

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen. Hal ini dilakukan untuk memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Dewasa ini rumah disediakan oleh berbagai pihak baik pribadi, pemerintah, maupun swasta. Di kota-kota besar pengadaan perumahan secara umum dilakukan oleh pengembang (*developer*) swasta. Dengan banyaknya pengembang perumahan menunjukkan tingkat kompetisi antara sesama dan semakin tinggi. Tingginya persaingan bisnis ini menyebabkan para pengembang (*developer*) harus berlomba-lomba dalam merebut konsumen. Berbagai cara yang dilakukan oleh pengembang (*developer*) diantara lain adalah dengan menawarkan kelebihan dari perumahan yang dibangun, mulai dari lokasi yang strategis, sarana dan prasarana yang menarik perhatian konsumen, desain rumah yang menarik, harga yang terjangkau, serta kualitas dari rumah yang ditawarkan.

Dengan demikian yang berhak dalam melakukan penilaian produk perumahan adalah konsumen yang membeli rumah. Hasil penilaian konsumen yang dalam bentuk kepuasan konsumen sangat penting bagi pengembang (*developer*) untuk melakukan perbaikan produk perumahan secara berkesinambungan.

Perkembangan Perumahan Kota Pontianak ini banyak mengalami perkembangan yang cukup besar, tidak hanya terpusat dikota-kota besar saja, akan tetapi sudah meluas dikota-kota kecil.

Menurut Tjiptono, (2004:146):“ Kepuasan atau ketidak puasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/ diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau kinerja aktual lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”. Adapun definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan dan kinerja/ hasil yang dirasakan). Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Persaingan yang semakin kompetitif ini juga dirasakan oleh Perumahan Star Borneo Residence 7 Pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak. Berikut

ini dipaparkan Tabel 1.1 Penjualan Perumahan Star Borneo Residence 7 Pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak.

Tabel 1.1
PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak
Jumlah Penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7
Tahun 2009-2014 (Dalam Unit)

| NO | Tahun | Penjualan | Persentase |
|-----------|--------------|------------------|-------------------|
| 1 | 2009 | 28 | - |
| 2 | 2010 | 30 | 7,29 |
| 3 | 2011 | 36 | 20 |
| 4 | 2012 | 69 | 91,67 |
| 5 | 2013 | 8 | (88,45) |
| 6 | 2014 | 68 | 7,50 |
| 7 | Jumlah | 239 | 100 |

Sumber : PT. Sejahtera Nyata Abadi.2015

Berdasarkan pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada Tahun 2010 jumlah penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 mengalami peningkatan sebesar 7,29%, sedangkan jumlah penjualan pada Tahun 2011 jumlah penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 mengalami peningkatan sebesar 20%, sedangkan pada Tahun 2012 jumlah penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 mengalami peningkatan yang paling tinggi sebesar 91,67%, sedangkan pada Tahun 2013 jumlah penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 mengalami penurunan sebesar 88,45%, sedangkan pada Tahun 2014 jumlah penjualan Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 mengalami peningkatan sebesar 7,50%. Perbedaan

ini dapat disebabkan karena jumlah penjualan setiap tahunnya mengalami peningkatan sebesar 5%.

Perkembangan Harga Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi di Kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak
Harga Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7
Tahun 2012-2014 (Dalam Unit).

| NO | Tahun | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------------|---------------|-------------------|
| 1 | 2012 | 80.000.000 | - |
| 2 | 2013 | 95.000.000 | 18,75 |
| 3 | 2014 | 100.000.000 | 5,27 |

Sumber : PT. Sejahtera Nyata Abadi.2015

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pada Tahun 2013 Harga Jual Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak mengalami kenaikan sebesar 18,75%, sedangkan pada Tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 5,27%.

Keluhan konsumen terhadap pembelian Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Kota Pontianak. dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3
PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak
Jenis Keluhan konsumen Terhadap Pembelian Rumah Type 36 Star Borneo
Residence 7 Tahun 2012-2014

| NO | Tahun | Keluhan |
|----|-------|---------|
| 1 | 2012 | 5 Orang |
| 2 | 2013 | - |
| 3 | 2014 | 3 Orang |

Sumber : PT. Sejahtera Nyata Abadi.2015

Adapun jenis keluhan konsumen dalam pembelian Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak yaitu:

1. Pada Tahun 2012 jenis keluhan konsumen terhadap rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 yaitu. lantai keramik pecah, dinding depan rumah pecah, dinding belakang rumah retak, jendela tidak bisa ditutup, lantai keramik depan retak, dinding ruang tamu retak, bak mandi bocor.
2. Sedangkan Pada Tahun 2013 tidak ada konsumen yang mengeluh mengenai jenis Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 yang dibelinya.
3. Pada Tahun 2014 jenis keluhan Terhadap Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 yaitu. pintu kamar tidak bisa ditutup, lantai keramik depan retak, dinding ruang tamu retak.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah: “Bagaimanakah kepuasan

konsumen dalam pembelian Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak.”

C. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan yang dibahas tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan, maka penulis membatasi masalah pada delapan dimensi. Menurut Gervin (dalam Lovelock, 1994 : Peppard dan Rowland,1995) yang diikuti oleh Tjiptono, (2004: 64).

1. Kinerja (*Performance*).
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Kemampuan pelayanan (*Serviceability*)
7. Estetika (*Aesthetics*)
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan tersebut di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :“Untuk mengetahui tingkat

kepuasan konsumen dalam membeli Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi di Kota Pontianak.”

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana atau fasilitas bagi penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni selama di bangku kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau informasi yang bermanfaat untuk perusahaan dalam menentukan dan meningkatkan pelayanan kepada konsumennya.

3. Bagi Almamater

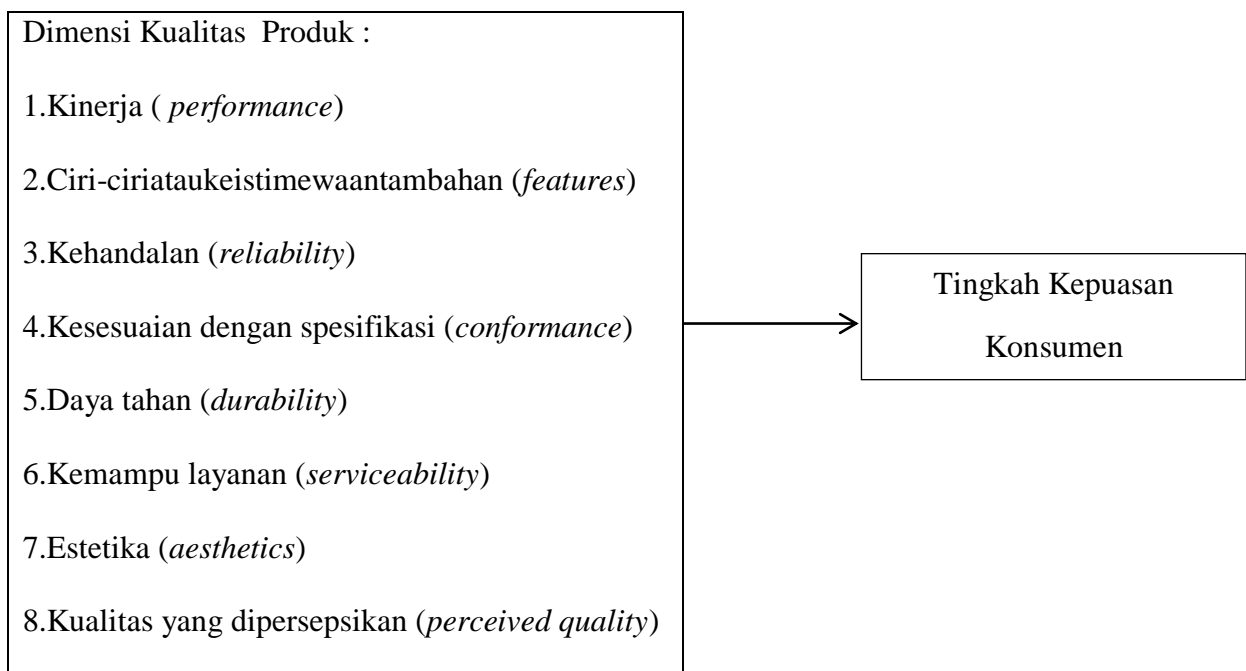
Penelitian ini diharapkan dapat membantu para mahasiswa dan peneliti lainnya yang tertarik akan masalah ini pada masa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Perkembangan perumahan di Kota Pontianak ini menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak

berdirinya perumahan-perumahan yang menyediakan lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai, kualitas yang baik, sarana dan prasarana yang mendukung, serta menyediakan tempat yang aman dan nyaman untuk dinikmati oleh penghuni rumah. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini penulis tuangkan dalam Gambar 1.1.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Rumah
Type36 Star Borneo Residence7



Gambar 1.1 menjelaskan bahwa tingkat kepuasan konsumen adalah merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan yang diharapkan. Apabila kinerja dimensi kualitas produk dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa, dan apabila kinerja kualitas

produk yang sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas. Sedangkan jika kinerjanya telah melebihi dari apa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa sangat puas.

G. Metode Penelitian

1) Metode penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2002:6) : Penelitian survey adalah yang dilakukan pada populasi besar, maupun kecil, tetapi data yang dipelajari data dari sampel yang diambil dari populasi.

2) Teknik Pengumpulan Data

a. Data primer

1) Observasi

Dalam hal ini penulis mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan khususnya menyakut hal-hal yang akan dibahas. Serta melihat situasi dan kondisis yang ada di lapangan.

2) Wawancara

Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan/atasan yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dalam

pembelian Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi di Kota Pontianak

3) Kuesioner

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden yang diambil sebagai sampel.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen atau arsip-arsip mengenai Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 Pada PT. Sejahtera Nyata Abadi di Kota Pontianak.

3) Populasi dan sampel

a) Populasi

Menurut Sugiyono, (2013:117): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Rumah dari Tahun 2009 sampai Tahun 2014 berjumlah 239 orang.

b) Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono, (2013:118):“ Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain tidak semua sampel dari populasi dapat dijadikan sampel.”

