# BAB 1
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan suatu kota erat kaitannya dengan mobilitas penduduknya. Salah satu faktor yang mendasari adalah ketersediaan lapangan pekerjaan. Kabupaten Gresik yang dikenal sebagai kawasan industri menjadi salah satu tempat tujuan bagi para pencari kerja. Dinas Tenaga Kerja (Disnaker) Kabupaten Gresik mencatat bahwa, sejak tahun 2011 hingga 2013 terjadi peningkatan jumlah lowongan pekerjaan dari 2.028 lowongan perkerjaan menjadi 5.159 lowongan pekerjaan. Informasi mengenai bursa kerja yang diperoleh melalui Job Fair hasil kerjasama antara Pemerintah Kabupaten Gresik dengan perusahaan-perusahaan yang ada di wilayah Kabupaten Gresik disambut baik oleh para pencari kerja, tercatat bahwa 2.906 pencari kerja terdaftar pada tahun 2011 dan 7.482 pekerja terdaftar pada tahun 2013 (Kab. Gresik, 2015: 52).

Predikat sebagai kawasan industri tidak hanya menarik minat pencari kerja tetapi juga bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan mahasiswa institusi perguruan tinggi yang sedang mencari tempat untuk melaksanakan pratik kerja. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74, bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan" (RI, 2007: 21). Praktik kerja merupakan salah satu program tanggung jawab dan kepedulian sosial perusahaan serta sebagai wujud komitmen perusahaan dalam mendukung aktivitas pendidikan di Indonesia. Kepedulian yang tinggi akan dunia pendidikan juga ditunjukkan dengan adanya lembaga perguruan tinggi yaitu Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) di Kabupaten Gresik yang didirikan oleh PT. Semen Indonesia pada tahun 2013. Sampai tahun 2017 tercatat sebanyak 662 mahasiswa UISI berdomisili dari luar Kabupaten Gresik.

Banyaknya perusahaan serta adanya perguruan tinggi di Kabupaten Gresik, menjadi daya tarik bagi para pendatang yang sedang mencari tempat kerja, tempat praktik kerja maupun tempat untuk meneruskan pendidikan. Para pendatang tersebut membutuhkan tempat tinggal selama melakukan pekerjaan maupun selama masa pendidikan. Sebagian pendatang juga menetap karena menikah dan berpindah domisili menjadi penduduk di Kabupaten Gresik. Keberadaan pendatang dimanfaatkan oleh sebagian orang sebagai peluang usaha seperti mendirikan tempat tinggal sewa atau yang lebih dikenal dengan kos-kosan/indekos maupun kontrakan. Jenis usaha tersebut sangat berpotensi di Kabupaten Gresik, berdasarkan data kemiskinan mikro Kabupaten Gresik tercatat 11.763 jiwa penduduk berpenghasilan rendah menghuni tempat tinggal berstatus sewa atau kontrak (Kab. Gresik, 2015: 32).

Besarnya peluang usaha rumah memunculkan kompetitor baru, usaha yang dibangun harus didasarkan pada konsep dasar pemasaran yaitu STP (*Segmentation, Target Markets* dan *Positioning*) (Kotler and Keller, 2012: 10). Hal tersebut bertujuan untuk meminimalkan kegagalan usaha yang disebabkan oleh kesalahan pemilik usaha dalam mendefinisikan pasar yang dituju serta potensinya. Menurut Perreault and McCharty, pemasaran seharusnya didasarkan pada potensi dari kebutuhan konsumen. Konsumen berasal dari berbagai kalangan seperti pelajar, mahasiswa, pekerja ataupun rumah tangga dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda. Dengan menentukan segmen, target dan posisi pasarnya, pemilik usaha dapat mengetahui siapa saja konsumennya dan tingkat kebutuhannya serta kondisi kompetitor di pasar.

Penerapan strategi pemasaran tidak dapat diberlakukan sama terhadap setiap rumah kos, hal tersebut berkaitan dengan karakteristik pasar yang berbeda-beda (Kotler and Keller, 2012: 26). Namun, produk yang ada di pasar serta kriterianya dapat dikelompokkan menjadi beberapa golongan. Pengelompokkan atau segmentasi pasar, dilakukan untuk mempermudah pemilik usaha dalam menentukan segmen pasar usahanya, agar biaya yang dikeluarkan dalam pembangunan usaha bisa lebih optimal.

Pengelompokan dilakukan untuk mengetahui kriteria pengguna dan kriteria rumah yang ada di pasar dengan menggunakan proses data mining. Data mining adalah kegiatan mengumpulkan dan menggunakan data untuk menemukan keteraturan, pola, hubungan dalam set data yang berukuran besar yang hasilnya dapat digunakan dalam membantu pengambilan keputusan dimasa mendatang. Terdapat beberapa teknik dalam data mining yaitu *Classification, Clustering, Association Rule Discovery, Sequential Pattern Discovery, Regression, Deviation Detection* (Hermawati, 2013: 14).

