

BAB I

PENDAHULUAN

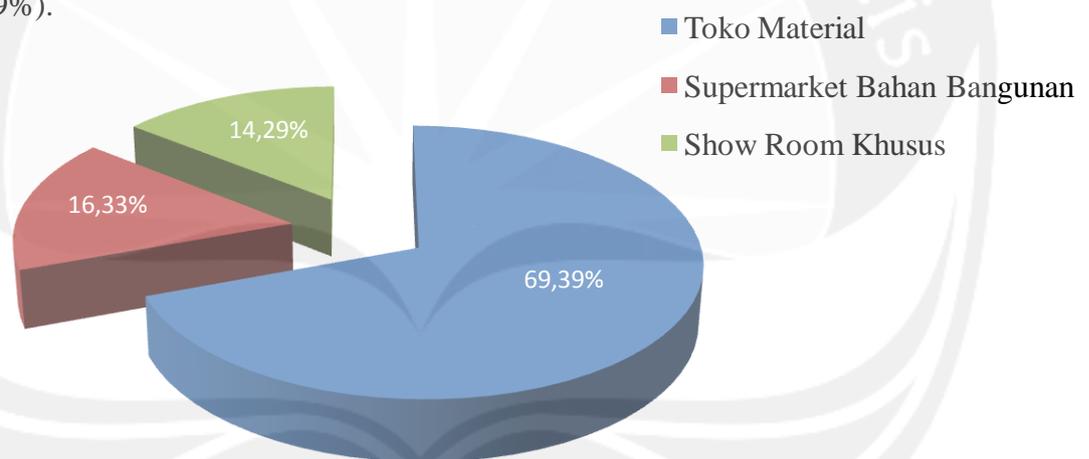
I.1. Latar Belakang

Pertumbuhan di sektor properti yang terus meningkat, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menambah wawasan masyarakat akan desain serta naiknya daya beli, merupakan faktor-faktor penentu bagi pertumbuhan industri material bangunan di Indonesia saat ini. Konsumen bahan bangunan dewasa ini tak hanya terpaku pada jenis bahan bangunan maupun harganya, tapi sudah menunjukkan ketertarikannya akan kualitas, bentuk dan merek serta kelas suatu bahan bangunan. Bahkan beberapa konsumen menuntut adanya kenyamanan dalam berbelanja bahan bangunan layaknya berbelanja di supermarket.

Untuk menjawab geliat perubahan yang ditunjukkan oleh konsumen, produsen serta distributor bahan bangunan berusaha memberikan pilihan baru berbelanja bahan bangunan dengan mendirikan *show room* khusus serta supermarket bahan bangunan. *Show room* khusus merupakan lokasi yang dibuat oleh produsen suatu merek material sebagai sarana untuk mengenalkan produk mereka secara lebih menyeluruh dan detail, karena biasanya di toko material produk mereka hanya terdapat beberapa buah saja. Supermarket bahan bangunan merupakan pengembangan dari toko material yang sudah ada sebelumnya, yang menawarkan konsep *one stop shopping*. Disebut supermarket bahan bangunan karena layaknya supermarket pada umumnya, di tempat tersebut ditawarkan

berbagai jenis barang. Hanya saja kali ini jenisnya material bangunan dan pendukungnya, kecuali material curah seperti pasir, batu bata dan balok kayu.

Supermarket bahan bangunan diharapkan dapat menjadi suatu penyegaran bagi para konsumen di tengah kejenuhan atas toko material konvensional yang telah lebih dulu ada dan menjamur di berbagai pelosok. Namun hasil survei yang dilakukan oleh majalah Properti Indonesia edisi Januari 2012 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (69,39%) masih memilih toko material untuk membeli bahan bangunan untuk membangun atau merenovasi rumah. Posisi kedua barulah supermarket bahan bangunan (16,33%) dan sisanya di *show room* khusus (14,29%).



