

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Bukit Mas Group merupakan nama salah satu kumpulan pengembang swasta di Semarang. Usahanya bergerak di bidang properti yang meliputi: perumahan, perkantoran, dan pertokoan. Dalam bidang perumahan, Bukit Mas Group selalu mengambil lokasi di daerah atas kota Semarang, tepatnya di wilayah Semarang Selatan. Hal tersebut dikarenakan adanya alasan bahwa wilayah tersebut merupakan daerah yang masih memungkinkan untuk didirikan perumahan dan merupakan daerah yang lebih sejuk dibandingkan dengan daerah bawah kota Semarang, sesuai dengan maksud pendirian perumahannya, yaitu menyajikan konsep hunian ideal yang asri, nyaman sekaligus aman.

Awal berdirinya usaha Bukit Mas Group dimulai dengan berdirinya PT. Duta Griya Lestari. Perusahaan ini dipimpin oleh Bapak Aries Tjahyono dan telah membangun perumahan Villa Bukit Mas tahap I-V di daerah Bukit sari, Srandol. PT. Duta Griya Lestari tepatnya berdiri pada tanggal 26 Juli 1990 yang disahkan dan ditetapkan oleh SIUP 490/P/09-03/PB/VII/1991 Surat Menkeh no. C2-4124.HT.01.01 tahun 1992, no. NPWP 1.530.652.6-031, no. TDP 090.2/608155. Ternyata permintaan akan kebutuhan papan oleh masyarakat semakin meningkat dan adanya peluang yang bagus untuk mengembangkan usaha properti di daerah Banyumanik, mendorong PT. Duta Griya Lestari

membentuk pengembang baru yaitu PT. Tarunagraha Persada untuk menangani pembangunan perumahan baru di daerah Karang Rejo, Banyumanik.

PT. Tarunagraha Persada berdiri pada tanggal 13 Februari 1991 yang kemudian disahkan dan ditetapkan oleh SIUP 29-275/11.01/PB/II/1991 Surat Menkeh C2.569.HT.01.01 tahun 1992. no. NPWP 1.525.926.0-504. PT.Tarunagraha Persada memulai pembangunan perumahannya pada tahun 1994. Perumahan tersebut diberi nama Duta Bukit Mas.

PT. Tarunagraha Persada berjalan di bawah pimpinan Bapak Taruna Sembodo. Beliau merupakan salah satu dari sepuluh pemegang saham Bukit Mas Group. PT. Tarunagraha Persada sebenarnya menawarkan pembangunan rumah sejumlah 126 unit yang mencakup lima tipe rumah yakni: tipe 54, tipe 60, tipe 70, tipe 80, dan tipe 90. Masing-masing tipe mempunyai jumlah sendiri-sendiri yaitu tipe 54 sebanyak 30 unit, tipe 60 sebanyak 17 unit, tipe 70 sebanyak 36 unit, tipe 80 sebanyak 23 unit, dan tipe 90 sebanyak 20 unit. Hingga sekarang yang telah terjual adalah sejumlah 96 unit dengan 16 unit masih dalam proses penyelesaian bangunan untuk tipe 54, sedangkan 80 unit telah dibangun dan dihuni (meliputi: 15 unit tipe 60; 32 unit tipe 70; 20 unit tipe 80; dan 13 unit tipe 90).

Kebijakan promosi diambil dalam rangka memasarkan produk perumahannya adalah melalui iklan surat kabar, brosur, billboard, serta pameran perumahan di salah satu swalayan yang ada di kota Semarang. Sedangkan yang menjadi sasaran produknya adalah konsumen golongan menengah ke atas, hal ini juga tercermin dari rumah yang ditawarkan meliputi tipe 50 ke atas. Dalam hal cara pembayaran, perusahaan mempunyai kebijakan keringanan bagi

konsumen melalui KPR (Kredit Pemilikan Rumah), tetapi dengan adanya krisis moneter yang dialami di Indonesia saat ini di mana berdampak meluas ke seluruh wilayah bagian Indonesia, pengembang tidak berani melayani KPR (Kredit Pemilikan Rumah) sehingga pembayaran harus dilakukan secara tunai atau dengan uang muka kemudian diangsur 2 sampai dengan 3 bulan dengan tingkat bunga tertentu.

