

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

~ Semua badan usaha yang menghasilkan suatu produk atau jasa membutuhkan serangkaian alat untuk membuat perusahaannya maju dan tetap *survive*. Salah satunya adalah dengan apa yang dinamakan pemasaran. Pengertian pemasaran mempunyai arti yang luas baik dalam hal bagaimana produk sampai pada konsumen sampai dengan bagaimana tanggapan konsumen mengenai keberadaan produk atau jasa itu sendiri. Dalam rangka menghasilkan semua informasi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan bidang pemasaran maka perlu diadakan riset pemasaran.

Hal-hal yang terurai diatas merupakan sesuatu yang penting untuk mendapat perhatian sebuah badan usaha yang berorientasi pada konsumen. Banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Cara pengungkapannya beragam, ada yang merumuskan "pelanggan adalah raja", "kepuasan pelanggan adalah kepuasan kami", dan lain sebagainya. Pengembang atau yang sering dikenal istilah *developer* juga tak luput dari masalah tersebut. Pihak pengembang semakin menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh. Konsumen yang dihadapi saat ini berbeda dengan konsumen pada

beberapa dasawarsa lalu. Kini konsumen semakin 'terdidik' dan menyadari hak-haknya. Setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa/pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian sampai dengan tahap purnabeli. Oleh karena itu pengembang perlu mencari informasi semaksimal mungkin mengenai perilaku konsumen yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkannya, disamping memberikan pelayanan yang baik pada konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan survei, supaya pengembang dapat meminimalkan ketidakpuasan konsumen bahkan merupakan bagian dari upaya mewujudkan kepuasan konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada peningkatan proses kinerja secara keseluruhan.

Bukit Mas Group merupakan nama yang tak asing di bidang properti di Semarang. Pengembang yang selalu menciptakan citra eksklusif hunian ini mengambil lokasi di wilayah Semarang Selatan (kota atas Semarang) untuk pembangunan perumahannya. Hal itu dikarenakan bahwa lokasinya yang masih luas dan udaranya yang lebih sejuk dibandingkan daerah di kota Semarang lainnya (daerah bawah).

Empat tahun yang lalu, tepatnya pada tahun 1994 Bukit Mas Group mengembangkan lokasi pembangunan perumahannya ke daerah Banyumanik yang mana sebelumnya selalu mengambil lokasi di daerah Bukit Sari (tahap I-VI). Dan di daerah Banyumanik tersebut pemukiman yang dibangun dinamakan Duta Bukit Mas. Lokasi yang dipilih ternyata mencakup pembangunan 126 unit rumah, yang terdiri dari lima tipe, yakni: tipe 54; tipe 60; tipe 70; tipe 80; dan tipe 90. Diciptakannya rumah yang berukuran sama dengan tipe 54 ke atas

tersebut karena memang yang menjadi pasar sasaran untuk produk dari Bukit Mas Group adalah masyarakat golongan menengah ke atas. Apalagi produk berupa rumah merupakan barang spesial yang mana seseorang akan mengorbankan waktu dan materinya untuk memperoleh produk tersebut. Oleh karena itu segala informasi yang berkaitan dengan konsumen penting untuk diperoleh, termasuk informasi mengenai bagaimanakah persepsi konsumen terhadap rumah yang dibelinya berikut fasilitas dan jasa yang mendukungnya, apakah sesuai dengan harapan sebelum memutuskan pembelian, serta seberapa tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian produk rumah, sehingga dengan ditelitinya masalah tersebut diharapkan pihak pengembang dapat menentukan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas produk beserta pelayannya. Jadi, dalam hal ini yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen riil dari Duta Bukit Mas.

Dari uraian di atas maka peneliti memutuskan untuk mengambil judul penelitian sebagai berikut: " Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Perumahan Duta Bukit Mas Semarang".

1.2. Perumusan dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka peneliti merumuskan dan membatasi masalah penelitiannya sebagai berikut:

1.2.1. Perumusan Masalah

Masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana kepuasan konsumen perumahan Duta Bukit Mas dilihat dari kesenjangan

antara harapan konsumen sebelum pembelian rumah dengan kinerja perumahan Duta Bukit Mas.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian menjadi jelas dan mampu menjawab permasalahan yang ada, maka peneliti membatasi ruang lingkup masalahnya pada:

1. Responden yang diteliti adalah konsumen riil perumahan Duta Bukit Mas.
2. Variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:
 - a) Kondisi fisik rumah
 - b) Kondisi fisik perumahan
 - c) Pelayanan yang diberikan oleh pihak pengembang

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kondisi fisik rumah, fasilitas umum maupun jasa yang diberikan pihak pengembang kepada konsumen perumahan Duta Bukit Mas.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Sebagai referensi bagi yang memerlukan atau yang terkait terhadap penelitian ini antara lain:

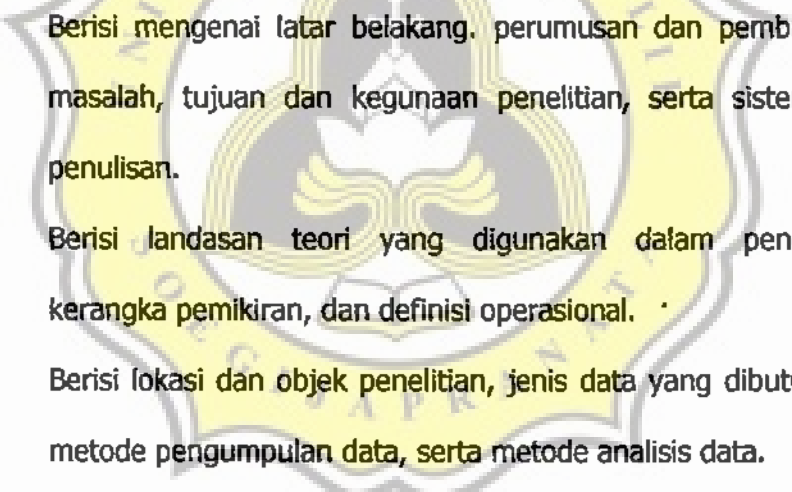
1. Bagi Pengembang

Sebagai masukan bagi pihak pengembang sehingga pengembang dapat menentukan prioritas perbaikan yang harus segera dipenuhi dari faktor-faktor yang membuat konsumen tidak puas dalam rangka memperbaiki kualitas perumahan Duta Bukit Mas.

2. Bagi peneliti lain

Menambah wawasan dalam bidang pemasaran pada umumnya dan masalah pengukuran kepuasan konsumen pada khususnya.

1.4. Sistematika Penulisan

- 
- BAB I** Berisi mengenai latar belakang, perumusan dan pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB II** Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran, dan definisi operasional.
- BAB III** Berisi lokasi dan objek penelitian, jenis data yang dibutuhkan, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.
- BAB IV** Berisi mengenai gambaran umum perusahaan serta penyampaian data yang diperoleh dan dianalisis.
- BAB V** Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran yang disampaikan oleh peneliti berkaitan dengan penelitian ini.