

DESAIN RUMAH SEBAGAI PRODUK USAHA

TESIS

Disusun oleh :

PURNAMA SALURA

Nrp : 8495018

NIRM : 41067012950402



65071 sb / sp.
260298

745 4
SAL
d

**MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

1997

DESAIN RUMAH SEBAGAI PRODUK USAHA

Nama : PURNAMA SALURA

Nrp : 8495018

NIRM : 41067012950402

Menyetujui,
7 April 1977

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herman Wilianto', with a long horizontal line extending to the right.

HERMAN WILIANTO, ST., MT., Ph. D.

Pembimbing

A B S T R A K

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang semakin meningkat, selain memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan penduduk, juga mengakibatkan peningkatan kebutuhan akan perumahan. Produk perumahan (*residential-estate*) yang bermunculan dikota-kota besar, merupakan antisipasi dari kebutuhan akan perumahan diatas. Perkembangan yang diakibatkan oleh adanya tarik-menarik antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) ini, secara tidak disadari menciptakan suatu bentuk lingkungan perumahan yang mempunyai karakter fisik beraneka ragam. Seperti diketahui rumah disamping sebagai suatu kebutuhan dasar, juga merupakan sebuah hasil karya arsitektur, yang dalam tatanan lebih luas, merupakan sebuah lingkungan kota.

Pentingnya keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha dan keberhasilan perumahan sebagai hasil karya arsitektur yang berperan sebagai pembentuk lingkungan kota yang baik dan tertib, digali melalui studi ini dengan hipotesa : Bahwa produk perumahan yang menitik beratkan nilai desain arsitektur (sesuai dengan kaidah desain arsitektur dan kota) akan cenderung menciptakan keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian lapangan yang mengambil kasus pada daerah perumahan Griya-Mas dan Kumala-Garden di Sukawarna Bandung Barat. Pengolahan data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh dari responden penghuni, responden pengembang dan responden arsitek, kemudian dikuantifikasikan, kemudian diperbandingkan. Dimana dari hasil interpretasi data ternyata didapat bahwa hipotesa yang diajukan didukung.

Karena keterbatasan sampel yang distudi serta penekanan yang dilakukan pada lingkup pokok bahasan, kesimpulan yang ditarik dalam studi ini masih bersifat kondisional. Walaupun demikian lewat studi ini dapat diidentifikasi bahwa perumahan sebagai sebuah produk usaha, harus diperlakukan berbeda dengan *consumer-goods*, dimana peran aktif calon pengguna merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan, agar tercipta keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha.

Terakhir diajukan beberapa masukan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi secara umum dalam disiplin ilmu arsitektur, khususnya pada desain perumahan. Diantaranya adalah pentingnya kesiapan penentu kebijakan dengan aturan tiga dimensi (*urban guide lines*), dan juga perlunya diberlakukan dengan segera kualifikasi tertentu (*licences and registration*) untuk para arsitek dan pengembang.

A B S T R A C T

The growth of economics in Indonesia contributes to an increase in income for the citizens, and also raises the need for housing. Residential-estate which is growing so fast in big cities like Jakarta, Surabaya, and Bandung, is more like an anticipation of the housing needs. The strong tension between demand-side and supply-side of the housing needs, creating a variety of built environment forms. As we all know that a house is a basic need for every human being, and also a product of architectural design, which in the broader context is a part of the city pattern.

The importance of housing's success as a product of business and also as an architectural design product which has to create a well-built environment, was investigated by this study through the hypothesis :

"Those housing products which emphasize The rules of architectural design tend to create successful business products of housing".

This study was a field-research study in the Griya-Mas residential estate and Kumala-Garden residential estate, which are located in the west of Bandung. The qualitative and quantitative data from the resident, the developer, and the Architect, were processed by quantifying and comparing. The interpretation of the results of the data supported the hypothesis.

Due to the limited study sample and also the limited scope of the focused area, the conclusion of the study depends on the condition of the sample. This study identified that a house as a business product must be treated differently not like common consumer-goods. The participation of users was an important factor to be considered.

Lastly, this study proposed an immediate action or rules which we hope could create a well-built environment (especially for the architectural field), for instance the need for urban guide-lines and the need for strict licensing of the architects or developers.

P R A K A T A

Segala puji bagi Allah swt. yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan untuk menyelesaikan penyusunan tesis ini. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Magister Teknik Arsitektur, Universitas Katolik Parahyangan.

Disadari sepenuhnya, isi pembahasan tidak terlepas dari berbagai kekurangan dan keterbatasan, namun diharapkan sedikit banyak akan dapat bermanfaat terhadap pembacanya dan lebih luas lagi diharapkan dapat ikut memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis banyak mendapat bantuan dari pembimbing :

- Bapak HERMAN WILIANTO, ST., MT., Ph.D.,
juga dari para penguji :
- Bapak Prof. Dr. JOHN S NIMPOENO, Dipl. Psych.
- Bapak Dr. Mauro P. Rahardjo, ST., MT., M. ARCH.
- Bapak JOHANNES WIDODO, ST., MAE., Ph.D.

Tak lupa seluruh staf tenaga pengajar dan pelaksana yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk menunjang pelaksanaan program ini.

Untuk mereka semua penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Allah swt. membalas kebajikan itu dengan imbalan rahmat dan kasih sayang-Nya.

D A F T A R G A M B A R

GAMBAR 1	Daerah Sukawarna Dalam Kota Bandung	69
GAMBAR 2	Daerah Sukawarna Dan Lingkungannya	70
GAMBAR 3	Daerah Sukawarna Dan Lapangan Terbang Andir (1915)	71
GAMBAR 4	Awal Pertumbuhan Daerah Sukawarna Di Utara Lapangan Terbang Andir (1960)	73
GAMBAR 5	Tipe Rumah Dinas A U R I (Dempet) Di Daerah Sukawarna (1960)	75
GAMBAR 6	Master Plan Bandung Raya (1960)	78
GAMBAR 7	Transformasi Di Lingkungan Sukawarna (1980)	80
GAMBAR 8	Transformasi Di Lingkungan Sukawarna (1990)	82
GAMBAR 9	Awal Pertumbuhan (Rumah A U R I) Pada Daerah Sukawarna (1960)	83
GAMBAR 10	Transformasi (Kompleks Unpar) Pada Daerah Sukawarna (1980)	84
GAMBAR 11	Transformasi (Kompleks Griya Mas) Pada Daerah Sukawarna (1990)	85
GAMBAR 12	Transformasi (Kompleks Kumala Garden) Pada Daerah Sukawarna (1994)	86
GAMBAR 13	Transformasi , Pecahan Pola Yang Ada Pada Daerah Sukawarna (1996)	87

D A F T A R I S I

ABSTRAK	i
PRAKATA	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR ISI	iv

BAB SATU : PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang	
1. Perumahan masal	1
2. Persaingan dalam penyediaan perumahan	2
3. perumahan dan lingkungan binaan	3
1.2 Lingkup dan identifikasi permasalahan	4
1. Fenomena yang ada	4
2. Dampak ketidak berhasilan perumahan	6
3. Permasalahan penelitian	7
1.3 Tujuan dan kegunaan studi	10
1. Tujuan studi	10
2. Kegunaan studi	11
1.4 Pendekatan	11
1. Kerangka pemikiran	13
2. Hipotesa	14
3. Tipe penelitian	15
4. Informasi yang dibutuhkan	18
5. Populasi studi dan sampel	20
6. Cara pengumpulan data	21
7. Analisis data	23
1.5 Sistematika penulisan	24