Dalam hal perluasan usaha, PT. Duta Griya Lestari dan PT. Tarunagraha Persada mengembangkan sayapnya lagi, mereka mendirikan PT. Bukit Villa Mas kemudian, tepatnya pada tanggal 15 November 1991 yang disahkan dan ditetapkan oleh SIUP 63-28/11.01/PB/IV/1991 Surat Menkeh no. C2-5142.HT.01.01 tahun 1995, no. NPWP 1.551.759.1.503, no. TDP 11011803292. Menyusulnya pendirian PT. Bukit Villa Mas adalah untuk menangani pembangunan perumahan di Bukit Sari-Srondol, yakni perumahan Villa Bukit Mas tahap VI sebagai lanjutan dari perumahan Villa Bukit Mas tahap I-V. Jadi Bukit Mas Group merupakan keluarga besar pengembang yang bergerak di bidang usaha *real estatate* yang terdiri dari PT. Duta Griya Lestari, PT. Tarunagraha Persada, dan PT. Bukit Villa Mas, dan hasil dari pembangunan yang telah dilakukan oleh pengembang-pengembang tersebut disebut sebagai hasil adikarya Bukit Mas Group.

4.2. Data Hasil Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada konsumen riil perumahan Duta Bukit Mas dengan 45 responden yang mewakili sebagai sampel, di mana data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang berisi 25 pertanyaan dan ke-25

pertanyaan tersebut terbagi dalam 3 (tiga) variabel (kondisi fisik rumah, kondisi fisik estat, dan jasa/pelayanan dari pengembang) menghasilkan data tanggapan responden sebagai berikut di bawah ini (tabel 4.1).

Tabel 4.1. Skor tanggapan responden perumahan Duta Bukit Mas

Indikator	Harapan	Kinerja	Kepentingan
KONDISI FISIK RUMAH			
Kesesuaian janji kualitas bahan bangunan	208	185	211
Fasilitas air bersih (PDAM)	215	190	210
Sanitair	205	183	206
Sinar matahari	215	196	205
Fasilitas meja dapur	203	157	194
Ruang cuci baju	206	155	200
Ventilasi	215	194	211
Taman standart untuk halaman	210	193	201
TOTAL	1677	1453	1638
KONDISI FISIK ESTAT			
Tingkat ketenangan	212	194	206
Kebersihan	215	189	212
Polusi asap dan bau	211	185	203
Fasilitas rekreasi	190	147	188
Taman bermain anak-anak	190	147	201
Penerangan jalan	212	167	207
Jalan dan gang	207	192	200
Keselamatan dan keamanan	213	187	210
Ruang parkir umum	196	149	184
TOTAL	1846	1557	1811
JASA DARI PENGEMBANG			
Sistem keamanan	213	191	202
Sistem pencegahan kebakaran	208	164	197
Pemeliharaan estat	206	179	197
Sistem drainase	212	178	201
Pembuangan sampah	212	182	201
Penyediaan listrik	212	180	204
Penyediaan air	215	124	206
Fasilitas sambungan telepon	215	104	213
TOTAL	1693	1302	1621
TOTAL NILAI	5216	4312	5070

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel tersebut menunjukkan hasil penjumlahan dari skor jawaban responden yang telah diolah. Sedangkan perincian dari skor skala Likert dari hasil jawaban masing-masing responden ada di bagian lampiran.

4.3. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis yang disebut **servqual test** (*services quality*) karena aspek kepuasan/ketidakpuasan merupakan penekanan dari masalah kualitas. Tolok ulur yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen tersebut ada tiga macam, yaitu:

- (a) Skor kualitas negatif menunjukkan bahwa konsumen tidak puas karena harapannya lebih besar dibandingkan kenyataan yang dirasakan.
- (b) Skor kualitas sama dengan nol menunjukkan bahwa konsumen merasa puas karena harapannya sama dengan kenyataan yang dirasakan.
- (c) Skor kualitas positif menunjukkan bahwa konsumen lebih dari sekedar puas karena kenyataan yang dirasakan melebihi harapannya.