Gambar 1.1 Pilihan Lokasi Membeli Material

Sumber: Properti Indonesia, No. 1216-Januari 2012

Dari hasil survei tersebut dapat kita lihat bahwa walaupun menjanjikan, supermarket bahan bangunan masih belum bisa bersaing dengan toko material yang memiliki persebaran yang lebih luas. Berangkat dari hal tersebut penulis ingin melakukan analisa lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan supermarket bahan bangunan, sehingga dapat diketahui apakah

pelayanan supermarket bahan bangunan yang diamati oleh penulis sudah cukup memuaskan dan dapat terus bersaing dengan toko material, yang hingga saat ini masih lebih diminati.

I.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan bahwa konsumen tidak selalu merasa puas atas pelayanan, fasilitas dan sistem yang diberlakukan di supermarket material bangunan yang diamati oleh penulis. Berdasarkan uraian masalah di atas maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan konsumen supermarket bahan bangunan ditinjau dari indikator dan variabel dimensi kualitas pelayanan supermarket bahan bangunan.
2. Apa saja indikator dan variabel dimensi kualitas pelayanan supermarket bahan bangunan yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya atau yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

I.3. Batasan Masalah

Mengingat waktu penelitian yang cukup terbatas dan agar penelitian dapat terfokus dan terarah pada tujuan utamanya, maka perlu adanya pembatasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada dua supermarket material yang ada di provinsi DIY, yaitu HBC (Home Builders Centre) Yogyakarta dan CV. Gajah Mada.
2. Analisis data menggunakan analisis gap SERVQUAL, perhitungan nilai sikap dan menggunakan matriks *Importance-Performance Analysis*.

I.4. Keaslian Tugas Akhir

Berdasarkan pengamatan dan pengecekan yang telah dilakukan oleh penulis, judul tugas akhir *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Supermarket Material Bangunan* belum pernah digunakan sebelumnya.

I.5. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Supermarket Bahan Bangunan (Studi kasus: HBC (Home Builders Centre) Yogyakarta dan CV. Gajah Mada) dan mengetahui indikator dan variabel dimensi kualitas pelayanan supermarket bahan bangunan yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya atau yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

I.6. Manfaat Tugas Akhir

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen yang dilakukan oleh penulis berdasarkan kenyataan di lapangan bahwa mungkin saja terjadi kurangnya pemenuhan harapan konsumen. Penulis mengharapkan hasil pengukuran kepuasan yang dilakukan penulis dapat memberikan gambaran yang lebih riil tentang langkah apa yang harus dilakukan sehingga pelayanan dari supermarket bahan bangunan dapat lebih ditingkatkan sehingga pihak konsumen merasa puas.

Adapun manfaat dari tugas akhir ini adalah:

1. Bagi Produsen Bahan Bangunan

Produsen bahan bangunan menjadi lebih tahu kinerja dari partner bisnis mereka selaku distributor dalam melayani konsumen.

2. Bagi Pengelola Supermarket Bahan Bangunan

Dapat menjadi acuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang sudah diterapkan dan menjadi acuan pula untuk melakukan evaluasi kinerja.

3. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan supermarket bahan bangunan serta metode yang dilakukan untuk meneliti masalah tersebut.

I.7. Sistematika Penulisan

Untuk mencapai tujuan utama, pembahasan mengenai *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Supermarket Bahan Bangunan* ini disusun sesuai dengan kerangka penulisan sebagai berikut.

Bab I : Pendahuluan

Pendahuluan berisi tentang uraian masalah materi tugas akhir secara umum meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, keaslian tugas akhir, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada tinjauan pustaka akan dijelaskan mengenai teori-teori yang melandasi masalah yang akan dibahas.

Bab III : Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi tentang cara dan langkah yang diambil untuk pelaksanaan penelitian, serta cara yang digunakan untuk pengolahan dan pembahasan.

Bab IV : Analisis Data Penelitian

Pada bab ini penulis menjabarkan hasil yang telah diperoleh pada saat melakukan penelitian, kemudian menjelaskan analisis data penelitiannya.

Bab V : Kesimpulan & Saran

Berisi tentang kesimpulan akhir yang didapat dari hasil analisis data yang berkaitan dengan permasalahan dan juga berisi saran-saran berdasarkan kesimpulan.