

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan dari jumlah penduduk di Indonesia sangatlah besar, hal ini akan mempengaruhi perkembangan pembangunan disegala bidang, salah satunya adalah pada bidang properti.

Untuk bidang properti agar berkembang, maka perlu adanya badan jasa properti yang ikut serta didalam pertumbuhan dan perkembangan stabilitas ekonomi nasional. Ada beberapa profesi jasa properti seperti makelar (perantara), trader, dan broker properti.

Profesi jasa properti berkaitan dengan jual-beli-sewa properti, baik residensial maupun komersial yang berkaitan dengan pemilik properti. Hikmat krismon, bagi broker properti – “pemilik properti mengalami kesulitan untuk menjual, sehingga makin bertambah konsumen yang mengenal jasa broker properti.” Dengan bertambah banyaknya konsumen, maka bertambah pula jasa broker properti, hal ini membuat minat untuk menjadi broker properti bertambah jumlahnya.

Menjadi broker properti harus mempunyai jaringan yang luas, mempunyai kemampuan negosiasi, dan pelayanan profesional pada bidangnya sehingga terbentuk *member broker* yang membeli *franchise* dari *master franchise*. Pada transaksi properti, *member broker* mempunyai peran yang sangat penting di dalam hubungannya dengan *marketing associate*, pemilik properti, dan kepada konsumen. Untuk itu diperlukan sistem mitra yang baik pada kantor agen properti,

dalam hal ini *member broker* dan *marketing associate* memiliki hubungan kerja sama yang baik.

1.2. Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang muncul adalah:

1. Peran apa saja yang dilakukan *member broker* dalam transaksi properti.
2. Peran apa saja yang dilakukan *marketing associate* dalam transaksi properti.

1.3. Batasan Permasalahan

Melihat dari keterbatasan dan kemampuan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini. Batasan masalah itu berupa :

1. Penelitian dilakukan kepada *member broker* dan *marketing associate*
2. Penelitian dilakukan pada Daerah Istimewa Yogyakarta – Surakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peran yang dilakukan oleh *member broker* dan *marketing associate* dalam transaksi properti, serta untuk mengetahui manfaat yang dicapai dari *member broker* dan *marketing associate*.

1.5. Hasil yang diharapkan

Hasil yang diharapkan dengan penelitian ini adalah dengan mengidentifikasi peran *member broker* dan *marketing associate*, maka dapat dilihat hubungan yang mereka lakukan di dalam bertransaksi.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab pertama, yang merupakan pendahuluan, berisi latar belakang, permasalahan, batasan permasalahan, tujuan penelitian, hasil yang diharapkan, dan sistematika penulisan.

Tinjauan pustaka pada bab kedua, menjelaskan tentang landasan teori atau pernyataan yang telah ada sebelumnya, yang berkaitan dengan pembahasan masalah.

Metodologi penelitian pada bab ketiga, menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi persiapan penelitian, pengumpulan data, teknik analisa data, dan penyajian data penelitian.

Analisis data pada bab keempat, menjelaskan tentang analisis pengolahan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada *member broker* dan *marketing associate* di DIY – Surakarta.

Kesimpulan dan saran pada bab kelima, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.