Sedangkan derajat kepentingan menunjukkan aspek mana yang dirasa konsumen penting.

Untuk lebih jelasnya, di bawah ini terdapat tabel perhitungan perolehan skor harapan, skor kinerja, dan skor kepentingan berdasarkan variabel kondisi fisik rumah, kondisi fisik estat, serta pelayanan yang diberikan oleh pengembang PT. Tarunagraha Persada di perumahan Duta Bukit Mas.

Tabel 4.2. Skor harapan untuk variabel Kondisi Fisik Rumah, Kondisi Fisik Estat, dan Jasa/pelayanan dari Pengembang

	$(\Sigma \text{ Nilai harapan} : \Sigma \text{ responden}) : \Sigma \text{ pertanyaan}$	Skor
Kondisi Fisik Rumah	$(1677 : 45) : 8$	4,6583
Kondisi Fisik Estat	$(1846 : 45) : 9$	4,5580
Jasa dari Pengembang	$(1693 : 45) : 8$	4,7028

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.3. Skor kinerja untuk variabel Kondisi Fisik Rumah, Kondisi Fisik Estat, dan Jasa/pelayanan dari Pengembang

	$(\Sigma \text{ Nilai kinerja} : \Sigma \text{ responden}) : \Sigma \text{ pertanyaan}$	Skor
Kondisi Fisik Rumah	$(1453 : 45) : 8$	4,0361
Kondisi Fisik Estat	$(1557 : 45) : 9$	3,8444
Jasa dari Pengembang	$(1302 : 45) : 8$	3,6167

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.4. Skor kepentingan untuk variabel Kondisi Fisik Rumah, Kondisi Fisik Estat dan Jasa/pelayanan dari pengembang

	$(\Sigma \text{ Nilai kepentingan} : \Sigma \text{ responden}) : \Sigma \text{ pertanyaan}$	Skor
Kondisi Fisik Rumah	$(1638 : 45) : 8$	4,55
Kondisi Fisik Estat	$(1811 : 45) : 9$	4,4716
Jasa dari Pengembang	$(1621 : 45) : 8$	4,5028

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel perhitungan di atas apabila dilihat dari segi harapan konsumen, variabel jasa/pelayanan dari pengembang menempati urutan pertama dengan skor 4,7028 berselisih 0,0445 dengan variabel kondisi fisik rumah yang memiliki skor

harapan 4,6583 , sedangkan variabel kondisi fisik estat menduduki urutan terakhir yakni dengan skor harapan 4,5580. Ini bisa dikarenakan bahwa *brand image* masyarakat mengenai produk perumahan Bukit Mas Group adalah baik. Bukit Mas Group dikenal telah menghasilkan perumahan yang modern dalam hal tampilan fisiknya, asri dan nyaman lingkungannya. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil perumahan Bukit Mas Group di Bukit Sari-Srondol yaitu perumahan Villa Bukit Mas tahap I-V. Sedangkan jasa/pelayanan dari pengembang sangat diharapkan karena saat ini masyarakat telah berpikir maju, mereka sebagai konsumen tidak hanya membeli produk tetapi juga memperhatikan jasa/pelayanan tambahan apa yang dapat diberikan oleh produsen terhadap konsumen, di mana jasa/pelayanan tersebut merupakan nilai *plus* yang menyertai produk yang dihasilkan.

Kenyataan yang dirasakan konsumen atau persepsi konsumen apabila diperbandingkan antara tabel 4.3 dengan tabel 4.2 menunjukkan bahwa skor kinerja ternyata lebih kecil daripada skor harapan: variabel kondisi fisik rumah menghasilkan skor kinerja 4,0361; variabel kondisi fisik estat menghasilkan skor 3,8444; sedangkan variabel jasa/pelayanan dari pengembang mempunyai skor kinerja 3,6167. Berarti bisa dikatakan bahwa harapan konsumen ternyata lebih besar daripada kenyataan yang telah dirasakan konsumen perumahan Duta Bukit Mas.

