

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Dengan 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

pelayanan. Kemajuan teknologi dan informasi dimanfaatkan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Strategi yang tepat sangat dibutuhkan dalam menyikapi perubahan kebutuhan pelanggan dan untuk memenangkan persaingan dari para kompetitor, tujuannya adalah untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pengguna produk dan jasa. 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. Demikian juga kepuasan pelanggan dibidang perumahan, akibat dari heterogenitas masyarakat dan perbedaan tingkat ekonomi, pendidikan maupun tingkat sosial akan memperluas kriteria kepuasan konsumen.

Faktor yang memungkinkan perusahaan kontraktor bergerak dibidang perumahan adalah tingkat kepadatan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ketahun, yang tentu saja menyebabkan 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

menimbulkan suatu 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 yang menarik minat konsumen serta mampu melayani mereka dengan baik 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.

Keinginan konsumen yang beraneka ragam akan menjadikan tantangan bagi perusahaan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN PARANGTRITIS**

B. Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Perumahan Parangtritis (Grahayasa 1) yang beralamat di Panggunharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta.
2. Variabel yang diteliti meliputi kepuasan atas desain rumah, kepuasan atas rumah dan kepuasan atas pelayanan (Torbica & Strooh, 2000).

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Perumahan Parangtritis (Grahayasa 1)?
2. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan konsumen dari ketiga dimensi (desain rumah, rumah dan pelayanan)?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada Perumahan Parangtritis (Grahayasa 1).
2. Untuk menganalisis perbedaan tingkat kepuasan konsumen dari ketiga dimensi (desain rumah, rumah dan pelayanan) Perumahan Parangtritis (Grahayasa 1).

E. Manfaat Penelitian

1. Dilihat dari sudut pandang kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan yang

bermanfaat bagi pengembangan teori yang telah didapat di bangku

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. Dilihat dari sudut pandang kegunaan praktis

a. Bagi peneliti

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

b. Bagi fakultas

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pustaka khususnya di fakultas ekonomi manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sehingga dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

c. 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