang menyangkut produk hukum dalam kegiatan usaha Kantor Regional.
  3. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  4. Bersama asisten manajer program usaha, data dan informasi, asisten manajer kepegawaian, asisten manajer umum, perlengkapan dan kearsipan dan asisten manajer PUKK membantu GM Regional, Deputy GM Regional dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.

❖ **Tugas Pokok Asisten Manajer PUKK Kantor Regional :**

- a. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan PUKK di Kantor Regional dan pengendalian kegiatan PUKK di Kantor Cabang.
- b. Melaksanakan penyelenggaraan administrasi kegiatan bidang PUKK.
- c. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
- d. Bersama asisten manajer program usaha, data dan informasi, asisten manajer umum perlengkapan dan kearsipan, asisten kepegawaian dan asisten manajer hukum membantu GM Regional, Deputy GM Regional dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaan. .

❖ **Tugas Pokok Unsur Pelaksanaan Kantor Cabang :**

- a. Tugas Pokok Manajer Cabang :
  1. Menyusun sasaran, rencana kerja dan anggaran Kantor Cabang yang merupakan bagian dari RKAP.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian. Pembinaan dan penilaian kerja kepada para Asisten Manajer dalam lingkungan Kantor Cabang.
  3. Mengelola sumber daya dan dana kantor cabang untuk melaksanakan kegiatan.

4. Memimpin pengawasan pembangunan yang meliputi pematangan tanah, pembangunan rumah, pembangunan sarana dan prasarana dasar.
5. Memimpin kegiatan promosi, penjualan dan pemeliharaan samapai dengan diserahkan kepada Pemerintah Daerah.
6. Memimpin kegiatan usaha penyediaan rumah beserta sarana dan prasarana dasar, serta penjualannya.
7. Memimpin penyelenggaraan pengelolaan kawasan (Manajemen Estate).
8. Memimpin kegiatan keuangan, akuntansi, administrasi dan umum guna menunjang kegiatan Kantor Cabang.
9. Mengadakan Koordinasi teknis dan administrasi dengan para manajer di Kantor Regional serta kantor-kantor cabang terkait dalam mendukung penyelenggaraan kegiatan usaha kantor cabang.
10. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
11. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam lingkungan kantor cabang.
12. Bersama asisten manajer seksi produksi dan PLPP, asisten manajer seksi penjualan dan nilai tambah, asisten manajer seksi

pertanahan dan asisten manajer seksi administrasi keuangan membantu GM Regional dan Deputy GM Regional dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan perusahaan.

13. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan peretensian) data dan informasi dalam lingkup kantor cabang.
- b. Tugas Pokok Asisten Manajer Seksi Produksi dan Pengelolaan Lingkungan dan Pembinaan Penghuni (PLPP) :
1. Menyusun rencana kerja dan anggaran untuk Seksi PLPP.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja bagi para Staf Seksi PLPP.
  3. Melaksanakan penyelenggaraan pengawasan produksi dan atau penyediaan produk rumah, tanah kavling beserta sarana dan prasarana dasar.
  4. Melaksanakan penyelenggaraan pengelolaan lingkungan pemukiman dan pembinaan penghuni.
  5. Mengadakan koordinasi teknis administrasi dengan semua Manajer dan Asisten Manajer terkait baik di Kantor Regional maupun di Kantor Cabang.
  6. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.

7. Bersama asisten manajer pertanahan, asisten manajer penjualan dan jasa nilai tambah dan asisten manajer administrasi dan keuangan membantu Manajer Cabang dalam melaksanakan tugas penyelenggaraab kegiatan Cabang.
  8. Mengendalaikan pelaksanaan kegiatan di lingkup Seksi PLPP.
  9. Menyenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan peretensian) data dan informasi mengenai produksi dan PLPP.
- c. Tugas Pokok Asisten Manajer Seksi Pertanahan :
1. Menyusun rencana kerja dan anggaran Seksi Pertanahan serta perbaikan-perbaikannya.
  2. Melaksanakan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja bagi para Staf Seksi Pertanahan.
  3. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan pengadaan, inventasisasi, mutasi dan pengalihan hak atas tanah.
  4. Mencari peluang penyediaan tanah guna pengembangan Cabang yang bersangkutan.
  5. Melaksanakan koordinasi teknis administratif dengan para Asisten Manajer di Kantor Cabang, Manajer dan Asisten Manajer di bagian perencanaan dan pertanahan Kantor Regional.

6. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  7. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan di lingkup Seksi Pertanahan.
  8. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan peretensian) data dan informasi dalam bidang pertanahan.
  9. Bersama asisten produksi dan PLPP, Asisten Manajer Penjualan dan jasa nilai tambah dan asisten manajer administrasi dan keuangan membantu Manajer Cabang dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan cabang.
- d. Tugas Pokok Asisten Manajer Seksi Penjualan dan Jasa Nilai Tambah :
1. Menyusun rencana kerja dan anggaran Seksi Penjualan dan Jasa Nilai Tambah beserta perbaikan-perbaikannya.
  2. Memberikan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Staf Seksi Penjualan dan Jasa Nilai Tambah.
  3. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan penjualan dan pengelolaan asset produksi untuk mendapatkan nilai tambah.
  4. Merekrut, membina dan menugaskan kepada para Mitra Penjualan untuk menjual produk perusahaan.

5. Melaksanakan koordinasi teknis dan administrative dengan para Asisten Manajer di Kantor Cabang, Manajer dan Asisten Manajer di Bagian Pemasaran Kantor Regional.
  6. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
  7. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan dalam lingkup Seksi Penjualan dan Jasa Nilai Tambah.
  8. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan peretensian) data dan informasi dalam bidang penjualan dan jasa nilai tambah.
  9. Bersama asisten manajer produksi dan PLPP, asisten manajer pertanahan dan asisten manajer administrasi & keuangan membantu Manajer Cabang dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan Cabang.
- e. Tugas Pokok Asisten Manajer Seksi Administrasi dan Keuangan :
1. Menyusun rencana kerja dan anggaran Seksi Administrasi dan Keuangan.
  2. Melaksanakan penugasan, pengendalian, pembinaan dan penilaian kerja kepada para Staf Administrasi dan Keuangan.