Tabel 4.4 yang menampilkan perhitungan skor kepentingan per variabel di atas menunjukkan bahwa yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi adalah variabel kondisi fisik rumah dengan skor 4,55; pelayanan oleh pengembang menduduki urutan kedua dengan skor 4,5028; dan variabel kondisi

fisik estat merupakan tingkat kepentingan terakhir yang dirasakan konsumen dibandingkan kedua variabel tersebut ditunjukkan dengan skor 4,4716.

Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh perhitungan skor harapan, skor kinerja, dan skor kepentingan terhadap perhitungan servqual untuk masing-masing variabel, maka akan disajikan tabel perhitungan seperti berikut di bawah ini.

Tabel 4.5. Skor kualitas berdasarkan masing-masing variabel

Variabel	Kinerja	Harapan	Gap	Kepentingan	Skor
Kondisi fisik rumah	4,0361	4,6583	-0,6222	4,55	-2,8311
Kondisi fisik estat	3,8444	4,5580	-0,7136	4,4716	-3,1908
Jasa dari pengembang	3,6167	4,7028	-1,0861	4,5028	-4,8905

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel tersebut, jika dilihat per variabel, variabel kondisi fisik rumah mempunyai skor gap negatif terkecil yakni -0,6222 dibandingkan kedua variabel lainnya, yaitu: variabel kondisi fisik estat dengan skor gap -0,7136 dan variabel jasa/ pelayanan oleh pengembang dengan skor gap -1,0861. Skor gap yang negatif tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas karena kenyataan yang dirasakan tidak sepenuhnya seperti yang diharapkan.

Pada variabel kondisi fisik rumah menghasilkan skor gap negatif karena yang dirasakan oleh beberapa konsumen yang berlaku sebagai sampel di perumahan Duta Bukit Mas adalah bahwa yang diharapkan ternyata tidak seluruhnya terealisasi pada kenyataannya. Antara lain seperti pada indikator sanitair, merk dan kualitas bahan memang sesuai seperti yang dijanjikan dalam

brosur, hanya saja dalam hal penempatan warnanya, warna sanitair kurang sesuai dengan warna keramik lantai kamar mandi dan antara sanitair itu sendiri, sehingga oleh konsumen terkesan seadanya. Informasi ini diperoleh dari beberapa responden yang merasakan ketidakpuasan dalam indikator sanitair. Sedangkan dari pihak pengembang PT. Tarunagraha Persada masalah tersebut diberikan alasan bahwa warna sanitair yang dimaksud sudah tidak tersedia (*stock* habis). Hal tersebut sebenarnya perlu diperbaiki oleh pihak pengembang supaya konsumen tidak merasa kecewa dan memandang pengembang tidak memperhatikan masalah desain warna.

Indikator lain dalam variabel kondisi fisik rumah adalah masalah fasilitas meja dapur. Fasilitas meja dapur standart seharusnya tersedia seperti yang dijanjikan dalam brosur dan berlaku pada semua konsumen. Tetapi pada kenyataannya beberapa konsumen tidak mendapati fasilitas tersebut di dalam rumah. Ada rumah yang memiliki fasilitas meja dapur tersebut, ada yang tidak, hanya ruang dapur saja. Sebaiknya pengembang dalam hal ini tidak hanya membangun rumah tetapi juga harus mengontrol proses pembangunannya sehingga dapat menghindari kekurangan-kekurangan seperti tersebut di atas yang mengakibatkan ketidakpuasan konsumen.

Fasilitas ruang cuci baju yang masih merupakan indikator dalam kondisi fisik rumah juga cenderung menghasilkan tanggapan tidak memuaskan oleh beberapa responden, karena mereka tidak mendapati ruang untuk kegiatan cuci baju di rumahnya. Hal itu mendorong konsumen melakukan *complain* pada pengembang, dan oleh pengembang dijanjikan akan ditindaklanjuti (dibangunkan) dan mengambil tempat di taman standart halaman belakang

rumah. Beberapa indikator yang telah diuraikan di atas merupakan hal-hal yang perlu mendapat tanggapan perhatian oleh pihak PT. Tarunagraha Persada dalam kaitannya dengan kondisi fisik rumah, karena banyak mendapat tanggapan negatif dari konsumen.