BAB DUA : TINJAUAN LITERATUR

2.1 Pengertian akan rumah	26
2.2 Hubungan rumah dan penggunaanya	30
2.3 Perumahan sebagai produk usaha	40
2.4 Keberhasilan perumahan sebagai produk usaha	43
1. Pengertian pemasaran	44
2. Ruang lingkup pemasaran	45
3. Pemasaran perumahan	47
2.5 Desain arsitektur	57
1. Telaah desain arsitektur	58

2. Aspek-aspek dalam variabel desain	64
--------------------------------------	----

BAB TIGA : OBYEK PENELITIAN

3.1 Daerah Sukawarna dan lapangan terbang Andir	67
1. Fasilitas hunian pada daerah studi saat itu	68
2. Perumahan pada daerah Sukawarna	72
3.2 Daerah Sukawarna dan jalan tol	74
1. Industri pesawat terbang Nurtanio	74
2. Masterplan Bandung Raya	77
3. Pintu masuk jalan Pasteur	79
3.3 Transformasi pada areal studi	81

BAB EMPAT : ANALISIS

4.1 Kuesioner untuk responden penghuni	90
1. Isi pertanyaan	90
2. Prosedur	93
3. Penilaian dan hasil jawaban	94
4. Hasil jawaban responden penghuni Griya-Mas	96
5. Ringkasan hasil jawaban	124
6. Hasil jawaban responden penghuni Kumala-Garden	127
7. ringkasan hasil jawaban	155
4.2 Responden pengembang	158
1. Perumahan Griya-Mas	158
2. Perumahan Kumala-Garden	161
4.3 Kuesioner untuk responden arsitek	164
1. Isi pertanyaan	164
2. Prosedur	165
3. Penilaian dan hasil jawaban	165
4. Hasil jawaban responden arsitek (Griya-Mas)	166
5. Ringkasan hasil jawaban	174
6. Hasil Jawaban responden arsitek (Kumala-Garden)	175
7. Ringkasan hasil jawaban	183

BAB LIMA : KESIMPULAN

5.1 Pengujian terhadap penghuni	186
1. Pengujian	186
2. Hasil pengujian	187
3. Kesimpulan pengujian terhadap penghuni	188

5.2	Pengujian terhadap pengembang	189
1.	Pengujian	189
2.	Hasil pengujian	189
3.	Kesimpulan terhadap cara pengembang	191
5.3	Pengujian terhadap pendapat arsitek	192
1.	Pengujian	192
2.	Hasil pengujian	192
3.	Kesimpulan	193

BAB ENAM : PENUTUP

6.1	Masukan dan harapan	195
1.	Masukan bagi penentu kebijakan	195
2.	Masukan bagi perencana dan pengembang	196

DAFTAR BUKU ACUAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Bab SATU :
P E N D A H U L U A N

Bagian ini menguraikan latar belakang studi yang dilakukan. Penguraian terbagi atas lima bagian, yaitu : Latar Belakang; Lingkup Dan Identifikasi Permasalahan; Tujuan Dan Kegunaan Studi; Serta Sistematika Pembahasan.

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Perumahan Masal

Permintaan akan barang dan jasa, pada mulanya lebih bersifat khusus atau dengan pola "*job-order*". Karena pesanan khusus, jumlah produk dengan pola ini relatif sedikit dan membutuhkan waktu produksi yang relatif lama. Ketika permintaan akan barang dan jasa semakin bertambah, sedangkan pola "*job-order*" tidak memungkinkan memenuhi permintaan dalam waktu yang cepat, maka faktor efisiensi mulai dipikirkan agar dapat memenuhi permintaan diatas.

Terjadilah era industrialisasi (*mass-production*) dimana produk lebih standar, harga relatif lebih murah, waktu produksi lebih singkat dan produk barang tersedia dalam jumlah yang lebih banyak. (*ready stock*)⁽¹⁾. Berubahnya perkembangan diatas tidak saja terjadi pada "*consumer-goods*", tetapi juga pada bidang arsitektur, khususnya pada produk perumahan terjadi juga perubahan semacam ini.

Pembangunan perumahan dikota Bandung dan di kota-kota besar lainnya di Indonesia, tumbuh dengan pesat. Berdasarkan data B. P. S. yang telah direvisi dengan memakai patokan tahun 1993, laju pertumbuhan perekonomian Indonesia rata-rata sebesar 7,1 %.

(1) NOORI, Hamid (1990:6) Managing The Dynamics Of New Technology.

Sedangkan pertumbuhan penduduk adalah rata-rata sebesar 1,97%. Sejalan dengan meningkatnya laju pertumbuhan penduduk, meningkat pula kebutuhan sarana untuk tempat tinggal. Sebagai gambaran, untuk mengantisipasi jumlah pertambahan penduduk saja yang kurang-lebih 2,5 sampai 3 juta pertahun, pemerintah harus menyediakan kurang-lebih 500.000 rumah. ⁽²⁾

Kebutuhan rumah dalam jumlah besar bagi golongan masyarakat dengan kemampuan beli rendah, awalnya diantisipasi oleh pemerintah dengan membuat program pengadaan rumah inti. Mengingat keterbatasan sumber-daya yang dimiliki pemerintah, akhir-akhir ini pemerintah membuka peluang mengikut-sertakan partisipasi swasta untuk membuat rumah sederhana dan rumah sangat sederhana. Tetapi pemerintah tetap memegang kendali dalam penentuan harga jualnya.

Sedangkan kebutuhan rumah bagi golongan dengan kemampuan beli yang cukup atau tinggi, pengadaan dan pengelolaan perumahan, diserahkan sepenuhnya kepada masyarakat (*private sector*). Dengan kata lain penyediaan perumahan untuk golongan ini diserahkan kepada mekanisme pasar yang berdasarkan hukum penyediaan dan permintaan (*supply & demand*).

1.1.2. Persaingan Dalam Penyediaan Rumah

Besarnya peluang yang tercipta, serta melihat keberhasilan beberapa pengembang (*developer*) pionir menjual produk perumahan, mengakibatkan daya tarik jenis usaha ini (*business-attractiveness*) semakin tinggi.

(2) KANTOR MENTRI NEGARA PERUMAHAN RAKYAT, (1995), Setengah Abad Perumahan Rakyat

Pertumbuhan usaha perumahan yang rata-rata sebesar 20%, merupakan suatu angka yang tinggi apabila dibandingkan dengan angka pertumbuhan rata-rata industri sebesar 12 %, atau bandingkan dengan pertumbuhan PDB yang sebesar 15 %. ⁽³⁾ Wajar jika bermunculan pengembang-pengembang baru kedalam jenis usaha ini.

Pertumbuhan jumlah pengembang yang sangat pesat disatu sisi menciptakan alternatif pilihan bagi masyarakat untuk memilih rumah sesuai dengan kebutuhannya. Pada sisi lain, pertumbuhan pengembang yang pesat, mengakibatkan persaingan antar pengembang untuk menjual produk rumah, menjadi sangat ketat. ⁽⁴⁾ Persaingan ini khususnya terjadi pada penyediaan perumahan untuk masyarakat dengan daya beli menengah dan atas.

