

Survei Kepuasan Harga Kos di Desa Sebayan dan Tanjung Mekar Kabupaten Sambas

Istiawati¹, Nurva², Priya³

¹IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: istiawati257@gmail.com

²IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: nurvalova1@gmail.com

³IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, e-mail: priyaria635@gmail.com

Histori Naskah

Diserahkan:
26-06-2023

Direvisi:
30-01-2024

Diterima:
29-02-2024

Keywords

: Surveys, Satisfaction, boarding house price

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price on the satisfaction of boarding house residents. This research uses a quantitative research approach. The sampling technique used in this research is the accidental sampling technique. Based on data from 30 respondents, through a list of questions regarding boarding costs/month/room, facilities and respondent satisfaction. Classification is given to respondents as research objects. From the data it can be seen that the largest number of respondents is based on the price interval 250-299 with a percentage level of 23%, with a frequency level of 7 respondents. Finally the price interval is 450-499 thousand IDRs, with a frequency of 2 and a percentage of 7%. From the data above it can be concluded that 23% of respondents on average feel satisfied living in a boarding house with a price range of 250-299 thousand IDR per month and per room. Meanwhile, the lowest average value is at the price level of 460-499 thousand IDR with an average percentage of 7 respondents.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan penghuni kos. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *acciental sampling*. Berdasarkan data dari 30 responden, melalui daftar pertanyaan mengenai biaya kos/bulan/kamar, fasilitas dan kepuasan responden. Penggolongan diberikan kepada responden sebagai objek penelitian. Dari data dapat diketahui jumlah frekuensi terbesar responden berdasarkan interval harga 250-299 ribu rupiah dengan tingkat persentase yaitu 23% , dengan tingkat frekuensi 7 responden. Dan yang terakhir interval harga 450-499 ribu rupiah, dengan frekuensi 2 serta persentase 7%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa 23% rata-rata responden merasa puas menghuni rumah kos dengan kisaran harga 250-299 ribu rupiah per bulan dan per kamar. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada tingkat harga 460-499 ribu rupiah dengan persentase rata-rata sebanyak 7 responden.

Kata Kunci

: Survei, Kepuasan, harga kos

Corresponding Author

: Priya, IAI Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Jl. Raya Sejangkung Kawasan Pendidikan No. 126, Kecamatan Sambas, Kabupaten Sambas, Provinsi Kalimantan Barat, e-mail: priyaria635@gmail.com

PENDAHULUAN

Kos merupakan kamar yang disewa selama periode waktu tertentu sesuai dengan perjanjian dan harga yang disepakati (Hendrawan, 2015). Sewa kamar dapat dilakukan selama periode waktu satu bulan hingga satu tahun. Kos adalah suatu tempat tinggal yang ditinggali sementara dengan sistem sewa. Kebutuhan akan kos pada umumnya sangat diperlukan oleh karyawan terutama mahasiswa dan anak sekolah terlebih lagi kos yang terletak sangat strategis atau memiliki jarak yang dekat dengan perkantoran dan lembaga pendidikan seperti sekolah dan universitas. Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk melakukan pembelian, mereka juga mempertimbangkan lokasi dan harga yang akan mereka pilih. Faktor harga juga harus dipertimbangkan. Harga merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi bisnis sehingga memiliki keunggulan kompetitif. Harga juga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan barang atau jasa yang mereka inginkan.

Sekarang ini, untuk dapat memenangkan persaingan dalam bisnis (Khalid, 2021). Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting yang harus di prioritaskan oleh pengusaha demi kelangsungan usahanya. Menurut Kotler and Kelle, 2007 berpendapat kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara persepsinya terhadap apa yang diterimanya sebelum menggunakan dan setelah menggunakan, apabila harapannya terlampaui berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang baik, hal ini juga dapat menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi bagi konsumen (Dewi et al., 2014).

Kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang utama, pengusaha harus dapat memberikan harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan pelayanan baik. Tak jarang juga mereka yang sering menyewa kost akan membandingkan satu tempat kost dengan yang lainnya. Pemilik rumah kost harus mengetahui bagaimana bisnis mereka akan terus diminati oleh pencari rumah kost, seperti dengan menambah berbagai fasilitas yang sudah ada di rumah kost mereka Seperti halnya, di Desa Sebayan dan Tanjung Mekar terdapat banyak sekali pilihan dan referensi yang berbeda dalam hal memilih tempat tinggal. Selain itu, harga sewa dan kualitas pelayanan kos juga menjadi pertimbangan kepuasan penyewa akan sewa kos tersebut. Guna mengetahui tentang seberapa besar harga sewa kos mempengaruhi kepuasan konsumen yang sewa, untuk itu peneliti melakukan survei kepada 30 orang penghuni kos yang berada di Desa Sebayan dan Tanjung Mekar Kecamatan Sambas, dengan melakukan wawancara langsung kepada penghuni kos tentang kepuasan mereka menyewa kos dengan harga dan fasilitas yang diberikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada penghuni rumah kos yang berlokasi di Desa Sebayan dan Desa Tanjung Mekar, Kecamatan Sambas. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif (Donatus, 2016). Penelitian kuantitatif ialah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan data berupa angka untuk dianalisis guna mendapatkan informasi (Djollong, 2014). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer, yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang dibuat oleh peneliti, dan disebar penghuni rumah kos yang menjadi sampel penelitian (Maureen Nelloh & Purwanto Liem, 2012). Populasi untuk keseluruhan penghuni rumah kos yang ada di Desa Sebayan dan Tanjung Mekar tidak ketahu.

Untuk itu peneliti mengambil 30 responden sebagai sampel dalam penelitian yaitu penghuni rumah kos yang ada di Desa Sebayan dan Desa Tanjung Mekar. Menurut Sugiyono, pengambilan tiga puluh responden yang digunakan sebagai sampel untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya dalam penelitian. Dengan menggunakan sampel ini, peneliti dapat memperoleh hasil penelitian yang dianggap cukup representatif tanpa menghabiskan sumber

daya yang signifikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* yang mana pengambilan sampel didasarkan pada responden yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti. Dalam penelitian ini juga peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif yaitu analisis berdasarkan distribusi frekuensi dan interval.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa (Larosa, n.d.) Harga juga merupakan salah satu faktor penentu yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Harga juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan dalam pemasaran (Pradana et al., 2018). Sedangkan kepuasan konsumen merupakan suatu yang diharapkan dan akhirnya menjadi kepuasan pelanggan, (Susilowati, 2020) untuk mencapai kepuasan konsumen maka suatu usaha perlu memberikan pelayanan prima kepada semua konsumen atau pelanggannya baik kepada pelanggan internal maupun eksternal.

Analisis dari observasi akan disajikan dengan analisis statistik deskriptif. Pada statistik deskriptif ini, akan dipaparkan cara penyajian data, dengan tabel distribusi frekuensi dan grafik dari data yang diperoleh (Caritas et al., 2017) dan pembahasan digunakan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan penghuni rumah kos yang ada di Desa Sebayan dan Desa Tanjung Mekar. Melalui daftar pertanyaan mengenai biaya kos/bulan/kamar, fasilitas dan kepuasan responden yang diberikan kepada responden sebagai objek penelitian. Berikut merupakan data yang diperoleh, yaitu:

A. Analisis Rata-Rata Responden Berdasarkan Frekuensi dan Interval

Untuk mengetahui jumlah frekuensi dan rata-rata data dari responden yang menghuni rumah kos di Desa Sebayan dan Tanjung Mekar dapat dilihat dari Tabel 1 dibawah:

Tabel 1. Analisis Rata-rata Responden Berdasarkan Frekuensi dan Interval

<i>Interval Harga</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase Rata-rata</i>
200-249	6	20%
250-299	7	23%
300-349	4	13%
350-399	5	17%
400-449	6	20%
450-499	2	7%
Total	30	100%

Dari tabel 1, di atas dapat dilihat bahwa jumlah frekuensi terbesar responden berdasarkan interval harga terletak di harga 250-299 dengan tingkat persentase yaitu 23% , dengan frekuensi 7 responden. Kemudian terbesar kedua adalah interval harga 200-249 dan 400-449 dengan tingkat persentase 20% dengan frekuensi 6 responden. Sedangkan yang terbesar ketiga ialah interval harga 350-399, dengan tingkat frekuensi 5, dan persentase 17%. Selanjutnya yang keempat interval harga 300-349, dengan tingkat frekuensi 4, serta persentase 13%. Dan yang terakhir interval harga 450-499, dengan frekuensi 2 serta persentase 7%. Perhitungan rata-rata ini termasuk pada nilai kepentingan dan kepuasan, dari nilai inilah akan dapat diketahui faktor mana yang paling perlu dilakukan perbaikan supaya kepuasan pelanggan menjadi meningkat (Hendrawan, 2015).