3. Melaksanakan penyelenggaraan kegiatan administrasi dan pengelolaan keuangan kegiatan Kantor Cabang.
4. Mengadakan koordinasi teknis dan administrative dengan para Asisten Manajer di Kantor Cabang, Manajer dan Asisten Manajer dibawah Deputy GM Regional.
5. Melaksanakan pembinaan SDM dalam lingkup dan tanggung jawabnya.
6. Mengendalikan pelaksanaan kegiatan di lingkungan Seksi Administrasi dan Keuangan.
7. Menyelenggarakan kegiatan pengelolaan (penerbitan atau pelaporan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan perentensian) data dan informasi dalam bidang administrasi dan keuangan.
8. Bersama asisten manajer Produksi & PLPP, asisten manajer pertanahan dan asisten manajer penjualan & jasa nilai tambah membantu Manajer Cabang dalam melaksanakan tugas penyelenggaraan kegiatan Cabang.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dalam pembahasan ini dimaksudkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan jumlah penjualan rumah melalui KPR BTN pada Perum Perumnas Regional VII Makassar mengalami penurunan.

Selanjutnya dalam pembahasan ini akan dibahas yaitu :

1. Analisis proses dan jenis-jenis Produksi
2. Analisis pemasaran rumah melalui KPR bersubsidi
3. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah penjualan rumah melalui KPR bersubsidi.

##### **5.1.1 Analisis Proses Produksi dan Jenis-jenis Produksi**

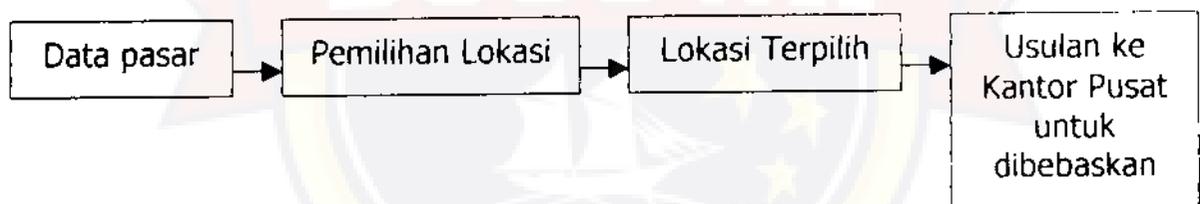
Kegiatan pembangunan perumahan oleh Perum Perumnas Regional VII Makassar meliputi dua tahap yaitu :

1. Tahap pemilihan dan penentuan lokasi perumahan, tercakup didalamnya adalah :
  - a. Kegiatan studi kelayakan yang dilakukan oleh Sub bagian Analisa peluang pasar bersama dengan Sub bagian terkait untuk mendapatkan data pasar pada suatu wilayah tertentu.

- b. Kegiatan pemilihan lokasi yang dilaksanakan oleh Sub bagian pertanahan bersama dengan Sub bagian perencanaan dengan berdasarkan pada data pasar tersebut.
- c. Dari lokasi-lokasi yang ada, dipilih salah satu lokasi yang dianggap layak untuk membangun perumahan dan fasilitasnya.
- d. Lokasi yang dipilih diusulkan ke kantor pusat untuk memperoleh persetujuannya.

Untuk lebih jelasnya proses pemilihan dan penentuan lokasi dapat kita lihat dari Skema 1 berikut :

**Skema 1**  
**Perum Perumnas Regional VII Makassar**  
**Proses Pemilihan dan Penentuan Lokasi**



*Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, Tahun 2002*

2. Tahap pembangunan dan fasilitasnya, termasuk didalamnya :
  - a. Kegiatan pembebasan tanah yang dilakukan setelah mendapat persetujuan dari kantor pusat pada lokasi yang terpilih.
  - b. Membuat Site Plan dan Detail Engineering oleh bagian perencanaan dan pembangunan.

❖ Site Plan meliputi :

- Penetapan luas kapling tanah.
- Penetapan jalan utama dan jalan setapak.
- Penetapan luas fasilitas sosial.
- Penetapan luas fasilitas umum.
- ❖ Detail Engineering meliputi :
  - Detail rumah.
  - Detail jalan.
  - Detail saluran.
  - Detail air minum, gas, listrik dan telepon.
  - Rencana taman dan tempat sampah.

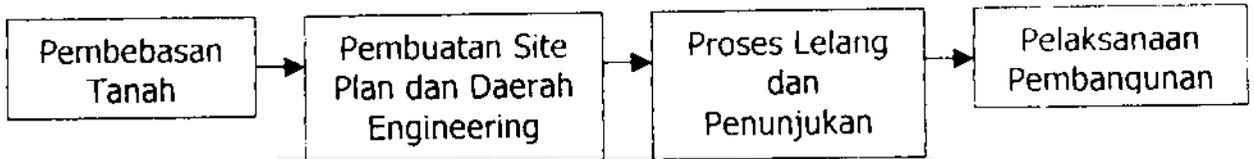
c. Proses lelang untuk mendapatkan kontraktor yang akan melaksanakan pembangunan perumahan. Selain proses lelang pihak Perm Perumnas juga menempuh cara lain untuk menentukan kontraktor pelaksana yaitu : penunjukan langsung atau tidak langsung terhadap kontraktor yang dianggap layak atau mampu.

d. Kegiatan pelaksanaan pembangunan perumahan dan fasilitasnya.

Untuk lebih jelasnya proses pembangunan perumahan yang dikelola Perum Perumnas dapat dilihat pada skema 2 berikut ini :