1.1.3. Perumahan Dan Lingkungan Binaan

Tidak dapat dihindari lagi bahwa semakin banyaknya "pemain" dalam satu bidang usaha, semakin tinggi pula tingkat persaingan dalam bidang usaha tersebut. Pada kondisi dimana sisi permintaan seimbang dengan sisi penawaran, tingkat persaingan ini justru dapat memacu pengembang untuk lebih meningkatkan mutu produk. Dalam kondisi dimana salah satu sisi diatas lebih tinggi dari lainnya, sisi yang lebih tinggi akan cenderung memegang kendali.

Berbeda dengan produk *consumer-good*, seperti misalnya produk furniture, pada produk perumahan, tercipta keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan antara bangunan dan tapak.

(3) SYAHRIR, (1996) , Majalah Swa, Edisi Januari.

(4) DATA R E I, Pertumbuhan Developer Tahun 1995-1996 Kurang Lebih 30 %

Produk perumahan adalah rumah dan bangunan yang berdiri dalam sebuah tapak (*kaveling*) . Kapling ini berada dalam satu tapak besar, yang membentuk sebuah lingkungan perumahan. Dalam skala lebih besar lagi, lingkungan perumahan ini akan membentuk bagian dari sebuah kota. Sehingga seharusnya dalam menciptakan produk perumahan, dituntut desain dan tatanan tertentu.

Pentingnya memperhatikan tatanan bentuk fisik produk perumahan, adalah karena hasil akhir produk perumahan akan mempunyai dampak terhadap pembentukan fisik spasial ("*tissue*") lingkungan binaan. ⁽⁵⁾ Berdasarkan hal tadi, adalah tidak logis apabila melihat jenis usaha perumahan hanya sebagai sebuah jenis usaha *consumer-goods* biasa, tetapi harus lebih dilihat sebagai sebuah jenis usaha yang kompleks.

Demikian pula dalam proses perancangan perumahan, haruslah dengan titik tolak bahwa jenis usaha ini bukan jenis usaha yang bersifat komoditi biasa. Karena disatu sisi wujud fisik jenis usaha perumahan akan banyak ditentukan oleh "peran keputusan" sebagai sebuah produk usaha, dan sekaligus pada sisi lain wujud fisik ini justru "berperan dalam membentuk lingkungan kota yang tertib".

1.2. LINGKUP IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

1.2.1. Fenomena Yang Ada

Persaingan yang semakin meningkat, diharapkan akan dapat menimbulkan persaingan dalam proses produksi. Sebab semakin efisien proses sebuah produk, semakin meningkat pula nilai keluaran (*out-put*).

(5) ROSSI, ALDO, (1982) The Architecture Of The City.

Nilai keluaran ini akan tercermin pada *quality, cost*, maupun *delivery* nya. ⁽⁶⁾ Untuk produk perumahan, persaingan dapat saja terjadi pada produk (desain bangunan-lingkungan), pada harga, serta pada cara promosinya. Jika produk (desain bangunan-lingkungan) baik, selain akan berhasil dijual (*short-term profit*), juga akan dapat membantu menciptakan suasana serta lingkungan binaan yang tertib. Dan pada gilirannya pengembang tersebut akan mendapatkan reputasi yang baik, sehingga kegiatan usaha akan tetap mempunyai kelanjutan (*long-term benefit*).

Tetapi yang terjadi adalah, banyak pengembang yang membuat produk dengan tujuan hanya memikirkan keuntungan jangka pendek semata. Sehingga banyak pengembang yang tidak mengindahkan dampak negatif yang diakibatkan. Kehawatiran yang ada mengenai dampak negatif yang ditimbulkan, banyak tercermin dalam media masa. Sebagai contoh: ⁽⁷⁾

- Pembangunan perumahan di daerah Bandung utara yang menyebabkan tanah lingkungan sekitarnya longsor, menimpa perumahan penduduk.
- Terjadinya kemacetan di daerah Bandung selatan yang disebabkan karena seluruh lingkungan perumahan (yang biasanya berbentuk kantong) hanya bermuara pada satu jalan utama, tanpa ada kesinambungan aksesibilitas antara desain lingkungan perumahan yang satu dan lain.
- tercipta bentuk fisik rumah (*style*) yang semakin tidak memperhatikan kondisi klimatologis, hanya karena kecenderungan untuk meniru bentuk yang sedang "in" pada daerah dengan kondisi yang lain sama sekali.

(6) DILWORTH, (1989) Production, Operation Management.

(7) HARIAN PIKIRAN RAKYAT, (1995), Edisi Agustus

Fenomena diatas ternyata cukup berakibat terhadap keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha. Dimana pertama: produk perumahan harus berhasil dijual pada konsumen, kedua: produk perumahan harus dapat ikut menciptakan lingkungan kota yang tertib.

Berdasarkan pengamatan sekilas pada perumahan kelas menengah-atas di Bandung akhir-akhir ini, sebagian besar pengembang tidak berhasil menjual produk perumahan sesuai dengan target yang direncanakan. Jika produk perumahan tidak berhasil dijual, berarti sebagai sebuah produk usaha dan sebagai produk pembentuk lingkungan kota yang tertib (hasil karya arsitektur) perumahan akan mengalami kegagalan.

Pengembang yang tidak berhasil menjual produk perumahan diatas sesuai dengan target, bila dilihat dari visual fisik bangunan-tatanan, memang kurang memperhatikan kaidah desain arsitektur. (salah satu contoh, misalnya desain bangunan yang tidak memperhatikan teritisan untuk pelindung dari panas dan hujan.)

1.2.2. Dampak Ketidak Berhasilan Perumahan

Secara langsung ketidak berhasilan perumahan (produk tidak berhasil dijual) akan dirasakan oleh pengembang. Dalam kondisi persaingan yang semakin meningkat, produk perumahan yang tidak memperhatikan *needs, wants*, dan tuntutan target segmen yang dituju, cenderung sulit diapresiasi oleh calon konsumen.

Konsumen akan meningkatkan nilai *bargaining*, berusaha melakukan penawaran dengan harga yang rendah, atau akan beralih mencari alternatif produk lain yang relatif lebih baik. ⁽⁸⁾

(8) WOLFORD, LARRY, (1986) Real Estate.

Dari sisi ekonomis hal ini menimbulkan masalah pendanaan (*payback period*) dan hilangnya *opportunity* untuk kegiatan usaha berikutnya.⁽⁹⁾ Akibat lain dari ketidak berhasilan pengembang menjual produk perumahan, adalah tidak tercapai proses pelaksanaan tujuan pemerintah yakni menyediakan sarana perumahan, serta memacu pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan serta menciptakan lingkungan yang tertib.

1.2.3. Permasalahan Penelitian (*The Research Problem*)

Garis besar uraian pada bagian sebelumnya, merupakan penelusuran singkat tentang kekhawatiran mengenai dampak negatif pembangunan perumahan, juga akibat lain dari ketidak berhasilan pengembang menjual produk perumahan. Di bawah ini akan diuraikan secara lebih mendalam lagi fenomena yang terjadi, sehingga dapat dirumuskan permasalahan yang ada.