Dari Tabel data di atas dapat disimpulkan bahwa sebanyak 23% rata-rata responden menghuni rumah kos dengan kisaran harga 250-299 per bulan dan per kamar. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada tingkat harga 460-499 dengan persentase rata-rata sebanyak 7%. Hal ini dapat disebabkan responden lebih merasa puas dengan harga sewa yang relatif murah meskipun fasilitas yang diberikan tidak begitu banyak dari pada harga sewa yang tinggi tetapi fasilitas yang diberikan hampir menyerupai dengan harga sewa yang relatif murah.

B. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<i>Jenis kelamin</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase</i>
<i>Laki-laki</i>	5	17%
<i>Perempuan</i>	25	83%
<i>Total</i>	30	100%

Berdasarkan Tabel 2, di atas dapat disimpulkan bahwa dari penelitian di atas terhadap 30 responden menunjukkan bahwa penggolongan jenis berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak ialah perempuan yaitu 83% dari total responden. Hal ini disebabkan jarak tempat tinggal yang cukup jauh hingga biaya transportasi yang cukup tinggi yang menyebabkan responden memilih untuk menyewa rumah kos serta faktor lain seperti keamanan jika responden memilih untuk pulang pergi setiap harinya. Sedangkan laki-laki hanya 17% dari total responden hal ini disebabkan responden laki-laki tidak terbiasa untuk melakukan aktivitas yang umumnya dilakukan ketika sudah menyewa rumah kos.

C. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kos

Menurut Lamb pemilihan lokasi yang baik, merupakan hal yang sangat penting. Dikarenakan lokasi mempunyai dampak jangka panjang (Puspa et al., n.d.). Dalam bagian ini responden dibagi berdasarkan domisili rumah kos yang responden tempati. Dibawah ini merupakan pembagiannya frekuensinya, dapat dilihat pada Tabel 3, berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kos

<i>Domisili Kos</i>	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase</i>
<i>Daerah Desa Sebayon</i>	17	57%
<i>Daerah Tanjung Mekar</i>	13	43%
<i>Total</i>	30	

Tabel 3, menunjukkan frekuensi distribusi penyebaran kuesioner berdasarkan domisili responden didominasi oleh responden yang domisili di daerah Desa Sebayon sebanyak 17 responden dengan persentase 57%. Hal ini dikarenakan Daerah Desa Sebayon memiliki akses yang dekat dengan lingkungan sekolah, kantor, dan universitas, sehingga responden memutuskan memilih rumah kos yang berada dekat dengan lingkungan tersebut. Sementara untuk domisili responden yang menghuni rumah kos di Desa Tanjung Mekar hanya sebanyak 43%, hal ini disebabkan wilayah rumah kos yang ada di Desa Tanjung Mekar cukup jauh dari lingkungan kantor dan universitas. Hal inilah yang menyebabkan responden lebih memilih rumah kos yang berdomisili di Desa Sebayon.

D. Analisis Kepuasan Responden

Nugroho menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan loyalitas pelanggan (Napitupulu, 2019). Kepuasan pelanggan juga hal yang perlu diperhatikan untuk keberlangsungan usaha. Dari tabel 4 dibawah ini dapat dilihat tingkat kepuasan responden terhadap rumah kos yang ditempati, berikut:

Tabel 4. Analisis Kepuasan Responden

Dimensi Kunci	Fasilitas	Harga	Total	Persentase
Puas	23	25	48	80%
Tidak Puas	7	5	12	20%
Jumlah	30	30	60	