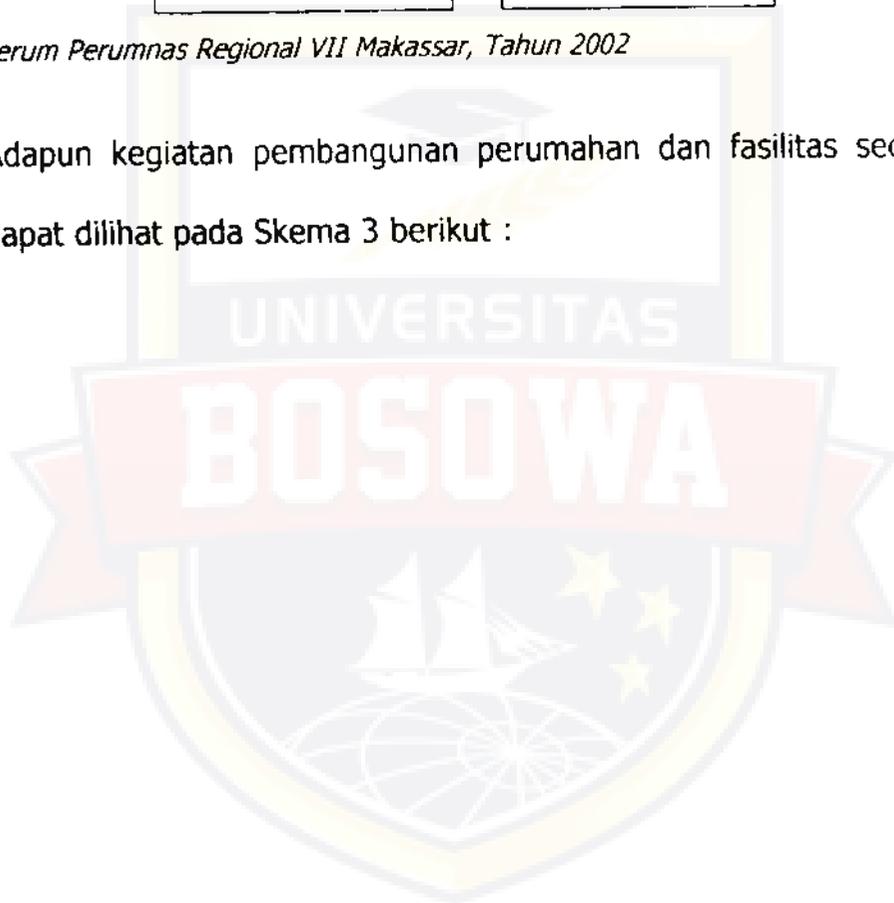
## Skema 2

### Perum Perumnas Regional VII Makassar Proses Pembangunan

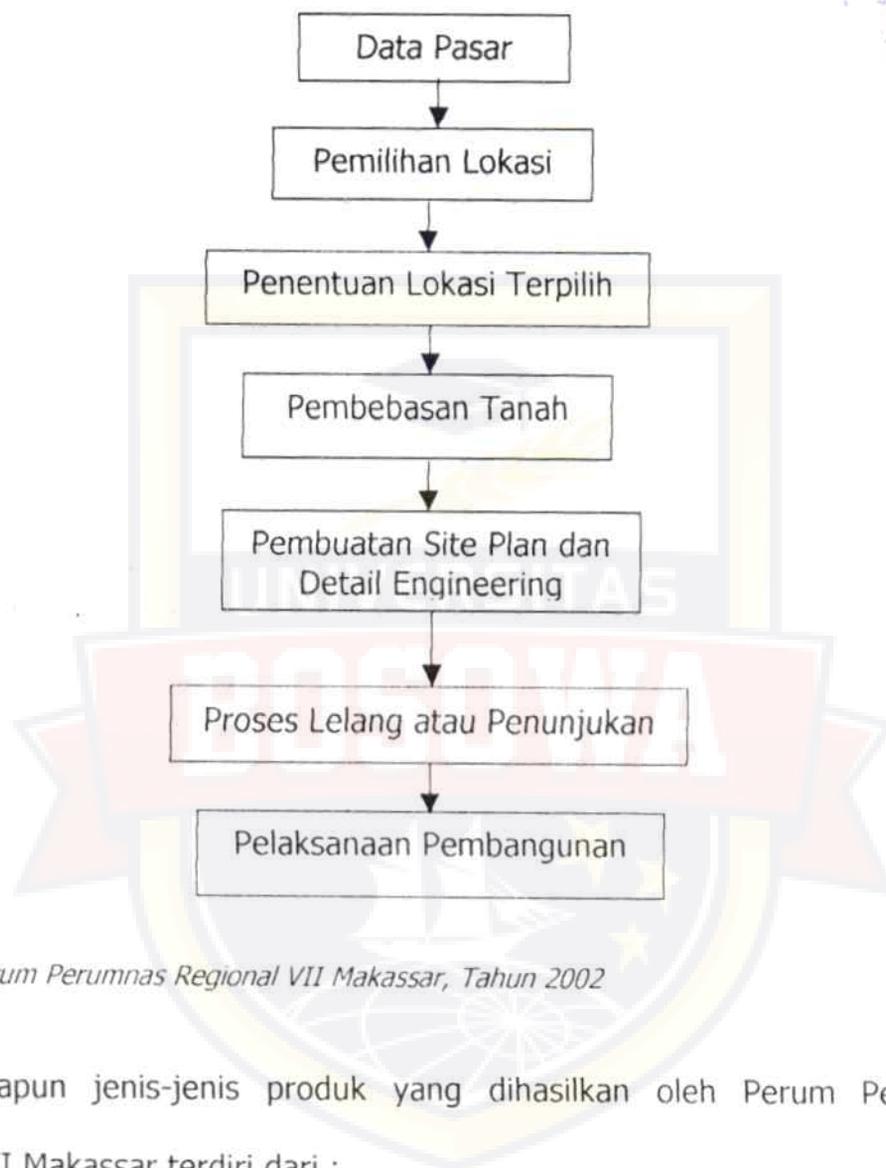


Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, Tahun 2002

Adapun kegiatan pembangunan perumahan dan fasilitas secara lebih lengkap dapat dilihat pada Skema 3 berikut :



### Skema 3 Kegiatan Pembangunan Perumahan dan Fasilitasnya



Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, Tahun 2002

Adapun jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh Perum Perumnas Regional VII Makassar terdiri dari :

a. Rumah

1. Rumah Sederhana (RS) dengan type :

- D : 36, 45, 54 dan 70
- M : 45 dan 54

- T : 36, 45, 54 dan 70

2. Rumah Inti (RI) dengan type :

- D : 18
- D : 21

3. Rumah Sangat Sederhana (RSS) dengan type :

- D : 21 dan 36

b. Ruko

c. KTM meliputi :

Utilities, Kantor, Sekolah dan Tempat Peribadatan.

Jenis-jenis produk tersebut merupakan hasil produksi dari unit-unit lokasi yang berada dalam wilayah kotamadya Makassar.