Jika sisi permintaan (*demand*) lebih besar dari sisi penawaran (*supply*), maka produk apapun akan cenderung diterima oleh konsumen. Sedangkan mekanisme pasar akan selalu menuju kearah terciptanya keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Oleh sebab itu pada pembahasan disini, dipilih kondisi dimana permintaan relatif seimbang dengan penawaran.

Produk perumahan sebagai sebuah bidang usaha secara fisik, adalah bangunan dan lingkungan. Keberhasilan menjual sangat bergantung dari bagaimana bentuk wujud fisik, harga yang sebanding dengan wujud fisik tadi, serta cara untuk mengenalkan produk tersebut.

(9) SALVATORE, DOMINICK, (1989), Managerial Economics.

Melalui sudut pandang bahwa produk perumahan merupakan salah satu bagian lingkungan pembentuk sebuah kota, tidak bisa tidak faktor dominan yang berperan adalah bentuk serta tatanan fisik produk. Dan untuk mewujudkan bentuk fisik diatas, diperlukan desain yang dapat mengakomodasikan kebutuhan serta kegiatan yang akan ditampung dalam wujud fisik tadi (*architectural design*) serta tatanan lingkungan yang akan membentuk sebuah kota. (*urban planning & design*)

Permasalahan yang dapat diidentifikasi untuk penelitian adalah:

- pertama perumahan tidak berhasil dijual kepada konsumen sesuai target yang ditentukan,
- kedua perumahan tidak dapat menciptakan lingkungan kota yang tertib (malah justru membuat dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya). Kedua hal diatas merupakan faktor yang saling terkait dalam perumahan sebagai sebuah bidang usaha. Jika perumahan tidak berhasil dijual kepada konsumen, berarti proses untuk menciptakan dan meningkatkan nilai lingkungan yang tertib, juga tidak akan berhasil.

Untuk jangka pendek, ketidak berhasilan produk perumahan dijual, merupakan dampak dari apresiasi calon konsumennya. Jadi tergantung dari nilai desain (arsitektur) fisik apa yang dipahami atau diyakini oleh konsumen sebagai calon pengguna, pada saat akan membeli rumah. Sedangkan untuk jangka panjang, ketidak berhasilan perumahan dapat terjadi akibat tidak terjadi integrasi dari desain bangunan dan lingkungan terhadap kota. ⁽¹⁰⁾

(10) KOTTLER, (1994), Marketing Management , : Pemasaran dalam arti yang benar, selalu mempunyai tujuan dalam jangka panjang, yaitu menciptakan "image" yang baik demi kelangsungan hidup perusahaan. Pengertian yang keliru mengenai pemasaran, yaitu bahwa pemasaran hanya sekedar mencari profit (jangka pendek).

Apabila pengembang merancang bangunan dan lingkungan sesuai dengan *needs* dan *wants* calon pengguna, dan sesuai dengan kaidah desain arsitektur, tentu akan tercipta keberhasilan dalam menjual produk (*payback period* tercapai untuk jangka waktu yang relatif pendek), serta sekaligus menciptakan keberhasilan membangun citra (*image*) yang baik lewat produk yang dapat menciptakan lingkungan binaan yang tertib.

Pada perumahan dengan lokasi relatif berdekatan (dimana citra-atribut lokasi relatif sama), yang akan dilihat oleh konsumen adalah, bagaimana bentuk fisik produknya (desain bangunan-lingkungan), apakah nilai "*price*" yang ditawarkan sebanding dengan "*value*" produk tersebut, serta kemudahan apa yang ditawarkan untuk mendapatkan produk tersebut. Secara logis dapat dilihat bahwa nilai desain arsitektur yang dipahami oleh konsumen akan merupakan faktor yang dijadikan acuan menilai "*price*" dan "*value*" perumahan yang ditawarkan.

Nilai desain arsitektur yang dipahami oleh konsumen disini, sangat menarik untuk dapat dijadikan arah dalam penelitian, karena apresiasi nilai desain arsitektur disini cenderung akan berpengaruh terhadap keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha. Dimana pertama, produk dapat terjual (berhasil dipasarkan kepada target konsumen) sesuai dengan target yang dicanangkan, kedua produk dapat menciptakan "*image*" yang baik bagi kelangsungan usaha pengembang perumahan, apabila produk juga didesain dengan memperhatikan pola pembentukan kota yang tertib.

Sehingga permasalahan yang dapat disimpulkan sementara adalah :

Sejauh manakah faktor desain arsitektur berperan terhadap keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha?

1.3. TUJUAN DAN KEGUNAAN STUDI

1.3.1. Tujuan Studi

Bertolak dari isu yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian yang dilakukan disini, diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang ada.

Penelitian disini mencoba menggali lebih dalam peran desain arsitektur, (rancangan bangunan dan tapak) terhadap keberhasilan perumahan, dimana perumahan berada dalam konteks sebagai sebuah produk usaha yang harus berkelanjutan (*sustainable business*). Dan juga dalam konteks bahwa tatanan lingkungan perumahan merupakan bagian dari pembentukan sebuah kota.

Untuk mencapai maksud diatas, perlu diuraikan tujuan-tujuan sebagai berikut :

- Mengidentifikasi dan mengevaluasi pengertian yang ada (pada target konsumen) terhadap desain arsitektur yang melekat pada wujud fisik produk perumahan (bangunan dan lingkungan)
- Mengidentifikasi apakah sikap konsumen terhadap desain arsitektur tercermin dan dijadikan dasar putusan ketika akan membeli produk perumahan yang ditawarkan.
- Mengevaluasi sejauh manakah terdapat hubungan antara produk perumahan yang dipilih berdasarkan desain arsitektur, terhadap produk perumahan yang termasuk kategori berhasil dijual atau dipasarkan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Serta mengevaluasi sejauh manakah produk perumahan yang berhasil dijual atau dipasarkan tadi dapat membantu menciptakan lingkungan kota yang tertib sesuai dengan kaidah desain kota (*urban design*)

1.3.2. Kegunaan Studi

Kegunaan penelitian dapat diterangkan sebagai berikut:

- Karena keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha merupakan hal yang penting, (produk dapat terjual sesuai dengan target dan dapat berperan dalam menciptakan lingkungan kota yang tertib), oleh sebab itu diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai informasi untuk proses peramalan kecenderungan pertumbuhan dan perubahan dari apresiasi konsumen serta arah pembentukan kota dimasa yang akan datang.
- Gambaran Informasi yang didapat, diharapkan juga akan bermanfaat menjadi masukan bagi peneliti lain yang mempunyai karakteristik studi serupa, sehingga dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya serta bidang studi perumahan dan perkembangan kota pada khususnya.
- Informasi ini juga diharapkan akan dapat membantu menciptakan keselarasan tujuan antara para pelaku pembangunan perumahan (pemerintah - pengembang - konsumen). Dimana terciptanya keselarasan tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap program pemerintah dalam menyediakan perumahan serta mewujudkan pengembangan dan peningkatan nilai lingkungan kota.