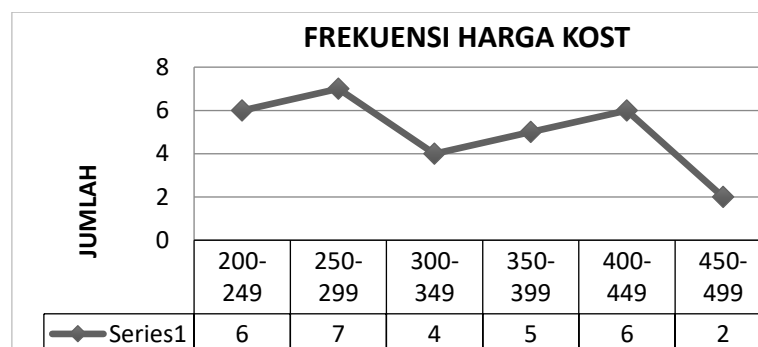
Tabel 4, diatas menunjukkan, dari data yang diperoleh terdapat kecenderungan kepuasan responden baik terhadap dimensi fasilitas dan juga harga yang diberikan yaitu sebesar 80%. Ketidakpuasan responden seperti dalam tabel 4, diatas sebesar 20%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari segi harga penghuni rumah kos di wilayah Desa Sebayan dan Desa Tanjung Mekar cenderung puas dengan rumah kos yang

mereka tempati. Hal ini dikarenakan responden lebih memilih harga yang terjangkau dan wilayah yang dekat dengan akses perkantoran dan pendidikan dibandingkan harga yang cukup tinggi sedangkan jauh dari akses perkantoran dan pendidikan. Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan responden ialah beban sewa yang harus dibayar setiap bulannya.

E. Analisis Frekuensi Dalam Diagram Garis

Diagram dibawah menunjukkan bahwa frekuensi harga kos di wilayah Desa Sebayan untuk mengetahui harga kos yang berada pada kisaran tertentu, dan membantu dalam pengambilan keputusan. Dibawah ini merupakan pemaparan frekuensi harga kos responden, yaitu:

Diagram Frekuensi Harga



Dari diagram di atas terlihat bahwa rata-rata responden menghuni kos dengan kisaran harga 250-299, dengan periode waktu satu bulan. Diagram di atas juga menunjukkan frekuensi yang paling besar berada pada 7 responden. Sedangkan frekuensi terendah berada pada kisaran harga 450-499 dengan frekuensi responden sebanyak 2 orang. Diagram di atas juga menunjukkan rata-rata responden menghuni rumah kos dengan kisaran harga 250-299, disebabkan faktor harga sewa yang cukup terjangkau, untuk beban sewa yang harus dibayar setiap bulannya oleh responden.

Pembahasan

Harga suatu produk dapat rendah atau tinggi tergantung pada karakteristiknya, dan manfaat zat sangat beragam. Harga juga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang diperlukan untuk membeli barang atau jasa, atau nilai yang diperdagangkan pelanggan untuk mendapatkan atau menggunakan barang atau jasa. Kotler dan Armstrong mendefinisikan empat cara untuk menentukan harga dari sudut pandang pelanggan. Mereka adalah: "keterjangkauan harga", "kesesuaian harga berdasarkan kualitas produk", "kesesuaian harga dengan manfaat", dan "harga sesuai kemampuan atau daya saing harga".

Menurut data yang dikumpulkan, kepuasan responden terhadap aspek fasilitas dan harga yang diberikan sebesar 80%, sementara ketidakpuasan responden sebesar 20%, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4 di atas. Dengan demikian, penghuni rumah kos di wilayah Desa Sebayan dan Desa Tanjung Mekar cenderung puas dengan rumah yang mereka tempati. Ini disebabkan oleh fakta bahwa responden lebih memilih harga yang terjangkau dan lokasi yang dekat dengan akses perkantoran dan pendidikan daripada harga yang cukup tinggi dan lokasi yang jauh dari akses tersebut. Sewa bulanan yang harus dibayar adalah faktor tambahan yang memengaruhi keputusan responden.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta analisis yang dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Dari hasil penelitian di atas menunjukkan sebagian besar atau 80% penghuni kos merasa puas dengan harga sewa kos yang diberikan dengan periode waktu selama satu bulan/kamar. Hal ini dikarenakan responden lebih memilih harga sewa kos yang relatif lebih murah dan dekat dengan lingkungan pendidikan dan juga perkantoran dari pada harga sewa yang tinggi dengan lokasi yang jauh dari lingkungan pendidikan dan juga perkantoran.
2. Dari hasil penelitian juga diperoleh rata-rata terbesar yaitu 23% dari 7 frekuensi atau responden, sedangkan nilai rata-rata terendah yaitu 7% dari 2 frekuensi atau responden yang merasa puas selama menyewa kos.