Variabel kondisi fisik rumah apabila diperbandingkan dengan kedua variabel yang lain, skor kepentingannya adalah yang paling tinggi yaitu 4,55 tetapi skor gapnya adalah minus terkecil yaitu -0,6222. Artinya, bahwa kondisi fisik rumah memang menduduki urutan pertama yang dirasa penting oleh konsumen tetapi skor gap minus terkecil menunjukkan bahwa pengembang dalam hal ini berhasil meminimumkan ketidakpuasan konsumen dibandingkan kedua variabel yang lain (kondisi fisik estat dan jasa/pelayanan pengembang), yang juga bisa berarti bahwa pengembang telah mengutamakan variabel atau suatu hal yang dianggap konsumen lebih penting.

Pada hasil perhitungan servqual (lihat tabel 4.5) juga ditunjukkan bahwa kondisi fisik rumah memiliki nilai servqual minus terkecil yaitu -2,8311 dibandingkan kedua variabel lain, dimana kondisi fisik estat memiliki nilai servqual -3,1908 sedangkan skor kualitas dari variabel jasa/pelayanan dari pengembang -4,8905. Dengan kata lain bisa diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen dalam hal kondisi fisik rumah lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lain: kondisi fisik estat dan jasa/pelayanan dari pengembang.

Tabel 4.5 menunjukkan pula masalah yang sebenarnya perlu mendapat perhatian dari pengembang PT. Tarunagraha Persada, yaitu mengenai variabel kondisi fisik estat dan variabel jasa/pelayanan dari pengembang. Diantara kedua variabel tersebut, sebenarnya yang menunjukkan tingkat kepentingan lebih

tinggi adalah jasa/pelayanan dari pengembang yaitu 4,5028 selisih 0,0312 dengan kondisi fisik estat. Tetapi pada kenyataannya justru skor gap yang dihasilkan oleh variabel jasa/pelayanan dari pengembang (-1,086) lebih besar daripada variabel kondisi fisik estat (-0,7136), dan skor kualitas variabel jasa/pelayanan dari pengembang menghasilkan nilai minus terbesar yaitu -4,8905. Artinya, bahwa diantara kedua variabel tersebut yang dianggap lebih penting oleh konsumen justru menghasilkan tingkat kepuasan lebih rendah. Hal ini juga menunjukkan bahwa upaya pengembang PT. Tarunagraha Persada belum sungguh-sungguh dalam menerapkan program CS (*Customer Satisfaction*), atau juga bisa dikatakan bahwa PT. Tarunagraha Persada tidak memperhatikan *after sales services*.

Letak ketidakpuasan pada variabel jasa/pelayanan dari pengembang antara lain pada indikator (lihat lampiran tabel tanggapan responden) ketersediaan fasilitas sambungan telepon, penyediaan air, sarana pencegahan kebakaran, dan pelayanan pemeliharaan estat. Untuk indikator fasilitas sambungan telepon, pengembang pada saat mempromosikan perumahannya membentuk harapan konsumen dengan menjanjikan pada konsumen ketersediaan fasilitas sambungan telepon pada saat menghuni, tetapi hingga saat ini janji tersebut belum terealisasi. Padahal alat komunikasi telepon sangat dibutuhkan apalagi untuk menyampaikan kabar yang sifatnya mendadak. Adapun pelayanan fasilitas telepon umum letaknya di luar lokasi perumahan. Seharusnya pengembang dalam menempatkan promosinya harus benar-benar jelas bagi konsumen, sehingga tidak menimbulkan kesalahan persepsi di benak konsumen, dimana konsumen beranggapan bahwa fasilitas sambungan telepon sudah

tersedia pada saat menghuni perumahan Duta Bukit Mas karena pada promosi dikatakan demikian. Jadi perlu dijelaskan secara tepat oleh pihak PT. Tarunagraha Persada pada saat promosinya kapan waktu yang benar tersedianya fasilitas sambungan telepon.