1.4. PENDEKATAN

Sesuai dengan penguraian pada bagian sebelumnya, keberhasilan perumahan sebagai sebuah bidang usaha adalah apabila :

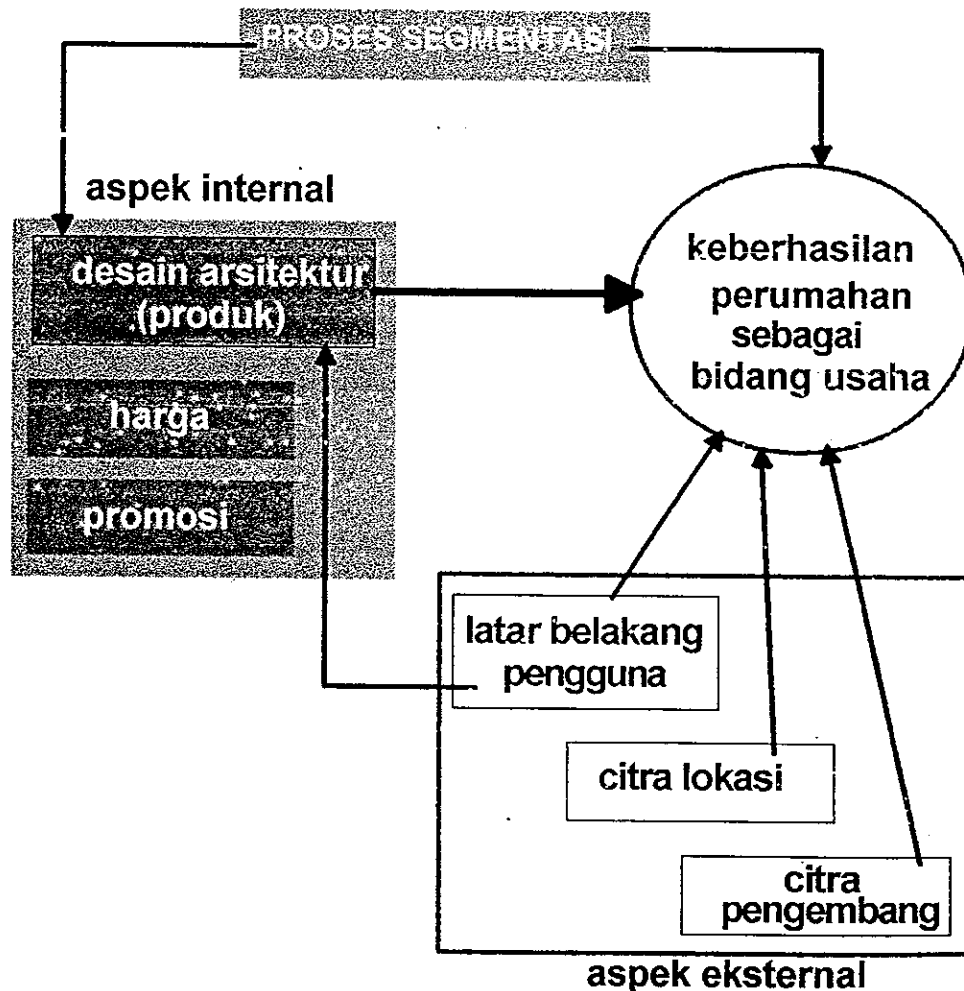
- Pertama, produk perumahan dapat diapresiasi atau dibeli oleh konsumen sesuai dengan target yang ditetapkan,
 - Kedua, produk perumahan secara fisik juga harus dapat menciptakan lingkungan kota yang tertib.
- Keberhasilan perumahan sebagai sebuah bidang usaha, dipengaruhi oleh berbagai aspek. Secara umum aspek-aspek tersebut dapat dikelompokkan dalam dua kelompok. Dua kelompok aspek-aspek yang mempengaruhi keberhasilan tersebut adalah kelompok aspek internal, yang terdiri dari aspek Produk, aspek Harga, dan Cara Promosi, kemudian kelompok aspek eksternal yang terdiri dari Latar Belakang Pengguna, Citra Lokasi, dan Citra Pengembang.

Berbeda dengan *consumer goods*, dalam kelompok aspek internal perumahan, aspek produk (yang berupa wujud fisik yaitu rumah dan lingkungan) merupakan aspek yang berperan dalam menentukan harga dan cara promosi. Produk perumahan sangat tergantung dari bentuk fisik dan atribut yang melekat pada produknya, dengan kata lain aspek produk disini dapat juga disebut aspek desain arsitektur (wujud arsitektur).

Dalam kelompok aspek eksternal, aspek latar belakang pengguna merupakan aspek yang langsung berhubungan dengan pengguna, dibanding dengan kedua aspek lainnya yaitu citra pengembang dan citra lokasi. Aspek "lokasi" (citra lokasi) dalam kelompok aspek eksternal merupakan aspek yang tidak dapat diatur (*uncontroable*) karena berada diluar jangkauan kemampuan pengembang untuk mengaturnya, berbeda dengan aspek "citra-pengembang" dan aspek "latar-belakang pengguna", aspek-aspek ini justru

merupakan aspek eksternal yang walaupun sulit, tetapi masih dapat diprediksi. Aspek latar-belakang pengguna, walaupun tidak dapat diatur secara langsung, tetapi kecenderungan yang diakibatkan oleh aspek ini, dapat dipelajari dan diantisipasi menjadi peluang. "Needs" serta "wants" yang ada dan yang akan muncul dapat merupakan titik tolak untuk "creating demand" ⁽¹¹⁾ Pentingnya menentukan lebih dahulu target segmen (proses segmentasi) yang akan diraih, dengan sendiri akan memudahkan langkah-langkah berikutnya.

1.4.1. Kerangka Pemikiran



(11) SOLOMON MICHAEL R (1996), Consumer Behaviour.

Pada kerangka pemikiran sebelumnya, setelah menentukan target segmen yang akan diraih (proses segmentasi), terlihat bahwa keberhasilan perumahan sebagai sebuah bidang usaha dipengaruhi oleh dua kelompok aspek-aspek: Pertama, kelompok aspek-aspek internal yang terdiri dari aspek Produk, Harga, Cara Promosi. Kedua, kelompok aspek-aspek eksternal yang terdiri dari aspek Lokasi, Citra Pengembang, dan Latar Belakang target segmen pengguna.

Penelitian yang dilakukan, lebih difokuskan pada aspek internal, karena aspek inilah merupakan aspek yang dapat diatur (*controlable*). Walaupun penekanan pada aspek internal, tetapi pembahasan tentu akan menyentuh juga aspek eksternal yang terkait. Studi yang dilakukan ditekankan untuk mencari hubungan, peran aspek (produk) desain arsitektur terhadap keberhasilan perumahan sebagai sebuah bidang usaha. Karena dari bagan kerangka pemikiran, aspek produk (wujud arsitektural rumah) memegang peran yang penting pada dalam kelompok aspek internal.

1.4.2. Hipotesa

Berdasarkan permasalahan yang ada serta uraian sebelumnya, diformulasikan sebuah hipotesa yang diduga dapat merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan.

Ada dua variabel yang terdapat dalam uraian singkat sebelumnya. Variabel desain arsitektur disatu sisi, dan variabel keberhasilan perumahan sebagai produk usaha disisi lain yang merupakan akibat dari variabel desain arsitektur. Pernyataan sebelumnya,

memberikan kemungkinan untuk dapat menggali lebih lanjut mengenai dua persoalan dibawah ini.