DAFTAR PUSTAKA

- Caritas, A. I. A., Wisnumurti, W., & Suharyanto, A. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Hunian Perumahan Bersubsidi di Kota Malang. *Rekayasa Sipil*, 11(1), 41–48.
- Dewi, N. K., Dimyati, M., Halim, A., & Kalimantan, J. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Switching Intention Pengguna Jasa Rumah Kost di Wilayah Kecamatan Sumbersari Jember*.
- Djollong, A. F. (2014). *Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif*.
- Donatus, S. K. (2016). *Titik Kesamaan dan Perbedaan*. 16(2).
- Hendrawan, D. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Rumah Kost Dempo Di Kota Pontianak. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 10(2), 395.
- Larosa, S. R. (n.d.). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)*.
- Maureen Nelloh, L. A., & Purwanto Liem, C. C. (2012). Analisis Switching Intention Pengguna Jasa Layanan Rumah Kos Di Siwalankerto: Perspektif Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 22–31.
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada pt. Ramayana lestari sentosa. *K i n e r j a*.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16.
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten)*.
- Susilowati, L. (2020). Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Rumah Kos Di Desa Plosokandang Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Penghuninya. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2)
- Tengku Mahesa Khalid. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Penghuni Rumah Kos 33 Jati Padang Pasar Minggu Jakarta Selatan). *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 18–32

LAMPIRAN HASIL PENELITIAN

Lampiran 1. Data Responden

nama	harga kos	alamat
tina	Rp 350	kost orange, gg. Paud, desa sebayan
dina	Rp 250	kost kak dini, gg. Paud, desa sebayan
erni	Rp 300	kost bumdes, desa sebayan
wennie	Rp 200	kost putri lala, jln. Sejangkung, dusun sebang, desa sebayan
valenty	Rp 280	kost putri fatihah, gg. Pelita, sebang, desa sebayan
asmania	Rp 200	kost mawar, jln. Keranji, desa sebayan
anes	Rp 330	kost afa, sebang, desa sebayan
kiranti	Rp 450	kost halifa, jln. Keranji, desa sebayan
wahyu	Rp 275	kost agnia, sebang, desa sebayan
nurharani	Rp 300	kost amanah, gg. Permai, sebang, desa sebayan
shahrukhan	Rp 250	jln. Tanjung rengas, desa tanjung mekar
siti rahmah	Rp 200	kost maulidi, gg. perdana, tanjung mekar
sevin	Rp 350	kost rt 2, dusun tanjung rengas, tanjung mekar
wulandari	Rp 250	kost gibrani, dusun keranji, desa tanjung mekar
ridwan	Rp 200	kost anggun, dusun keranji, desa tanjung mekar
almiati	Rp 320	gg. Tan abu bakar, desa tanjung mekar
masnita	Rp 200	kost raisa, tanjung rengas, desa tanjung mekar
novianti	Rp 350	kost paksu amun, ranjung rengas, desa tanjung mekar
tresia nur anggrena	Rp 400	dusun keranji, desa tanjung mekar
natasya febriyanti	Rp 400	kost srikandi, desa sebayan
yesi	Rp 250	kost putri nabila, dusun keranji, tanjung mekar
sofia	Rp 350	kost indah, sebang, sebayan
amal	Rp 350	kost putra, sebayan
marisa	Rp 400	kost nuraini, senyawan, sebayan
asih	Rp 450	kost yaya, gg. Hidayah, sebang
purwanti	Rp 275	kost tawakal, sebayan
rani	Rp 400	kost zahra, sebayan
iin safrianti	Rp 400	kost reycha, sebayan
rapita	Rp 400	kost tulip, mentawa, gg dare nandung, tanjung mekar
muslimin	Rp 200	kost hijau, tanjung mekar

Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian