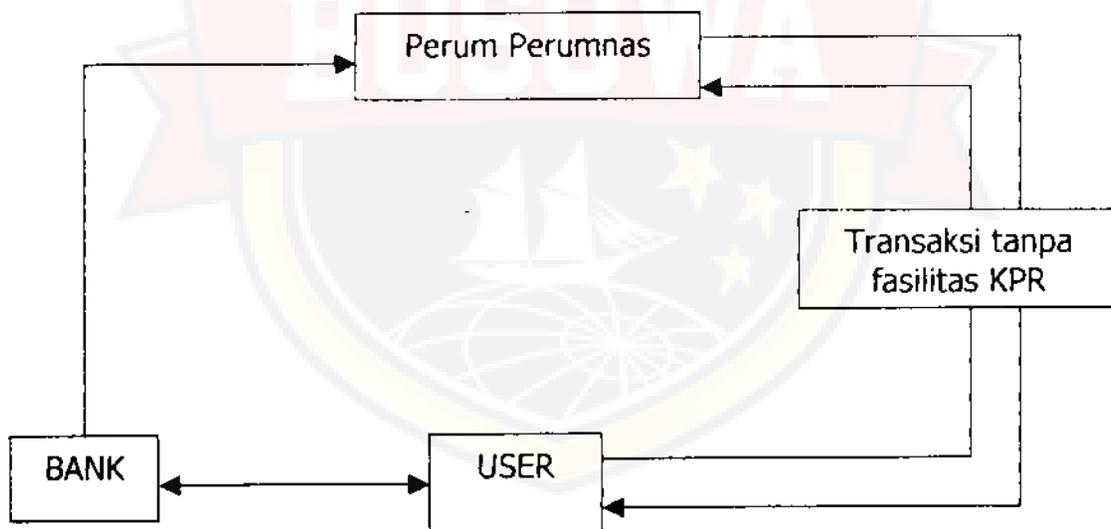
### 5.1.2 Analisis Pemasaran Rumah Melalui KPR BTN

Suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya tentunya memiliki harapan agar kelak usaha yang dijalankannya akan berjalan dengan lancar, sehingga hasil yang dicapai sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan. Namun tidak sedikit perusahaan dalam proses usahanya menemukan suatu hambatan yang merupakan masalah dalam upaya pembinaan dan pengembangan usahanya, utamanya dalam kegiatan penyampaian produk ke konsumen. Demikian halnya dengan Perum Perumnas yang bergerak dibidang penjualan rumah melalui KPR BTN.

Dalam upaya memasarkan produknya, Perum Perumnas mengambil kebijaksanaan dengan melaksanakan penjualan secara tunai dan kredit. Secara tunai berarti Perum Perumnas menjual langsung produknya kepada user, sedangkan penjualan secara kredit dilaksanakan dengan melibatkan jasa perantara seperti bank pemerintah dan swasta.

Gambaran mengenai saluran pemasaran pada Perum Perumnas Regional VII Makassar dapat dilihat pada skema 4 berikut ini :

**Skema 4**  
**Saluran Pemasaran**



*Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, Tahun 2002*

Berdasarkan skema 4 diatas maka dapat kita lihat bahwa saluran yang digunakan oleh Perum Perumnas Regional VII Makassar adalah saling berhubungan antara yang satu dengan yang lain. Oleh bank pemberi kredit

memberikan kreditnya tidak langsung kepada debitur atau user, tetapi melalui pihak Perum Perumnas apabila ingin membeli rumah tanpa melalui KPR BTN, sedangkan bila menggunakan KPR BTN maka debitur atau user langsung mengambil atau membeli rumah dengan perantara bank pemberi kredit, dalam hal ini adalah bank BTN atau biasa disebut juga KPR BTN.

Sebagaimana kita ketahui bahwa suatu perusahaan itu senantiasa menganalisis perkembangan penjualannya, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan tersebut dalam hal memasarkan produknya. Dimana bisa dilihat apakah penjualannya mengalami kenaikan atau penurunan.

Dalam hal ini, penulis mencoba mengemukakan analisis perkembangan penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi yang telah dicapai oleh Perum Perumnas Regional VII Makassar dengan melihat data hasil penjualan yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Adapun data yang diperoleh tersebut merupakan data hasil penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi dari tahun 1997 hingga tahun 2001. Dengan melihat data tersebut, kita dapat mengetahui perkembangan penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

Setelah penulis penelitian dan menganalisis data-data yang ada pada Perum Perumnas Regional VII Makassar, maka dapat diketahui bahwa penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi tidak selalu sama. Hal ini disebabkan karena

kebutuhan rumah dari tahun ketahun selalu mengalami perubahan dan juga dikarenakan oleh adanya faktor ekstern dan intern perusahaan. Faktor internnya antara lain meningkatnya biaya operasional, biaya produksi serta pengeluaran yang rutin. Sedangkan faktor eksternnya yaitu adanya krisis moneter, daya beli masyarakat menurun dikarenakan peran pemerintah yang semakin berkurang dalam hal pemberian subsidi.

Berikut ini akan disajikan jumlah penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi pada Perum Perumnas Regional VII Makassar dari tahun 1997 hingga tahun 2001 pada tabel 1 berikut ini :

**TABEL 1**

**JUMLAH PENJUALAN RUMAH MELALUI KPR BERSUBSIDI PADA  
PERUM PERUMNAS REGIONAL VII MAKASSAR  
PERIODE TAHUN 1997 - 2001**

Tahun	Jumlah Penjualan Rumah (Unit)				Prosentase (%) Jumlah Penjualan Rumah			
	RSS. 36	RS. T21	RS. T36	Jumlah	RSS. 36	RS. T21	RS. T36	Jumlah
1997	3.312	335	413	4.060				
1998	1.769	639	172	2.408	(46,59)	90,57	(58,35)	(40,69)
1999	1.117	277	116	1.510	(36,86)	(56,65)	(32,56)	(37,29)
2000	719	108	223	1.050	(35,63)	(61,01)	92,24	(30,46)
2001	456	253	257	966	(36,58)	134,25	15,25	(8)

Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, 2002

Dari tabel.1 tampak bahwa secara kumulatif jumlah penjualan rumah melalui KPR BTN cenderung mengalami penurunan selama lima tahun terakhir (1997-2001). Menurunnya jumlah penjualan rumah melalui KPR BTN tidak lain

sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal perusahaan. Faktor eksternal yang sangat berpengaruh antara lain; Suku bunga dan peran pemerintah dalam hal pemberian subsidiya. Meningkatnya suku bunga dan berkurangnya peran pemerintah serta menurunnya daya beli masyarakat menyebabkan jumlah penjualan rumah melalui KPR BTN cenderung mengalami penurunan, sedangkan faktor internal yang sangat mempengaruhi yakni adanya kenaikan biaya operasional dan kinerja Perum Perumnas secara umum yang sangat memprihatinkan. Hal ini disebabkan antara lain, pengeluaran (*cash out*) secara rutin berjalan terus, sedangkan pemasukan atau penerimaan (*cash in*) diantaranya melalui penjualan (KPR) tersendat-sendat atau tidak lancar sejak ditutupnya kran subsidi suku bunga KPR oleh Bank pemberi kredit (KPR) secara Nasional.

### **5.1.3 Analisis Faktor-faktor yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Rumah Melalui KPR Bersubsidi**

Kesuksesan kegiatan penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak hanya tergantung pada kualitas produk yang dihasilkan, pelayanan dan distribusi yang tepat, promosi yang dilakukan termasuk juga kebijaksanaan harga perumahan yang mana dalam hal ini diberikan subsidi oleh pemerintah sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah.

Oleh karena itu, dalam kaitannya dengan analisis dalam skripsi ini, maka penyediaan KPR bersubsidi dalam hal ini tingkat suku bunga yang diberikan oleh pemerintah tidak semua sama untuk setiap type rumah dan juga setiap tahunnya. Adapun suku bunga subsidi yang diberikan oleh pemerintah selama periode 1997 hingga tahun 2001 dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

**TABEL 2**  
**TINGKAT SUKU BUNGA KPR BTN PADA**  
**PERUM PERUMNAS REGIONAL VII MAKASSAR**  
**PERIODE 1997 – 2001**

No.	Type Rumah Subsidi	Suku Bunga KPR Subsidi				
		1997	1998	1999	2000	2001
1	RSS. 36	8,5 %	8,5 %	8,5 %	9 %	19,5 %
2	RS. T21	11 %	11 %	12 %	112 %	19,5 %
3	RS. T36	14 %	14 %	14 %	19,5 %	19,5 %

Pada tabel 2 nampak bahwa suku bunga KPR yang disubsidi oleh pemerintah untuk Perum Perumnas selama periode 1997 hingga tahun 2001 mengalami peningkatan rata-rata hingga 5 %. Penjualan perumahan melalui KPR bersubsidi selama periode tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berupaya untuk meningkatkan jumlah penjualan rumah yang dipasarkan oleh Perum Perumnas Regional VII Makassar. yang mana diberikan selama periode

1997 hingga tahun 2001. Adapun hasil penjualan rumah yang dapat kita lihat adalah berfluktuasi bahkan cenderung mengalami penurunan.

Oleh karena itu, pihak manajemen Perum Perumnas Regional VII Makassar harus memperhatikan faktor-faktor utamanya tingkat suku bunga serta faktor-faktor ekstern dan intern perusahaan dalam melaksanakan kegiatan penjualan rumah melalui KPR bersubsidi. Sehingga pelaksanaan kegiatan penjualan rumah yang dipasarkan dapat lebih efektif meningkatkan jumlah penjualan rumah yang di produksi dan dipasarkannya sebagaimana yang diharapkan.

Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga KPR bersubsidi terhadap jumlah penjualan, maka digunakan alat analisis regresi berganda. Kemudian untuk mengetahui bagaimana pengaruh serta ada tidaknya hubungan variabel suku bunga KPR bersubsidi sebagai variabel bebas dan variabel jumlah penjualan rumah sebagai variabel terikat pada Perum Perumnas Regional VII Makassar, maka digunakan alat analisis koefisien korelasi berganda.

Dalam mengetahui pengaruh dan hubungan antara variable tingkat suku bunga KPR bersubsidi terhadap variable jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar, maka tahun pengamatan analisis dibatasi hanya 5 (lima ) tahun, yakni periode 1997 hingga tahun 2001 dan data tingkat suku bunga KPR bersubsidi yang disediakan oleh pemerintah. Serta

jumlah penjualannya selama periode tersebut harus di nampakkan dalam satu tabel, sebagaimana yang nampak pada tabel 3 berikut :

**TABEL 3**

**JUMLAH PENJUALAN RUMAH DAN TINGKAT SUKU BUNGA BERSUBSIDI PADA PERUM PERUMNAS REGIONAL VII MAKASSAR PERIODE 1997 - 2001**

Tahun	Jumlah Penjualan Rumah (Unit)			Suku Bunga Subsidi		
	RSS. 36	RS. T21	RS. T36	RSS. 36	RS. T21	RS. T36
1997	3.312	335	413	8,5 %	11 %	14 %
1998	1.769	639	172	8,5 %	11 %	14 %
1999	1.117	277	116	8,5 %	12 %	14 %
2000	719	108	223	9 %	12 %	19,5%
2001	456	253	257	19,5%	19,5%	19,5%

*Sumber : Tabel 1 dan 2 (Data diolah)*

Pada tabel 3 diatas terlihat bahwa jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar periode tahun 1997 hingga tahun 2001 mengalami penurunan. Untuk lebih jelasnya akan dianalisis sebagai berikut :

Tahun 1997 : KPR bersubsidi yang disiapkan pemerintah melalui PT. BTN dalam jumlah penuh (sesuai anggaran pemerintah), sehingga KPR (pihak pengembang termasuk Perum Perumnas) dapat berjalan lancar untuk meningkatkan jumlah penjualan rumah.

- Tahun 1998 : Akibat krisis moneter yang dimulai pada akhir 1997 menyebabkan dana subsidi KPR yang disiapkan oleh pemerintah melalui PT. BTN di batasi (diberikan dalam jumlah terbatas), sehingga pihak pengembang termasuk Perum Perumnas harus berupaya lebih keras guna mendapatkan KPR subsidi tersebut (dalam hal ini berebut peluang mendapatkan KPR yang disubsidi). Hal ini menyebabkan jumlah penjualan rumah menurun. Pada saat itu menjadikan para pengembang termasuk Perum Perumnas jalan di tempat (stagnan), serta masyarakat konsumen berfikir beberapa kali untuk membeli rumah melalui fasilitas KPR, dan bahkan banyak diantaranya khususnya bagi masyarakat berpenghasilan menengah kebawah mengurungkan niatnya untuk membeli rumah.
- Tahun 1999: Akibat Krismon tsb, pada tahun 1999 hanya memproduksi dalam jumlah terbatas karena kondisi perusahaan yang hampir kolaps (mengalami kerugian). Jadi persediaan yang akan dijual menjadi lebih rendah.
- Tahun 2000 : Akibat krisis moneter yang dimulai pada akhir 1997 menyebabkan dana subsidi KPR yang disiapkan oleh pemerintah melalui PT. BTN di batasi (diberikan dalam jumlah terbatas), sehingga pihak pengembang termasuk Perum Perumnas harus

berupaya lebih keras guna mendapatkan KPR subsidi tersebut (dalam hal ini berebut peluang mendapatkan KPR yang disubsidi). Hal ini menyebabkan jumlah penjualan rumah menurun serta khusus untuk type rumah RS. T36 tidak lagi disubsidi (berlaku suku bunga komersil).

Tahun 2001 : KPR bersubsidi untuk type RSS. 36 dan RS. T21 di stop oleh PT. BTN (selaku bank pemberi kredit). Tapi pada awal bulan November 2001 lalu, melalui kebijakan pemerintah untuk membuka kembali kran subsidi maka jumlah penjualan rumah agak meningkat walaupun untuk type RSS. 36 masih cenderung menurun, hal ini karena disebabkan oleh situasi dan kondisi serta waktu penjualan yang relatif singkat (hanya  $\pm$  2 bulan) dan kurang produktif menjelang akhir tahun 2001. Subsidi bunga pada bulan November 2001 adalah: type RSS. 36: 9 %,type RS. T21 : 12 % type dan type RS. T36 : 15%.

## **5.2 Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda**

Analisis regresi linier berganda dan koefisien korelasi berganda merupakan salah satu model analisis yang banyak digunakan dalam mengukur atau menjelaskan hubungan antara faktor independen (bebas) yang mempengaruhi faktor dependen (terikat).

Selanjutnya untuk kepentingan peralatan analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan sebelumnya, dalam artian untuk mengukur seberapa besar pengaruh tingkat suku bunga KPR bersubsidi terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

Dan penggunaan model analisis ini bertujuan untuk melihat hubungan fisik antara variable independen (bebas) yaitu variable X terhadap variable dependen (terikat) yaitu variable Y. Variabel bebas (independen) yang mempengaruhi jumlah penjualan rumah melalui KPR bersubsidi (Y) adalah; (1). Tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi untuk type RSS. 36 ( $X_1$ ); (2). Tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi untuk type RS. T21 ( $X_2$ ); (3). Tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi untuk type RS. T36 ( $X_3$ ) pada tabel 4 sebagai berikut :

**TABEL 4**  
**JUMLAH PENJUALAN DAN TINGKAT SUKU BUNGA MELALUI KPR BERSUBSIDI PADA PERUM PERUMNAS REGIONAL VII MAKASSAR PERIODE 1997 - 2001**

Tahun	Jumlah Penjualan Rumah (Y)	Suku Bunga Subsidi		
		RSS. 36 ( $X_1$ )	RS. T21 ( $X_2$ )	RS. T36 ( $X_3$ )
1997	4.060	8,5 %	11 %	14 %
1998	2.408	8,5 %	11 %	14 %
1999	1.510	8,5 %	12 %	14 %
2000	1.050	9 %	12 %	19,5%
2001	966	19,5%	19,5%	19,5%

Sumber : Tabel 3 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4 dan hasil komputasi data dengan menggunakan program SPSS (*Lampiran 2*), maka diperoleh hasil pada tabelo 5 sebagai berikut:

**TABEL 5**  
**HASIL PERHITUNGAN REGRESI BERGANDA DAN KOEFISIEN KORELASI BERGANDA**

No	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	R <sup>2</sup>
1	Tingkat Suku Bunga Type RSS. 36	915,088	
2	Tingkat Suku Bunga Type RS. T21	- 1258,323	0,96
3	Tingkat Suku Bunga Type RS. T36	- 238,387	
4	Konstanta	12.318,718	

*Sumber : Lampiran 2*

Selanjutnya dari table 5 diatas dapat diinterpolarisasikan kedalam formulasi sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Sehingga :

$$Y = 12.318,718 + 915,088X_1 - 1258,328X_2 - 238,387X_3$$

Dari persamaan tersebut diatas dapat berimplikasi bahwa tingkat suku bunga untuk KPR bersubsidi untuk type RSS. 36 ( $X_1$ ) berpengaruh positif

terhadap jumlah penjualan rumah, sedangkan untuk type RS. T21 dan RS. T36 sebaliknya.

Untuk tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi type RSS. 36 ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap jumlah penjualan rumah ( $Y$ ), dalam artian jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi meningkat sebesar 1 %, maka jumlah penjualan rumah melalui KPR bersubsidi meningkat sebanyak 12.328 unit, dan bila sebaliknya jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi menurun sebesar 1 %, maka jumlah penjualan rumah melalui KPR bersubsidi yang diharapkan sebanyak 12.310 unit.

Sedangkan tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi pada type RS. T21 ( $X_2$ ) berpengaruh negatif terhadap jumlah penjualan rumah ( $Y$ ), dalam artian jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi bertambah sebesar 1%, maka jumlah penjualan rumah yang diharapkan sebanyak 12.332 unit. Dan bila sebaliknya jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi berkurang sebesar 1 %, maka jumlah penjualan yang diharapkan sebanyak 12.306 unit.

Adapun tingkat suku bunga melalui KPR bersubsidi pada type RS. T36 ( $X_3$ ) berpengaruh negatif terhadap jumlah penjualan rumah ( $Y$ ), artinya jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi bertambah 1 %, maka jumlah penjualan rumah yang diharapkan sebanyak 12321 unit, dan bila sebaliknya jika peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi berkurang sebesar 1 % maka jumlah penjualan yang diharapkan sebanyak 12317 unit.