■ Pertama, sejauh mana ukuran desain arsitektur (apresiasi) dipahami dan dipergunakan oleh konsumen perumahan, pada saat akan membeli rumah.

■ Kedua, sejauh mana keberhasilan pengembang memasarkan produk perumahan yang merupakan akibat dari apresiasi konsumen akan desain arsitektur.

Secara logis dari kedua hal diatas, diharapkan bahwa produk perumahan yang didesain sesuai dengan kaidah desain arsitektur, akan diapresiasi oleh konsumennya pada saat dipasarkan.

Sehingga dapat diformulasikan hipotesa sebagai berikut : Bahwa produk perumahan yang didesain sesuai dengan kaidah desain arsitektur akan cenderung menciptakan keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha

1.4.3. Tipe Penelitian

Penelitian yang dilakukan, dirancang sebagai sebuah penelitian survai (lapangan) dengan maksud melakukan test terhadap hipotesa yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya yaitu :

Produk perumahan yang didesain sesuai dengan kaidah desain arsitektur, akan cenderung menciptakan keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha

Sehingga penelitian yang dilakukan berusaha menjelaskan hubungan yang terjadi antara kedua variabel yang ada, kemudian memberikan argumentasi serta alasan mengenai hubungan yang terjadi pada kedua variabel tersebut. Variabel-variabel tersebut adalah variabel desain arsitektur disatu sisi dan variabel keberhasilan perumahan sebagai sebuah

produk usaha disisi lain yang merupakan akibat dari variabel desain arsitektur

Dari variabel desain arsitektur telah dipilih 3(tiga) aspek yaitu : (pembahasan lebih rinci dapat dilihat pada Bab DUA) Aspek Fungsi, Aspek Ekspresi, Aspek Material (Aspek Ekonomi Dan Waktu)

Dan dari variabel keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha telah dipilih 3(tiga) aspek yaitu: Aspek Produk, Aspek Harga, Aspek Promosi.

Tujuan penguraian pada bagian ini adalah: Pertama, untuk menggali lebih lanjut hipotesa dengan mengeksplorasikan aspek-aspek diatas, Kedua merancang metoda penelitian yang cocok untuk melakukan test terhadap hipotesa.

Penguraian akan meneliti lebih lanjut lagi mengenai :

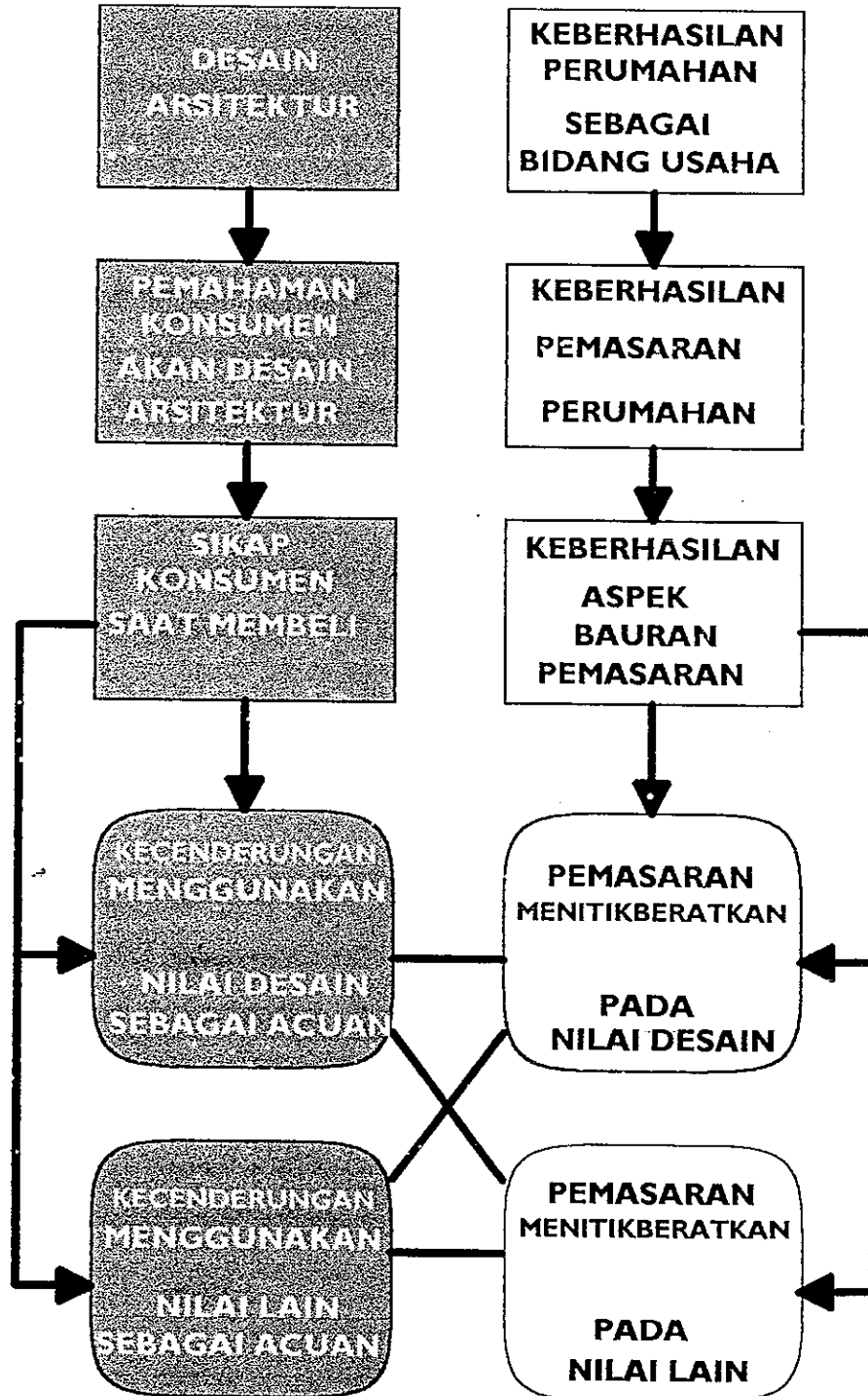
- Apa yang dimaksud dengan pemahaman konsumen akan aspek-aspek desain arsitektur, serta bagaimana sikap konsumen terhadap aspek-aspek diatas pada saat akan membeli rumah.

- Mencoba menggali dan mencari hubungan antara satu dan aspek lain agar didapat dasar argumentasi tentang bagaimana desain arsitektur dapat dihubungkan atau dikaitkan dengan keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha

Bila melihat keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha dari sisi desain arsitektur (desain sebagai titik tolaknya), Konsekuensi adalah sampai sejauh mana sikap konsumen terhadap desain arsitektur pada saat membeli rumah. Apakah tuntutan desain dipergunakan sebagai dasar pemikiran untuk membeli atau tidak. Sedangkan bila melihat desain arsitektur dari sisi keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha, konsekuensi adalah apakah

keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha disebabkan karena menggunakan atau menitik beratkan desain arsitektur pada wujud fisik bangunan-tapak, atau justru pada nilai lainnya.