Salah satu teknik data mining yang digunakan dalam penelitian ini adalah *clustering*. *Clustering* atau klasterisasi adalah proses pengelompokan data menjadi beberapa *cluster* atau kelompok yang memiliki kemiripan data atas dasar berbagai karakteristik (Simamora, 2005: 202). Pendekatan ini dipilih oleh para peneliti dalam menemukan pola yang serupa dari sekumpulan data konsumen (Perreault and McCharty, 2002: 93). Terdapat dua metode *clustering* yaitu *hierarchical clustering* dan *partitional clustering*. *Hierarchical clustering* adalah sekelompok *cluster* yang bersarang seperti sebuah pohon berjenjang (hirarki). Sedangkan, *partitional clustering* adalah pengelompokan dengan mempartisi data ke dalam *cluster* tanpa tumpang tindih dengan *cluster* lain (Hermawati, 2013: 122).

Pada penelitian ini, metode klasterisasi yang digunakan adalah *K-Means Clustering* yang termasuk ke dalam metode *partitional clustering*. Metode ini digunakan karena hasil dari pengelompokan menunjukan bahwa satu data hanya berada pada satu kelompok yang memiliki tingkat kemiripan tinggi, sehingga dalam suatu kelompok (*cluster*) hanya terdiri dari sekumpulan data yang homogen. Selain itu, metode ini dipilih karena mudah diinterpretasikan, mudah diimplementasikan dan dapat beradaptasi pada data yang besar. Namun metode ini memiliki kekurangan dimana nilai *k* harus ditentukan terlebih dahulu untuk menghasilkan nilai *clustering* terbaik (Shofiani, 2017). Pada penelitian ini, peneliti menentukan jumlah *cluster* yang ingin diketahui yaitu berjumlah 5 *cluster*.

Informasi yang diperoleh dari pengguna kos akan menjadi data dalam penelitian yang kemudian diolah ke dalam *K-Means Clustering*. Data pengguna kos yang digunakan berasal dari pengguna kos yang berada di Kecamatan Kebomas dan Kecamatan Gresik. Kecamatan Kebomas dipilih karena sebagian besar industri sedang dan besar yang ada di Kabupaten Gresik berlokasi di Kecamatan Kebomas. Sedangkan, Kecamatan Gresik dipilih karena lokasinya yang berada di ibukota Kabupaten Gresik dimana sebagian besar aktivias dari sektor perdagangan, jasa dan industri berada di lokasi tersebut. Selain itu, lokasi yang berdekatan dengan Kecamatan Kebomas yang merupakan kawasan industri membuat lalu lintas orang yang membutuhkan penyediaan makan minum dan akomodasi semakin besar (Kec. Gresik, 2017). Diharapkan dengan klasterisasi akan diperoleh informasi mengenai *cluster* pengguna dan *cluster* rumah beserta kriterianya. Setelah mendapatkan kedua *cluster* maka akan dilakukan analisa lanjutan untuk mengetahui pola penyebaran pengguna dalam memilih tipe rumah. Sehingga dari pola tersebut dapat diketahui mengenai segmentasi pasar bisnis rumah dari segi penggunanya maupun dari segi rumah yang ada, serta dapat menetukan perencanaan strategi pemasaran bisnis yang tepat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah analisis segmentasi pasar bisnis rumah kos yang ada di wilayah Kabupaten Gresik khususnya Kecamatan Gresik dan Kecamatan Kebomas dengan menggunakan metode *K-Means Clustering* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui klasterisasi pengguna kos yang di wilayah Kecamatan Gresik dan Kecamatan Kebomas.
2. Mengetahui klasterisasi rumah kos yang ada di wilayah Kecamatan Gresik dan Kecamatan Kebomas.
3. Mengetahui segmentasi pasar dari bisnis rumah kos yang ada di wilayah Kecamatan Gresik dan Kecamatan Kebomas.

## 1.4 Ruang Lingkup Masalah

### 1.4.1 Batasan Masalah

Batasan dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian hanya dilakukan pada tempat tinggal sewa berupa kos-kosan yang disewakan setiap kamarnya bukan penyewaan dalam satu rumah secara keseluruhan.
2. Penelitian hanya dilakukan pada pengguna kos yang saat ini menempati hunian berstatus sewa (kos).
3. Pengambilan data responden hanya dilakukan di Kabupaten Gresik khususnya di Kecamatan Kebomas dan Kecamatan Gresik.
4. Total *cluster* (*k*) yang ingin dibentuk sebanyak lima *cluster*.
5. Penentuan sampel responden menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan nilai eror sebesar 5%.

### 1.4.2 Asumsi

Asumsi dari penelitian ini adalah :

1. Keseluruhan pencari kerja yang terdaftar berasal dari luar Kabupaten Gresik dan lowongan kerja yang tersedia terisi semua sesuai dengan kebutuhan.
2. Data penduduk berpenghasilan rendah yang menempati hunian kontrak/sewa merepresentasikan hunian berjenis kos yang disewakan setiap kamarnya dan dibayar pada setiap periode tertentu.
3. Sampel rumah kos yang diambil merepresentasikan populasi kos yang ada di Kecamatan Kebomas dan Kecamatan Gresik.
4. Kedua kecamatan merepresentasikan keadaan bisnis rumah kos yang ada di Kabupaten Gresik.

*Halaman ini sengaja dikosongkan*