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu dengan pengambilan sampel sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang diteliti. Hal ini dikarenakan terbatasnya tenaga, waktu dan biaya yang ada pada peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dihitung dengan rumus Sloving sebagian berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah

N = Jumlah populasi

E = Persentase kesalahan yang diinginkan atau ditoleris dalam penelitian 10%.

$$\text{Diketahui: } n = \frac{239}{1+(239 \times 0,10)}$$

$$n = \frac{239}{1+(239 \times 0,10)}$$

$$n = \frac{239}{1+2,39}$$

$$n = \frac{239}{3,39}$$

$$n = 70,50$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 orang. Dimana konsumen yang dijadikan sampel ini, konsumen yang membeli Rumah Type 36 Star Borneo Residence 7 pada PT. Sejahtera Nyata Abadi Pontianak, dapat tinggal di rumah tersebut sampai saat penelitian berlangsung.

4) Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2004:72): untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik diinterpretasikan sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti, dalam hal ini digunakan skala likert yang terdiri dari informasi tentang kepuasan konsumen (sangat puas, puas, kurang puas, tidak puas, sangat tidak

puas) dan informasi tentang kepentingan (sangat penting, penting, kurang penting, tidak penting, sangat tidak penting).

Dalam penelitian ini jawaban responden diberi bobot sebagai berikut:

Penilaian kepentingan :

5=Sangat penting

4=Penting

3=Kurang penting

2=Tidak penting

1=Sangat tidak penting

Penilaian kepuasan :

5=Sangat puas

4=Puas

3=Kurang puas

2=Tidak puas

1=Sangat tidak puas

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen berdasarkan preferensidan persepsi konsumen dengan menggunakan alat analisis kuadran/diagramkartesius dimana pembuatan diagram tersebut sumbu mendatar (Y) dan akan di isi oleh skor. “Tingkat Kepentingan“ dan sumbu mendatar (X) akan di isi oleh skor “Tingkat Kepuasan“

Dalam penyederhanaan rumus, maka setiap factor yang mempengaruhi kepuasan dan kepentingan konsumen adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan /kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = jumlah nilai dari atribut tingkat kinerja/ kepuasan

$\sum y_i$ = jumlah nilai dari atribut tingkat harapan/kepentingan

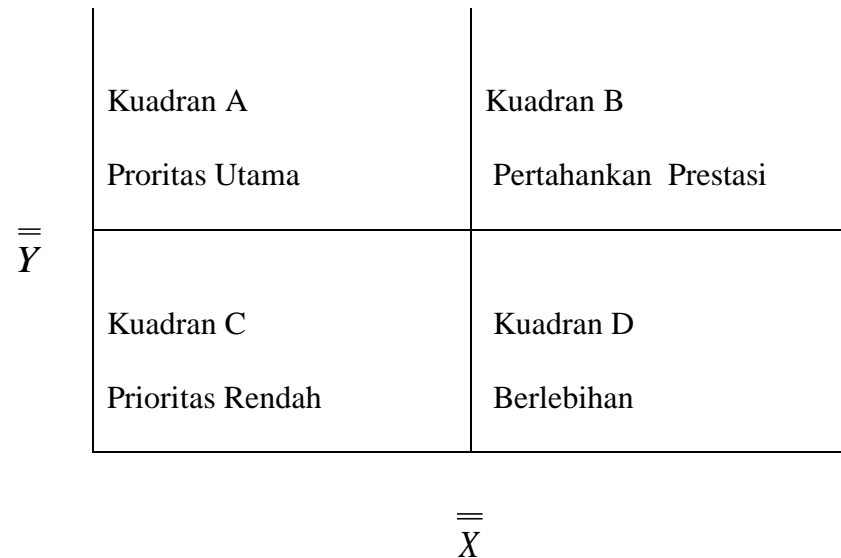
n = jumlah responden

Supranto (2010: 242)

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi 4 bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus yang pada titik-titik (X, Y), dimana X rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen seluruh faktor/ atribut. Y rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi 4 kartesius seperti pada Gambar 1.2.

Gambar 1.2
Diagram Kartesius

\bar{Y} = Kepentingan



\bar{X} = kinerja/ kepuasan

Sumber : J.Supranto (2010:242)

Keterangan :

Kuadran A

Kinerja-kinerja suatu variable adalah rendah dari pada keinginan konsumen sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya supaya tidak mengecewakan konsumen/tidak puas.

Kuadran B

Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat yang tinggi karena sesuai sehingga perusahaan cukup mempertahankan kinerja suatu variabel tersebut.

Kuadran C

Kinerja dan keinginan konsumen pada suatu variabel berada pada tingkat yang rendah sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan.

Kuadran D

Kinerja perusahaan berada pada tingkat yang tinggi tetapi keinginan konsumen akan kinerja dari variabel tersebut rendah sehingga perusahaan perlu mengurangi hasil yang akan dicapai agar dapat mengefesienkan sumber daya perusahaan.