Kerangka argumentasi dapat dilihat dibawah ini :



Dimana dari bagan kerangka argumentasi tadi dapat dipertanyakan :

pertama,

- Apakah nilai desain arsitektur digunakan oleh konsumen pada saat konsumen membeli produk perumahan?
- Nilai desain arsitektur seperti apakah yang dipahami oleh konsumen pada saat akan membeli rumah ?
- Bagaimana mengukur nilai desain arsitektur yang dipahami oleh konsumen tersebut ?

kedua,

- Apakah keberhasilan perumahan sebagai produk usaha yang merupakan hasil apresiasi konsumen ?
- Bagaimana dan apa hubungan keberhasilan perumahan sebagai produk usaha yang menekankan desain arsitektur pada wujud fisiknya terhadap apresiasi konsumen ?
- Bagaimana mengukur keberhasilan perumahan sebagai produk usaha tersebut?

ketiga,

- Apakah terdapat hubungan antara butir pertama dan butir kedua ?

1.4.4. Informasi Yang Dibutuhkan

Penelitian disini merupakan sebuah studi yang deskriptif, yaitu mencoba menerangkan hubungan yang terjadi antara variabel desain arsitektur sebagai variabel bebas dan variabel keberhasilan perumahan sebagai produk usaha yang merupakan akibat dari variabel desain arsitektur.

Untuk mengetahui hubungan diatas, informasi yang dibutuhkan dari lapangan (pada produk perumahan,

pengembang, penghuni, serta nara sumber yang ada) dapat diuraikan sebagai berikut :

- Kriteria berhasil atau tidak suatu pemasaran
- Kriteria perumahan yang menekankan strategi pemasarannya pada desain
- Profil konsumen
- Pemahaman konsumen akan desain
- Sikap konsumen pada saat membeli produk perumahan
- Desain bangunan-tapak perumahan (yang akan distudi)

Dalam operasionalisasi konsep, informasi yang dibutuhkan diatas harus diterjemahkan kedalam suatu daftar pertanyaan (berupa pertanyaan tertulis, atau wawancara). Jika informasi yang dibutuhkan berupa pengamatan, harus jelas pula sistematika pengamatannya (langkah, pencatatan dan maksud pengamatan). Sebagai gambaran daftar pertanyaan dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Kelompok Daftar Pertanyaan Untuk Pengembang

Data yang ingin dikumpulkan adalah data mengenai target dan realisasi strategi pemasaran. Inti pertanyaan akan ditekankan pada waktu pemasaran, jumlah perumahan yang terjual dalam waktu tertentu, harga jual dalam kurun waktu tertentu, serta nilai apa yang ditawarkan pada waktu itu.

Kelompok Daftar Pertanyaan Untuk Narasumber (Arsitek Senior & R. E. I.)

Data yang ingin dikumpulkan adalah pertama, informasi mengenai nilai desain yang sesuai kaidah perancangan (arsitektur) untuk perumahan dan informasi mengenai aturan-aturan yang berlaku. Kedua, seberapa jauh perumahan yang ada memenuhi persyaratan kaidah desain arsitektur.

Kelompok Daftar Pertanyaan Untuk Pengguna Rumah Data yang ingin dikumpulkan adalah data mengenai profile pengguna dalam segmen tertentu, sejauh mana pemahaman dan sikap terhadap desain arsitektur yang melekat pada produk perumahan.

1.4.5. Populasi Studi Dan Sampel

Lokasi studi diambil adalah pada daerah Bandung Barat, pada kompleks perumahan Griya-Mas, dan kompleks perumahan Kumala-Garden. Kedua kompleks perumahan ini dipilih sebagai lokasi studi dengan pertimbangan hal-hal sebagai berikut (pembahasan lebih rinci dapat dilihat pada Bab EMPAT):

■ Target Pemasaran

Secara sekilas, walaupun kedua kompleks ini letaknya berdekatan, tetapi terdapat perbedaan dalam pemenuhan target pemasaran. Dimana salah satu perumahan lebih berhasil mencapai target pemasaran dalam skala "*time & revenue*".

■ Tipe perumahan

Kedua kompleks perumahan ini termasuk kedalam tipe perumahan yang jika dilihat dari golongan pendapatan, diperuntukkan bagi golongan pendapatan menengah keatas. Dimana pada perumahan dengan tingkat pendapatan ini, terdapat *supply* dan *demand* yang relatif hampir seimbang, sehingga produk yang ditawarkan harus diapresiasi dahulu oleh konsumen sebelum membeli.

■ Tatahan (*Open-System ; Closed-System*)

Kedua perumahan ini dapat mewakili tipe perumahan (*real-estate*) yang ada di kota Bandung, dimana tatahan (*site-plan*) perumahan Griya-Mas mempunyai jalan masuk hanya satu, mengantong (tertutup-berpagar

lingkungan). Sementara tatanan perumahan Kumala-Garden dilalui/dibelah oleh jalan yang sudah ada sebelumnya, lebih terbuka, bersatu dengan lingkungan perumahan yang ada. (*open-system*, tanpa pagar lingkungan)

■ Citra Lokasi

Kedua perumahan ini kebetulan berada pada lokasi yang sangat berdekatan, dimana untuk masuk lingkungan Griya-Mas harus melewati lingkungan Kumala-Garden.

Karena lokasi yang berdekatan ini, kedua perumahan ini mempunyai "*location-image*" yang setara.

■ Jumlah Dan Tipe Kapling.

Jumlah rumah dan tipe kapling pada kedua kompleks perumahan ini relatif sama. Keduanya mempunyai jumlah rumah (dalam tatanan tapak) kurang lebih 100 rumah, dan luas kapling terkecil kurang lebih 180 m².

■ Waktu Pertumbuhan Dan Perkembangan

Kedua kompleks perumahan ini dapat dianggap sudah cukup lama berkembang (kurang lebih 3 sampai 5 tahun), sehingga mempunyai kecenderungan terdapat penghuni yang sudah tetap.

Dari kedua kompleks perumahan yang akan diteliti, direncanakan akan diambil sampel masing-masing sebanyak 25% sampai 30 % dari jumlah rumah secara random. Sampel ini berupa data profil penghuni, data persepsi penghuni, maupun data hasil pengamatan fisik rumah.

1.4.6 Cara Pengumpulan Data

Pada dasarnya metoda penelitian disusun untuk memberikan arahan dalam kegiatan survai lapangan. Pada bagian ini diuraikan secara singkat bagaimanapun kegiatan lapangan akan dilakukan dan bagaimana menggabungkan data yang terkumpul

Kegiatan penelitian akan terdiri dari :

- Kegiatan pendahuluan, (*preliminary field work*);
- Kegiatan persiapan, (*pilot study*);
- Kegiatan survai lapangan (*field survey*).

Dimana kegiatan akan dilakukan sesuai dengan urutannya yaitu pendahuluan - persiapan - lapangan, Gambaran kegiatan ini dapat dilihat dalam bagan kegiatan penelitian pada lembar berikut. Dibawah ini diuraikan kegiatan yang dilakukan.

