

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Batam yang terletak di provinsi kepri, merupakan kota terbesar ke tiga populasinya di Sumatra setelah Medan dan Palembang. Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan terpesat di indonesia. Sehingga menyebabkan proyek perumahan massal berkembang di Batam khususnya rumah deret. Saat ini proporsi area bangunan untuk perumahan dilahan perkotaan rata-rata mencapai 65%, sehingga area pemukiman adalah area paling dominan di wilayah perkotaan. Menurut UU no.4 tahun 1992 tentang perumahan dan pemukiman, rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau hunian yang dilengkapi dengan prasarana lingkungan.

Perkembangan kota Batam yang cepat ini menyebabkan developer yang ada di Batam bersaing ketat dan harus berpacu untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitasnya. Oleh karena itu perusahaan *developer* Cipta Group juga tidak ketinggalan dalam membangun dan menyediakan perumahan, pertokoan bahkan hotel di kota Batam. PT.Cipta Group merupakan kelompok usaha properti terkemuka di Batam. Berdiri sejak tahun 1996, Cipta Group telah mengembangkan proyek perumahan dan area komersial yang telah tersebar di seluruh Batam dan kepulauan riau. Pada tahun 2013 Cipta Group telah

meluncurkan kurang lebih 25 proyek dengan total luas lahan 200Ha dan tercatat lebih dari 17 ribu unit properti telah di bangun hingga saat ini dengan total luas lahan 600Ha.

Developer Cipta Group menyediakan rumah dari harga yang tergolong murah sampai harga yang mahal. Salah satu perumahan yang tergolong murah pada tahun ini yaitu perumahan cipta village yang berada di kawasan marina seharga 153 juta rupiah untuk tipe 28/60. Beberapa tipe rumah yang ditawarkan kepada konsumen yaitu tipe 28/60, tipe 30/60, tipe 36/72, tipe 38/78, tipe 42/78 tipe 45/78, tipe 58/78. Selama ini desain atau bentuk rumah yang di pasarkan pada umumnya desain dari *developer* saja. Salah satu tipe rumah yang cocok untuk segmen ekonomi kebawah adalah rumah tipe 36/72 yang berarti 36m² untuk luas bangunan dan 72m² untuk luas tanah. Dari data perusahaan didapatkan perumahan buana duta bandara, dari total rumah yang akan di bangun sebanyak 160 unit, 129 unit adalah tipe 36/72 dan sisanya 31 unit juga tipe 36 dengan ukuran luas tanah yang berbeda.

Kepuasan konsumen adalah salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan penyedia jasa maupun pembuat barang. Oleh karena itu pelanggan atau konsumen menjadi aset yang paling penting yang perlu dijaga loyalitasnya dan perannya dari selama mungkin. Dengan menjaga loyalitas dan peran pelanggan diharapkan perusahaan akan tetap beroperasi dan berkesinambungan. Kepuasan konsumen atau *customer satisfaction* biasanya ditetapkan menjadi indikator kinerja utama perusahaan yang selalu dievaluasi dan dijaga secara berkala agar diperoleh gambaran seberapa besar jasa dan produknya memenuhi

atau sesuai spesifikasi yang diharapkan penggunaanya atau konsumen. Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan adalah Model fungsi penyebaran kualitas (*Quality Function deployment*).

Rumah yang ditawarkan developer kepada konsumen boleh di bayar tunai atau kredit pemilikan rumah melalui bank. Setelah rumah tersebut dibeli konsumen tidak jarang ditemui rumah tersebut direnovasi kembali seperti konsumen memindahkan kamar mandi, membangun sisa tanah yang dibelakang rumah dan membangun sisa tanah di depan rumah. Material yang dipakai untuk kamar mandi dan dinding belakang rumah menjadi sia-sia karena harus dirobohkan lagi dan konsumen akan mengeluarkan dana lagi untuk pemindahan kamar mandi dan membuat dinding baru sehingga tidak ada lagi sisa tanah dibelakang rumah. Dari latar belakang tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap pengembangan produk rumah dengan tujuan untuk mengetahui keinginan konsumen dalam arti kata atribut apa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk membeli rumah baru. Salah satu langkah untuk menjawab masalah tersebut adalah dengan menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan mendengarkan suara konsumen yang dikenal sebagai *Let's hear the voice of costumers* (VOC). (Kosasih, Wilson. Aang Seoenandi Iwan, Celsia, Eileen, 2013, p. 259).

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pembongkaran bangunan atau renovasi sehingga material yang dipakai sia-sia.

2. Konsumen mengeluarkan biaya lagi untuk merenovasi rumah kembali.
3. Biaya yang dikeluarkan oleh konsumen relatif bervariasi karena beda toko kemungkinan beda harga.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah agar terarahnya sistematika dari penelitian dalam pembahasan masalah serta tidak terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam penyusunan sehingga tercapainya sasaran yang diharapkan, maka penulis memberikan batasan masalah secara spesifik dalam penelitian ini, batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya fokus pada desain rumah tipe 36/72 (36m² bangunan dan 72m² luas tanah).
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai rincian biaya pembangunan dari pihak developer atau PT Cipta Group.
3. Lokasi penelitian dilakukan di perumahan Cipta group yang berada di Tanjung Piayu kota Batam yaitu Perumahan Buana Raja.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana menentukan atribut yang dibutuhkan konsumen saat membeli rumah dengan luas 72m² dengan metode QFD?
2. Bagaimanakah mengetahui perbandingan biaya antara pembangunan kalau direnovasi oleh konsumen dengan harga yang ditetapkan untuk dijual oleh developer sesuai dengan atribut kebutuhan konsumen?

3. Bagaimana mengetahui usulan desain rumah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang luas tanahnya 72 m^2 ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan atribut apa yang dibutuhkan oleh konsumen saat membeli rumah dengan luas tanah 72 m^2 dengan menggunakan metode QFD.
2. Untuk mengetahui seperti apa usulan desain rumah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan luas tanah 72 m^2 .
3. Untuk mengetahui berapa perbandingan biaya yang di keluarkan konsumen saat merenovasi rumah kembali dengan harga rumah yang ditetapkan developer sesuai dengan atribut kebutuhan konsumen pada saat sekarang.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil melalui hasil penelitian yang telah penulis susun ini adalah:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan dimana yang berhubungan dengan metode QFD.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. `Bagi almamater, penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini

juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam ilmu teknik industri.

2. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.
3. Bagi PT. CIPTA GROUP dapat dijadikan sebagai referensi untuk pengembangan rumah yang akan dibangun dikemudian hari.