Berdasarkan data pada table 5 maka dapat dilihat bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 96,00 pengaruh factor-faktor independen (bebas) seperti; (1). Tingkat suku bunga KPR bersubsidi type RSS. 36 ( $X_1$ ); (2).Type RS. T21 ( $X_2$ ); dan (3). Type RS. T36 ( $X_3$ ) sangat mempengaruhi jumlah penjualan rumah melalui KPR bersubsidi, sedangkan sisanya sebesar 0,01 merupakan pengaruh faktor-faktor lain yang dalam hal ini berkurangnya daya beli masyarakat khususnya masyarakat golongan menengah kebawah akan perumahan disebabkan karena kurang terjangkaunya harga yang ditetapkan dan subsidi yang semakin berkurang sehingga penerimaan melalui penjualan KPR tersendat-sendat, kenaikan biaya operaional serta kenaikan biaya produksi.

Kesimpulan akhir dari pembahasan ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan sebelumnya terbukti, dalam artian bahwa tingkat suku bunga KPR bersubsidi berpengaruh signifikan terhadap jumlah penjualan.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis deskriptif pada pembahasan sebelumnya terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar, maka pada bab peutup ini penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut :

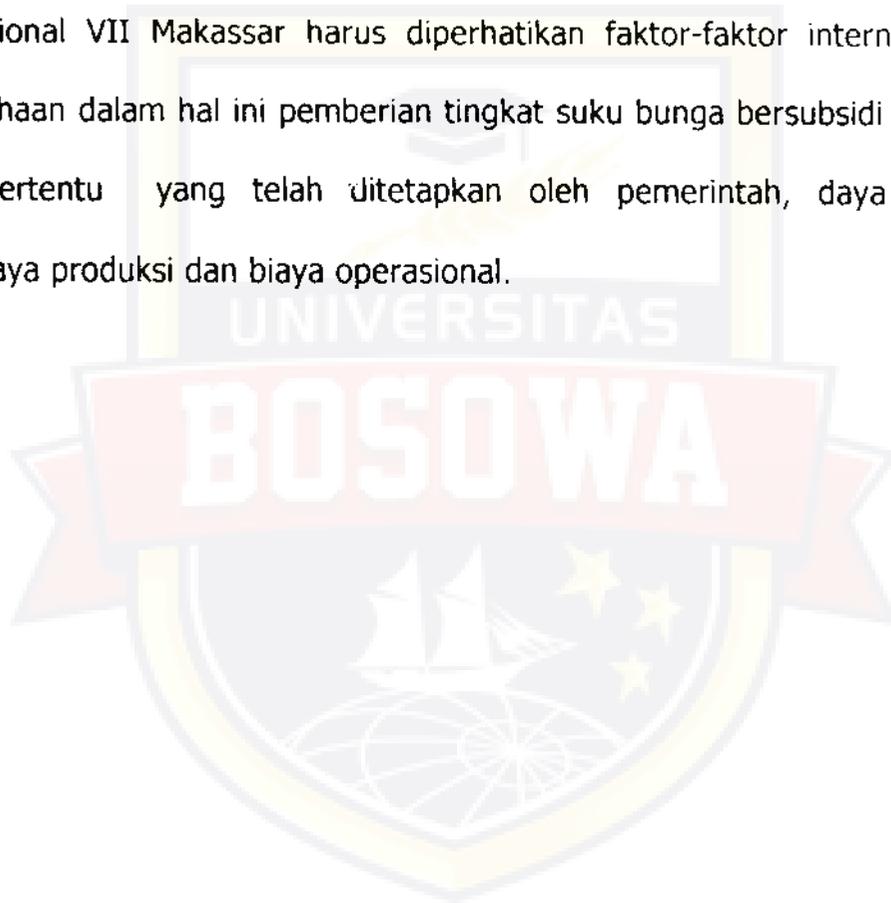
1. Berdasarkan analisis proses produksi dapat kita bagi menjadi 2 tahap yaitu; (1). Tahap pemilihan dan penentuan lokasi perumahan; (2). Tahap pembangunan dan fasilitasnya.
2. Dari segi analisis pemasaran rumah melalui KPR BTN yang bersubsidi sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor variable independen (bebas) dalam hal ini tingkat suku bunga serta factor intern dan ekstern perusahaan, yang mana faktor internnya adalah meningkatnya biaya operasional, biaya produksi serta adanya pengeluaran rutin dari Perum Perumnas Regional VII Makassar. Sedangkan faktor eksternnya antara lain peran pemerintah dalam hal pemberian subsidi yang semakin menurun walaupun untuk type RSS. 36 jumlah penjualannya meningkat.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dan koefisien korelasi berganda, menunjukkan bahwa penjualan rumah melalui KPR bersubsidi terpengaruh atau hubungan yang sangat signifikan (0,96)

terhadap jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar.

## **6.2 Saran-saran**

Dengan melihat hasil analisis tersebut diatas, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut :

Disarankan agar dalam meningkatkan jumlah penjualan rumah pada Perum Perumnas Regional VII Makassar harus diperhatikan faktor-faktor intern dan ekstern perusahaan dalam hal ini pemberian tingkat suku bunga bersubsidi pada type rumah tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah, daya beli masyarakat, biaya produksi dan biaya operasional.



## DAFTAR PUSTAKA

- Booz Alien & Hamilton, **Worldlow Kredit**, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), November, 1996.
- E. Pasaribu, SE, 1998. **Lima Tahun Taperrum**, Edisi I, Penerbit Property, Jakarta.
- Gary Armstrong, 1997. **Prinsip-prinsip Pemasaran**, terj. Imam Nurmawan, Edisi Ketiga, Jilid I, Cetakan Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hadiwijaya H dan Wiraswasta, Rival, **Analisis Kredit**, Pionir Jaya, Jakarta, 1989.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, **Dasar-dasar Pemasaran**, terj. Willhelmus W. Bakowatun, SE, MPd., Edisi keenam, Jilid I, CV Intermedia, Jakarta, 1994.
- Kotler, Philip, 1997, **Marketing Management**, Edisi Kesembilan, Prentice-Hall, Inc.
- Majalah Paras** (Majalah, BTN) No. 15 Tahun V, 1995.
- Majalah Paras** (Majalah, BTN) No. 21 Tahun VIII, 1998.
- Malhotra, Naresh K, 1993, **Marketing Research**, New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Nitisemito, SAlex, 1993, **Marketing**. Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Radiosunu, 1995, **Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis**. Edisi kedua, Cetakan Keempat, BPF, Yogyakarta.
- DR. Sugiyono, 2000, **Statistika Untuk Penelitian**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Husaini Usman, M.Pd dan R. Purnomo Setiady Akbar, S.Pd, M. Pd, **Pengantar Statistika**, Cetakan Pertama, Oktober 1995, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Tabloid **RUMAH 7 (Forum Komunikasi Keluarga Besar Perum Perumnas Regional VII)**, Edisi Ke VII, Januari, 2002, Makassar.



### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12318.718	4518.942		2.726	.224
	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	915.088	682.047	.3462	1.342	.408
	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21	-1258.323	958.533	-.3533	-1.313	.414
	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	-238.387	137.820	-.698	-1.730	.334

a. Dependent Variable: Jumlah Penjualan Rumah

### Correlations

#### Correlations

		Jumlah Penjualan Rumah	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36
Jumlah Penjualan Rumah	Pearson Correlation	1.000	-.472	.550	-.882*
	Sig. (2-tailed)		.422	.337	.048
	N	5	5	5	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	Pearson Correlation	-.472	1.000	.993**	.612
	Sig. (2-tailed)	.422		.001	.273
	N	5	5	5	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21	Pearson Correlation	-.550	.993**	1.000	.652
	Sig. (2-tailed)	.337	.001		.234
	N	5	5	5	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	Pearson Correlation	-.882*	.612	.652	1.000
	Sig. (2-tailed)	.048	.273	.234	
	N	5	5	5	5

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

# Regression

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Jumlah Penjualan Rumah	1998.800	1286.644	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	10.800	4.868	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21	13.100	3.612	5
Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36	15.600	3.765	5

## Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, <sup>a</sup> Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Jumlah Penjualan Rumah

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 <sup>a</sup>	.921	.683	724.092

- a. Predictors: (Constant), Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21

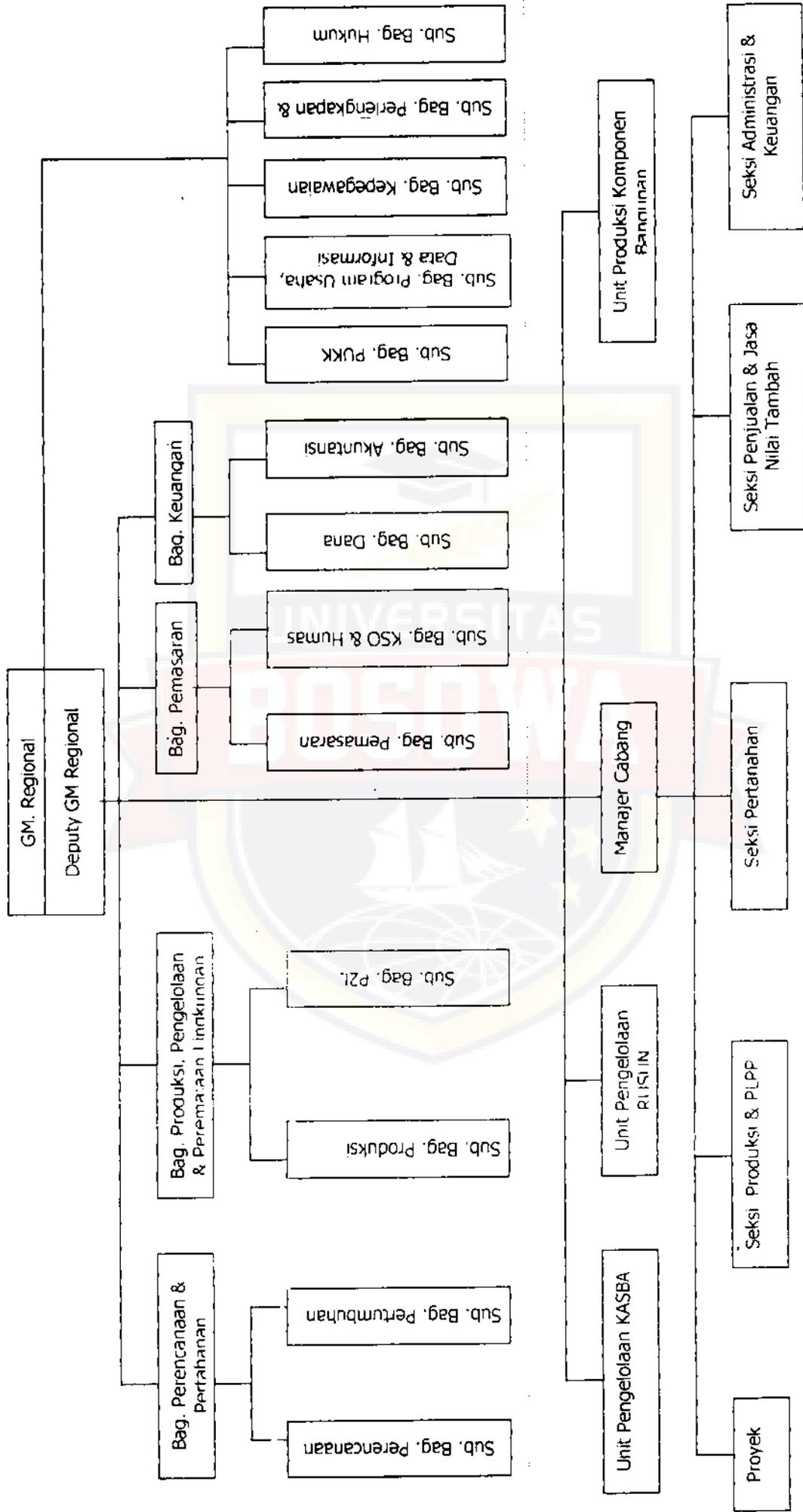
## ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6097504.118	3	2032501.373	3.877	.353 <sup>a</sup>
	Residual	524308.682	1	524308.682		
	Total	6621812.800	4			

- a. Predictors: (Constant), Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 36, Tingkat Suku Bunga Pada rumah Type 21
- b. Dependent Variable: Jumlah Penjualan Rumah

**Struktur Organisasi**

**Perum Perumnas Regional VII Makassar**



Sumber : Perum Perumnas Regional VII Makassar, Tahun 2002