Pada Kegiatan Pendahuluan :

- (a) Melakukan wawancara dengan lima orang arsitek yang berkecimpung dalam bidang akademis, lima orang anggota R E I, dan limabelas penghuni perumahan. Wawancara informal ini untuk mendapatkan gambaran yang berbeda mengenai desain (nilai) yang ada dalam produk perumahan.
- (b) Melakukan observasi lapangan. Observasi visual ini dengan maksud mendapatkan gambaran mengenai tatanan bangunan serta lingkungan yang ada.
- (c) Mengurus perijinan jika dibutuhkan untuk survai, dan membuat gambaran kasar mengenai isi kuesioner.
- (d) Memilih dua lokasi penelitian (perumahan Griya-Mas, Kumala-Garden) untuk diteliti lebih lanjut.

Pada Kegiatan Persiapan :

- (a) Melakukan test tentang gambaran kasar isi kuesioner pada lima orang mahasiswa dan lima orang penghuni.
- (b) Mengevaluasi hasil yang didapat, dan mengadakan perbaikan untuk menyempurnakan isi kuesioner.

Pada Kegiatan Survai Lapangan :

dilakukan perekaman dan pencatatan data dari dua buah lingkungan terpilih dan menyebarkan kurang-lebih enam puluh kuesioner pada penghuninya.

Kesimpulan Kegiatan Yang Akan Dilakukan Dilapangan

Kegiatan pendahuluan memungkinkan pengertian yang mendalam tentang ruang lingkup permasalahan, baik secara teoritis maupun keadaan dilapangan. Dan juga diharapkan dapat memudahkan pelaksanaan teknik-teknik survai.

Kegiatan persiapan diharapkan dapat mengurangi kesalahan yang akan dilakukan, serta mempersiapkan segalanya sebelum pelaksanaan dilapangan

Kegiatan survai lapangan adalah kegiatan pengumpulan data dan perekaman data dilapangan yang direncanakan terdiri : data yang harus diisi oleh responden, perekaman, pengumpulan gambar arsitektur, dan wawancara dengan beberapa penghuni yang berhubungan dengan penelitian.

1.4.7. Analisis Data

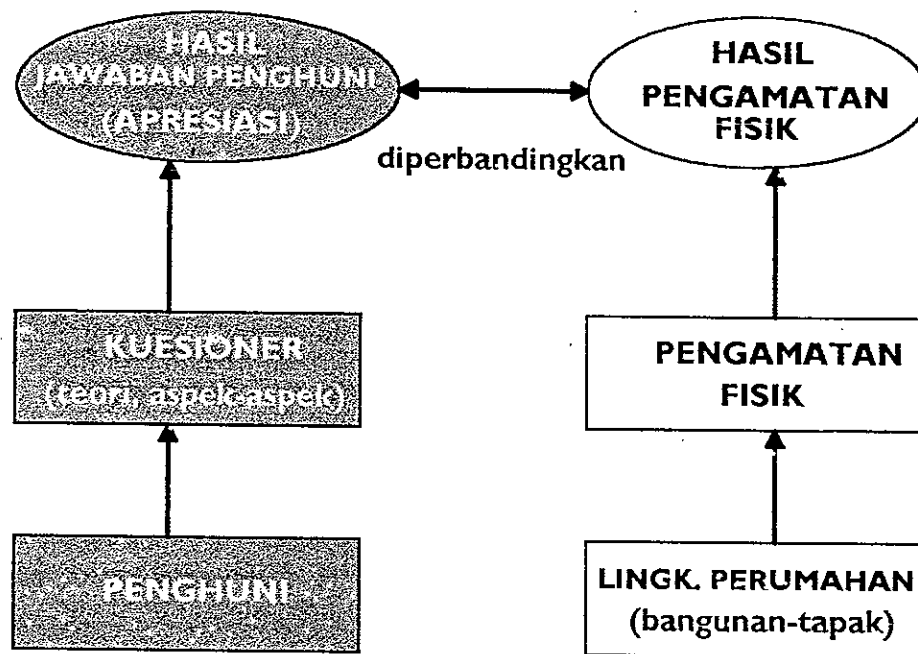
Metoda pembahasan yang akan dipakai adalah metoda deduksi-induksi dimana :

■ Pada metoda deduksi ditarik suatu kesimpulan logis yang berhubungan dengan aturan atau prinsip umum sebagai bahan perbandingan. Dan kemudian menerapkan pada kasus yang lebih spesifik.

■ Pada metoda induksi ditarik kesimpulan dari hasil penelitian lapangan atau gejala yang lebih khusus (diperoleh dari fenomena yang ada) kemudian digeneralisasikan menjadi suatu pernyataan yang umum. Pada pembahasan dilakukan perbandingan antara pengamatan yang dilakukan dilapangan mengenai desain rumah yang ada (pada fisik bangunan-tapak) dengan

data hasil jawaban responden. (penghuni rumah). Selain menggunakan metoda survai kuantitatif dalam mengadakan pembahasan, juga dilakukan pengamatan kualitatif pada bentuk fisik bangunan secara visual, agar mendapatkan gambaran informasi yang lebih dalam. Pada analisis statistik digunakan alat bantu komputasi (seperti SPSS) agar mempercepat dan meningkatkan nilai akurasi proses.

Bagan Analisis Data :



1.5. SISTIMATIKA PENULISAN

Dalam penulisan studinya yang dilakukan ini dibagi dari enam bagian (enam Bab).

■ Bab SATU: PENDAHULUAN,

Pada bagian ini diuraikan mengenai latar belakang diadakannya studi ini, fenomena dan perumusan permasalahan, yang akan dibahas, tujuan dan kegunaan dilakukannya studi ini, terakhir dikemukakan pendekatan yang dilakukan dan sistematika penyusunan penulisan studi

■ Bab DUA: TINJAUAN LITERATUR,

Bagian ini merupakan studi dari literatur yang relevan mengenai dua buah topik utama. Pertama, pengertian akan rumah secara umum, pengertian rumah dan keberhasilan perumahan sebagai sebuah produk usaha, dan pengertian pemasaran sebagai sarana untuk mengkomunikasikan produk terhadap konsumen. Kedua, pengertian akan desain arsitektur dan aspek yang dimengerti oleh konsumen perumahan.

■ Bab TIGA: OBYEK PENELITIAN,

Pada bagian ini diuraikan tentang awal perkembangan lokasi penelitian serta perubahannya, keadaan lokasi penelitian saat kini. Penguraian dilakukan secara morfologis agar bisa didapatkan citra lokasi penelitian yang ada.

■ Bab EMPAT: ANALISIS,

Bagian ini berisi tentang analisis yang dilakukan berdasarkan data yang didapat dari lapangan. Pembahasan kuantitatif dilakukan alat bantu SPSS, sedangkan pembahasan kualitatif dilakukan dengan memberikan nilai bobot.

■ Bab LIMA: KESIMPULAN,

Pada bagian ini disimpulkan hasil pembahasan penelitian sebelumnya. Pada bagian ini juga dilakukan kesimpulan atas pengujian hipotesa yang diajukan semula.

■ Bab ENAM: PENUTUP,

Bagian ini merupakan bagian akhir dari penulisan dimana, diungkapkan implikasi serta harapan dari hasil penelitian secara umum terhadap seluruh pelaku perumahan, dan secara khusus terhadap disiplin ilmu arsitektur.