Selanjutnya, masalah penyediaan air. Memang di perumahan Duta Bukit Mas telah tersedia fasilitas penyediaan air bersih, tetapi pada kenyataannya terdapat gangguan dalam hal kelancaran penyediaan air tersebut. Konsumen banyak mengeluhkan masalah penyediaan air yang sering macet. Memang masalah penyediaan air bukan kesalahan dari pihak pengembang, tetapi dalam hal ini pengembang PT. Tarunagraha Persada bisa berlaku sebagai mediator antara konsumen dengan pihak PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum). Keluhan konsumen ditampung oleh pengembang, dan pengembang menyampaikan keluhan tersebut pada pihak PDAM untuk ditindaklanjuti, sehingga konsumen merasa diperhatikan masalahnya oleh pengembang.

Masalah sarana pencegahan kebakaran juga merupakan indikator dalam variabel jasa/pelayanan dari pengembang yang mendukung skor gap negatif. Masalah kebakaran merupakan masalah yang tidak terduga, apalagi di dalam perumahan yang dapat dipastikan bahwa penghuninya jarang atau bahkan tidak memiliki sama sekali sarana pencegahan kebakaran. Dan PT. Tarunagraha Persada selama ini tidak menyediakan sarana pencegahan kebakaran tersebut. Padahal konsumen dalam pernyataan harapannya (dalam kuisisioner penelitian ini) ketersediaan sarana pencegahan kebakaran sangat diharapkan, oleh karena itu pengembang sebaiknya menyediakan sarana tersebut.

Indikator pelayanan pemeliharaan estat juga merupakan unsur lain yang menyebabkan skor gap negatif dalam variabel jasa/pelayanan pengembang. Sejak dihuninya perumahan Duta Bukit Mas beberapa tahun ini, PT. Tarunagraha Persada belum mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pemeliharaan estat. Padahal pemeliharaan tersebut dirasa penting oleh konsumen karena menyangkut pemeliharaan lingkungan. Oleh karena itu pengembang sebaiknya mulai memperhatikan masalah tersebut.

Variabel kondisi fisik estat yang ternyata menghasilkan skor kualitas lebih baik yaitu -3,1908 daripada variabel jasa/pelayanan dari pengembang padahal skor kepentingannya lebih rendah yaitu 4,4716, juga mengandung ketidakpuasan konsumen. Letak ketidakpuasannya adalah pada kenyataan bahwa tidak tersedianya fasilitas rekreasi, fasilitas tempat bermain anak-anak, dan penerangan jalan yang kurang baik. Di dalam brosur yang merupakan sarana promosi pihak pengembang PT. Tarunagraha Persada, dinyatakan tersedianya fasilitas rekreasi dan tidak dijelaskan bagaimana lokasi tempat rekreasi itu sendiri, sehingga promosi yang membentuk harapan konsumen itu ternyata tidak jelas kenyataannya. Dalam lokasi perumahan Duta Bukit Mas tidak terdapat fasilitas rekreasi tersebut dan lokasi tempat rekreasi di luar lokasi letaknya sangat jauh dari perumahan. Permasalahan fasilitas rekreasi itu seharusnya diperhatikan oleh pengembang pada saat berpromosi, pengembang perlu menjelaskan secara tepat bagaimana fasilitas rekreasi yang di maksud, apakah akan dibangun atau informasi yang jelas jarak antara tempat rekreasi yang terdekat dengan lokasi perumahan, sehingga konsumen merasakan kejelasan mengenai fasilitas rekreasi tersebut.

Ketersediaan taman bermain anak-anak juga penting direalisasikan keberadaannya oleh pengembang PT. Tarunagraha Persada. Dalam peta susunan letak rumah (*site plan*) berdasarkan tipe pada brosur, digambarkan lokasi tempat bermain anak-anak, tetapi pada kenyataannya konsumen tidak menemukan fasilitas taman bermain tersebut di perumahan Duta Bukit Mas. Bagi konsumen taman bermain anak-anak tersebut sangat penting keberadaannya untuk anak-anak mereka supaya bisa bermain dengan nyaman dan dekat dengan rumah, sehingga memudahkan pengontrolan orang tua pada anak-anaknya.

