
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN RUMAH TRADISIONAL MINAHASA DI KECAMATAN TOMOHON

The Satisfaction Rate Analysis Of Minahasa Traditional House Industries Costomers In Tomohon District

Tineke Hibbert, MSC

ABSTRACT

The Minahasa tradisional home industries a kind of small industry that usually produces a Minahasa tradisional house. From time to time the demand of this product is so increasingly and in line with the demand, there are many new companies coming out. Problem may be raised from the competition such as; what factors that should be paid attention order to compete in the market place.

Method of analysis to be used in this study is descriptive analysis and variables to be measured is the customer satisfaction, with indicators: product quality, design, and the coverage of product.

The result of this research showed that was more significantly influence to the customer ssatisfaction.

Key words: Satisfaction, Minahasa Traditional house industries, Tomohon

PENDAHULUAN

Pada dasarnya kegiatan pemasaran itu berbicara bagaimana suatu barang dan jasa hasil produksi dapat dikenal dan dibeli oleh masyarakat. Ini tidak terlepas dari usaha perusahaan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen disamping berusaha memperoleh laba dari kegiatan ini. Hal ini yang menimbulkan suatu persaingan antara industri-industri rumah tradisional Minahasa, oleh karenanya perlu ditumbuh kembangkan suatu persaingan yang sehat yang mengarah pada efisiensi, produktivitas, mutu, pengembangan produk maupun pelayanan.

Industri rumah tradisional Minahasa merupakan perusahaan yang mengelola

bahan baku utamanya kayu menjadi produk rumah. Dengan adanya peningkatan permintaan produk rumah tradisional dari tahun ketahun dan banyaknya perusahaan baru yang muncul maka menjadi tantangan bagi industri ini untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen rumah tradisional Minahasa.

Mutu dan disain rumah tradisiional Minahasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebagaimana dikemukakan oleh Rares (2001) yang menyatakan bahwa desain merupakan faktor yang pengaruhnya paling besar bagi konsumen melakukan keputusan pembeli rumah tradisional Minahasa karena keunikannya. Dengan

bentuk dan ukuran yang mudah disesuaikan serta dibuat, tentu akan membuat para pembeli merasa puas karena bisa mengikuti selera. Hal keunikan dari produk ini adalah hal yang menyebabkan konsumen tertarik.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler dan Amstrong (1998) memberikan pengertian tentang kepuasan pelanggan, yaitu sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Thiptono (1997:24) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah respon komsen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat masukan bagi perusahaan dalam pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuadan konsumen adalah:

- **Kualitas**

Kotler dan Amstrong (1997:199) mendefinisikan kualitas atau mutu sebagai totalitas sifat-sifat karakteristik dari suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

- **Harga**

Metode penerapan harga menurut Tjiptono (2001:157) lebih menekankan pada faktor-faktor yang lebih

berpengaruh pada preferensi konsumen dari pada faktor-fakto seperti biaya, laba dan persaingan.

- **Desain**

Desain produk merupakan suatu paduan yang kompleks antara unsur bentuk, fungsi mutu, gaya, seni dan perekayasaan. Oleh karena itu desain produk yang baik dapat meningkatkan pemasaran produk dalam berbagai hal (Stanton dan Lamarto, 1996)

- **Daerah Jangkauan Distribusi**

Daerah jangkauan distribusi merupakan suatu faktor yang penting agar supaya produk-produk dan jasa-jasa dapat dikonsumsi oleh para pembeli maka produk dan jasa tersebut harus berada pada tempat dan waktu yang tepat. (Winardi, 1998).

METODE PENELITIAN

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, adalah tanggapan yang menyangkut perasaan para konsumen sebagai respon atas produk rumah tradisional Minahasa. Indikator yang akan diukur yaitu: kualitas, desain, harga, daerah Jangkauan distribusi produk.

Sebagai alat ukur dalam penelitian ini digunakan metode skala Likert Natsir (1999). Skala ini menggunakan skala ordinal yang merupakan angka yang mengandung suatu ukuran tetapi tidak memberikan nilai absolut terhadap obyek.

Metode analisis yang digunakan adalah metode rata-rata mean (Dajan, 1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen rumah tradisional Minahasa maka digunakan nilai rata-

rata/mean yang disajikan dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Indikator kepuasan konsumen

No	Tanggapan	Mi	Fi	mifi
1	Sangat puas	5	8	40
2	Puas	4	10	40
3	Cukup puas	3	8	24
4	Kurang puas	2	2	4
5	Tidak puas	1	2	2
Total			30	110

Sumber : Hasil Pengolahan Data $X = \frac{110}{30} = 3,67$

Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa indikator kepuasan konsumen adalah sebesar $X = 3,67$. Tabel 2 berikut adalah mengenai indikator kualitas rumah tradisional Minahasa yang dinilai oleh tiap konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Tabel 2. Indikator kualitas

