

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi seperti sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

Perubahan ini telah mendorong munculnya pemikiran baru, produk baru, pasar baru dan kompetisi baru, sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat. Kebutuhan dan keinginan pelanggan dewasa ini semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Para pelaku bisnis yang bergerak dibidang industri manufaktur maupun jasa pelayanan, harus berperan aktif dalam era persaingan dewasa ini. Pelaku bisnis tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan, tapi berusaha melakukan perbaikan terus menerus atas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada setiap lini produk dan pelayanan. Kemajuan teknologi dan informasi dimanfaatkan untuk

Memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan dan untuk memenangkan persaingan dari para kompetitor diperlukan strategi, tujuannya adalah untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pengguna produk dan jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan menjadi suatu sasaran strategis agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dan tetap eksis dalam menghadapi perubahan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan menjadi petunjuk arah dan pendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif, inovatif yang dapat membentuk keadaan masa depan yang gemilang.

Tingkat kepadatan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, maka kebutuhan akan perumahan semakin meningkat pula. Yogyakarta adalah salah satu kota yang tingkat kepadatan penduduknya relatif tinggi, disamping itu masih banyaknya lahan yang cocok untuk didirikan komplek perumahan. Situasi ini sangat mendukung para pengusaha khususnya dibidang perumahan untuk menjalankan bisnis perumahan di Yogyakarta.

Prospek bisnis yang bagus akan mengundang minat para kontraktor untuk berkompetisi dalam bisnis perumahan. Kondisi seperti ini akan menimbulkan persaingan bisnis perumahan yang ketat. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan memenangkan kompetisi bisnis perumahan. Keunggulan kompetitif tersebut adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen pembeli perumahan. Pemeliharaan kepuasan konsumen menjadi langkah bagi perusahaan untuk membedakan diri mereka dari para kompetitor. Perusahaan yang mampu menciptakan produk

maka perusahaan tersebut akan mampu bertahan dalam arena kompetisi bisnis perumahan. Sebaliknya perusahaan yang tidak mampu menciptakan produk dan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dengan sendirinya akan tersingkir.

Meningkatkan kepuasan konsumen merupakan hal yang paling utama bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis (Johnson & Fornell 1991). Disamping itu sebuah perusahaan kontraktor yang bergerak dalam bidang perumahan harus mampu mensegmentasikan konsumen mana yang akan dibidik. Perusahaan juga harus memperhatikan tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, maupun kebudayaan karena faktor tersebut mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli sebuah rumah yang siap huni.

PT. Restu Bangun Jaya merupakan salah satu perusahaan pembangun perumahan telah menciptakan perumahan Pelem Sewu Baru yang beralamatkan di Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta. Letak perumahan tersebut berada pada letak yang strategis, jauh dari kebisingan, jauh dari polusi udara yang syarat dengan nuansa alami, keamanan terjamin, dekat dengan lokasi perbelanjaan. Keadaan tersebut memungkinkan konsumen betah untuk menghuni perumahan di Pelem Sewu Baru. Untuk membuktikan apakah perusahaan tersebut berhasil dalam memenuhi keinginan konsumen yang beraneka ragam, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN PELEM SEWU BARU”**, dengan menggunakan metode

B. Batasan Masalah

1. Variabel yang diteliti meliputi desain rumah, rumah dan pelayanan (Zeliko & Robert, 2000).
2. Perumahan yang diteliti minimal terdapat 50 rumah yang telah dihuni (Zeliko & Robert, 2000).
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada perumahan Pelem Sewu Baru yang beralamatkan di Panggungharjo, Sewon, Bantul.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah tingkat kepuasan konsumen pada perumahan Pelem Sewu Baru sudah terpenuhi dari dimensi desain, rumah dan pelayanan?
2. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen dari ketiga dimensi desain, rumah dan pelayanan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada Perumahan Pelem Sewu Baru.
2. Untuk menganalisis perbedaan tingkat kepuasan konsumen dari ketiga

Perumahan Pelem Sewu

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat di bidang teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan yang berarti bagi penulis, berkaitan dengan teori yang telah didapat dibangku kuliah serta penerapannya dilapangan. Lebih jauh lagi diharapkan dapat memberikan input bagi ilmu pengetahuan atau teori-teori yang berkaitan dengan manajemen operasi terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pembeli perumahan.

2. Manfaat dibidang praktis

a. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya kepuasan konsumen pembeli perumahan.

b. Bagi instansi (obyek penelitian)

Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan yang bersangkutan, terutama sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan-kebijakan khususnya yang

berkaitan dengan kepuasan konsumen pembeli