Perumahan Duta Bukit Mas, dalam hal penyediaan sarana penerangan jalan telah terealisasi, tetapi permasalahan bagi konsumen adalah terletak pada kualitas penerangan itu sendiri. Di mana penerangan jalan yang ada tidak cukup terang sehingga perumahan terkesan gelap. Hal tersebut dikhawatirkan oleh konsumen karena bisa mengundang hal-hal yang tidak diinginkan misalnya tindakan kriminal. Jadi pengembang PT. Tarunagraha Persada perlu memperbaiki masalah kualitas penerangan jalan.

Beberapa indikator yang telah diuraikan di atas merupakan sesuatu hal yang menonjol bagi konsumen dan diharapkan realisasi perbaikannya oleh pengembang PT. Tarunagraha Persada. Apabila diringkas masalah yang seharusnya diprioritaskan perbaikannya adalah berdasarkan tingkat kepentingan per variabel (yang dirasakan oleh konsumen), yaitu: **pertama** adalah kondisi fisik rumah, **kedua** adalah variabel jasa/pelayanan oleh pengembang, dan yang **ketiga** adalah kondisi fisik estat. Hal ini penting dilakukan oleh pengembang sebagai upaya meminimumkan ketidakpuasan konsumen yang terjadi dan

memperbaiki prioritas perbaikan yang seharusnya dilakukan supaya hal yang lebih penting bagi konsumenlah yang diutamakan untuk diperbaiki.

Di bawah ini juga akan ditampilkan tabel perhitungan skor harapan, skor kinerja, skor kepentingan yang dipandang secara keseluruhan, serta gap antara skor kinerja dengan skor harapan, dan nilai servqualnya yang merupakan perkalian antara gap tersebut dengan skor kepentingannya. Seperti telah dijelaskan dalam bab metodologi penelitian bagian alat analisa data yang digunakan, untuk mencari skor adalah dengan membagi total nilai (baik harapan, kinerja, maupun tingkat kepentingan) dengan jumlah responden (45 responden), kemudian hasilnya dibagi lagi dengan jumlah pertanyaan yang secara keseluruhan ada 25 pertanyaan. Kemudian mencari gap antara kinerja/kenyataan/persepsi dengan harapan. Baru servqual dapat ditentukan dengan mengkalikan antara gap dengan skor kepentingan.

Tabel 4.6. Skor kualitas perumahan Duta Bukit Mas secara keseluruhan

	$(\Sigma \text{ Nilai} : 45) : 25$	Skor	Gap x Skor Kepentingan
Skor Kinerja	$(4312 : 45) : 25$	3,8329	
Skor Harapan	$(5216 : 45) : 25$	4,6364	
Gap		-0,8035	
Skor Kepentingan	$(5070 : 45) : 25$	4,5067	
SKOR KUALITAS			-3,6214

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.6. tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen perumahan Duta Bukit Mas yang dicapai adalah jauh dari kepuasan. Ditunjukkan oleh nilai skor harapan (secara total) adalah 4,6364 di mana skor tersebut lebih besar

daripada skor kinerja yaitu 3,8329 sehingga mengakibatkan gap yang negatif yaitu -0,8035. Dari hasil perhitungan gap tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan konsumen rendah, padahal standart kepuasan adalah sama dengan nol atau lebih besar dari nol (positif) untuk kepuasan ideal. Apalagi bila dilihat secara bersamaan dengan skor kepentingan 4,4067 yang menghasilkan perhitungan skor kualitas semakin besar minusnya yaitu -3,6214, sehingga dapat dikatakan bahwa PT. Tarunagraha Persada belum berhasil menerapkan program *Customer Satisfaction* (CS). Sebagian besar harapan konsumen yang dibentuk melalui promosi ternyata tidak terealisasi pada kenyataannya, berarti pengembang belum berhasil dalam hal *customer care*. Oleh karena itu PT.Tarunagraha Persada perlu mengadakan program CS yang kontinyu melalui survei yang memang sudah menjadi bagian dari upaya mewujudkan kepuasan konsumen.