No	Tanggapan	Mi	Fi	mifi
1	Sangat puas	5	8	40
2	Puas	4	13	52
3	Cukup puas	3	4	12
4	Kurang puas	2	3	6
5	Tidak puas	1	2	2
Total			30	112

Sumber : Hasil Pengolahan Data $X = \frac{112}{30} = 3,73$

Dari Tabel 2. Dapat dilihat bahwa indikator kualitas dari konsumen sebesar $X = 3,73$. Tabel 3. Berikut ini mengenai indikator desain rumah tradisional Minahasa yang dinilai oleh konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3. Indikator desain

No	Tanggapan	Mi	Fi	mifi
1	Sangat puas	5	14	70
2	Puas	4	10	40
3	Cukup puas	3	3	9
4	Kurang puas	2	1	2
5	Tidak puas	1	2	2
Total			30	123

Sumber : Hasil Pengolahan Data $X = \frac{123}{30} = 4,1$

Dari Tabel 3 dapat dilihat desain dari rumah tradisional Minahasa adalah sebesar $X = 4,1$. Tabel 4 juga mengenai indikator harga rumah tradisional

Minahasa yang dinilai oleh konsumen yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Tabel 4. Indikator harga

No	Tanggapan	Mi	Fi	mifi
1	Sangat puas	5	13	65
2	Puas	4	13	52
3	Cukup puas	3	3	9
4	Kurang puas	2	1	2
5	Tidak puas	1	0	0
Total			30	128

Sumber : Hasil Pengolahan Data

$$X = \frac{128}{30} = 4,27$$

Dari hasil perhitungan indikator harga dapat dilihat bahwa tingkat harga dari setiap rumah tradisional Minahasa

adalah sebesar $X = 4,27$. Berikut adalah Tabel 5 mengenai indikator daerah jangkauan distribusi.

Tabel 5. Indikator daerah jangkauan distribusi

No	Tanggapan	Mi	Fi	mifi
1	Sangat puas	5	9	45
2	Puas	4	10	40
3	Cukup puas	3	6	18
4	Kurang puas	2	2	4
5	Tidak puas	1	3	3
Total			30	110

Sumber : Hasil Pengolahan Data

$$X = \frac{110}{30} = 3,67$$

Hasil perhitungan dari indikator daerah jangkauan distribusi adalah sebesar $X = 3,67$. Dan untuk melihat urutan kepuasan konsumen rumah

tradisional Minahasa berdasarkan indikator-indikator yang ada dapat dilihat dalam Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Urutan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan indikator-indikator kepuasan konsumen

No	Indikator	X	Keterangan
1	Harga	4,27	puas
2	Desain	4,1	puas
3	Kualitas	3,73	puas
4	Daerah Jangkauan distribusi	3,67	puas

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen dengan indikator harga rumah tradisional Minahasa menempati tingkat yang tertinggi, selanjutnya desain rumah dan urutan ketiga indikator kualitas atau mutu dari bahan baku rumah serta daerah jangkauan distribusi.

KESIMPULAN

Tingkat kepuasan konsumen maka dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator harga diperoleh nilai yang tertinggi yaitu sebesar 4,27, dan desain yang merupakan model dan memiliki ciri khas tersendiri dari rumah tradisional Minahasa, memberi perhatian bagi konsumen sebesar 4,1 dan indikator kualitas atau mutu rumah dengan nilai 3,73 serta daerah jangkauan distribusi yaitu faktor jarak antara konsumen dengan perusahaan dengan nilai 3,67. Dari seluruh nilai indikator yang ada maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen merasa puas memiliki rumah tradisional minahasa.

DAFTAR PUSTAKA

Dajan, Anto. 1996, Pengantar Metode Statistik. Edisi 2, Cetakan 18, LP3ES, Jakarta.

Kotler Philip and Garry Amstrong. 1997. Marketing and Introduction. Edisi

3, By Prentice – Hall, Inc, New Jersey.

Nasir Mohamad. 1999. Metode Penelitian. Ghalia. Jakarta

Reres Ebby B. 2001. Analisa Pengaruh Mutu dan Desain Rumah Tradisional Minahasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tomohon, Skripsi, Fak. Ekonomi UNSRAT. Manado

Tjiptono Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Edisi 2, Cetakan kelima. Andi. Yogyakarta.

William, J., Stanton, Y Lamarto. 1996. Prinsip Pemasaran, Edisi 7 Jilid I, Erlangga Jakarta.

Winardi. 1998. Manajemen Pemasaran. CV. Sinar, Bandung.

----- . 1998. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid I. PT. Prenhellindo. Jakarta.

----- . 2001. Strategi Pemasaran. Edisi 2, Cetakan kelima, Penerbit Andi. Yogyakarta.