

Analisis Minat Beli Konsumen Pada Produk Rangka Atap Baja Ringan Merek Taso

Arie Prasetyo¹, Dr. H. Maskur², Berta Lestari³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
Arietyo75@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat konsumen memilih rangka atap baja ringan merek taso dan untuk mengetahui minat pendukung konsumen dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso..

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif yang dimaksudkan untuk mengungkapkan pemahaman kejadian secara mendalam melalui fakta, keadaan, fenomena, grafik dan diagram dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai bahan referensi selanjutnya yang berkaitan dengan minat konsumen memilih suatu produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat beli konsumen pada produk rangka atap baja ringan merek taso secara umum dapat dikatakan sudah baik karena telah menyajikan pengetahuan produk seperti variasi produk, kualitas, harga, tampilan produk, dan informasi produk.

Kata Kunci : Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the interests of consumers choosing a lightweight steel roof truss brand Taso and to determine the interests of consumer supporters in choosing a lightweight steel roof truss brand Taso

This study uses a descriptive qualitative research design that is intended to reveal an understanding of events in depth through facts, circumstances, phenomena, graphs and diagrams and conditions that occur when the research takes place by presenting what actually happened. While the expected benefits of this research are as further reference material relating to consumer interest in choosing a product.

The results showed that consumers' buying interest in the lightweight steel roof truss products of the Taso brand in general can be said to have been good because it has presented product knowledge such as product variation, quality, price, product appearance, and product information.

Keywords : *Consumer Buy Interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berperan penting pada dunia konstruksi saat ini. Baja ringan, misalnya, kini banyak dimanfaatkan sebagai material atap rumah. Itu karena baja ringan memiliki kelebihan dibanding kayu dan besi konvensional. Banyaknya perumahan yang mulai meninggalkan bahan kayu sebagai rangka atap semakin membuat kebutuhan terhadap baja ringan semakin meningkat.

Pada masa ini dunia usaha memasuki era globalisasi, dimana semua pihak sudah dapat secara bebas memasuki setiap pasar yang dikehendaki baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri tanpa ada batasannya lagi. Melihat kondisi yang demikian ini maka sudah seharusnya jika setiap bidang usaha dituntut untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan atau perubahan iklim dari setiap kegiatan usaha.

Perusahaan harus secara jelas menetapkan kearah mana aktivitas usahanya dijalankan dan pihak-pihak mana yang menjadi sasaran dari pergerakan kegiatan usahanya atau dengan kata lain telah menetapkan arah kegiatan usahanya, perusahaan tersebut harus menetapkan pihak-pihak mana yang menjadi sasaran dari penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Salah satu indikator bahwa suatu produk perusahaan sukses atau tidak dipasar adalah seberapa jauh tumbuhnya minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Di samping itu, pemasaran berfungsi untuk mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen. Pemasaran yakni salah dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar

Apabila perusahaan tidak menetapkan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan tidak dapat hidup dan berkembang karena itu hendaklah setiap perusahaan harus dapat menetapkan cara dan strategi yang tepat sehingga akhirnya dapat bersaing dan merebut pasar yang ada.

Adapun maksud dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui minat konsumen memilih rangka atap baja ringan merek taso.
2. Untuk mengetahui minat pendukung konsumen dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso.

METODE

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang terjadi. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa peneliti ingin memahami, mengkaji secara mendalam serta memaparkannya dalam tulisan ini mengenai pembinaan pegawai fungsional serta masalah-masalah yang ditemukan serta jalan keluarnya dalam rangka tercipta optimalisasi penyelenggaraan tugas pemerintahan yang baik yang berdaya guna dan berhasil guna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis minat beli konsumen pada rangka atap baja ringan merek taso diperoleh data sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli rangka atap baja ringan merek taso. Ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu purposive sampling. Metode tersebut digunakan karena konsumennya tersebar luas.

Berdasarkan data dari 100 responden yang menggunakan produk rangka atap baja ringan, melalui daftar pertanyaan didapat kondisi responden tentang jenis kelamin, umur dan jenis pekerjaan,. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Tingginya jumlah konsumen rangka atap baja ringan memungkinkan variasi proporsi yang besar bagi konsumen laki-laki dan perempuan. Gambaran umum mengenai konsumen rangka atap baja ringan berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Dalam %
1	Laki-laki	66 Orang	66
2	Perempuan	44 Orang	44
Jumlah		100 Orang	100

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 66 persen. Sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 44 persen.

2) Berdasarkan umum

Gambaran umum mengenai konsumen rangka atap baja ringan merek taso berdasarkan umur pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan umur

No	umur	Jumlah	Dalam %
1	< 25 Tahun	15 Orang	15
2	25-30 Tahun	35 Orang	35
3	30-40 Tahun	19 Orang	19
4	>40 Tahun	31 Orang	31
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

Dari Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah dari responden berusia 25-30 tahun sebanyak 35 persen. Kemudian responden berusia diatas 40 tahun berjumlah 31 persen, responden berusia 30-40 tahun berjumlah 19 persen, dan responden berusia dibawah 25 tahun berjumlah 15 persen.

3) Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pengelompokan jenis pekerjaan, responden dapat dikelompokkan seperti dijelaskan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Dalam %
1	Swasta	41 Orang	41
2	Wiraswasta	24 Orang	24
3	Pegawai negeri sipil	20 Orang	20
4	lainnya	15 Orang	15
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden paling tinggi berasal dari swasta yaitu sebanyak 41 persen. Kemudian wiraswasta sebanyak 24 persen, Pegawai Negeri Sipil sebanyak 20 persen, dan Lainnya sebanyak 15 persen.

2. Tanggapan Responden Terhadap Minat beli Memilih Rangka Atap Baja Ringan Merek Taso

Tabel 4.4

No	Keterangan	SS	S	R	TS	STS
1	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso mempunyai kualitas produk yang bagus	34,17%	61,7%	3,33%	0,83%	0,00%
2	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso mempunyai daya tahan yang kuat	30,00%	61,67%	8,33%	0,00%	0,00%
3	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso lebih ramah lingkungan	29,75%	55,37%	14,88%	0,00%	0,00%
4	Menurut anda harga rangka atap baja ringan merek taso sesuai dengan kualitas produknya	26,67%	64,17%	8,33%	0,83%	0,00%

5	Menurut anda harga rangka atap baja ringan merek taso terjangkau	25,61%	61,16%	10,74%	2,48%	0,00%
6	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso mempunyai kualitas yang terjamin	26,67%	60,83%	10,83%	1,67%	0,00%
7	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso mempunyai ciri khas tersendiri	32,77%	58,82%	6,72%	1,68%	0,00%
8	Menurut anda rangka atap baja ringan merek taso terbuat dari bahan yang kuat dan tahan disegala cuaca	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	0,00%
9	Menurut anda dengan mempertimbangkan kualitas anda akan membeli rangka atap baja ringan merek taso	19,01%	67,77%	12,40%	0,83%	0,00%
10	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman dan rekan mengenai produk rangka atap baja ringan merek taso	23,33%	60,00%	13,33%	3,33%	0,00%

Sumber : Data Primer yang sudah diolah

PEMBAHASAN

A. Analisis Minat beli konsumen pada rangka atap baja ringan merek taso

Dari data yang telah didapat maka diperoleh data, sehingga peneliti dapat memberikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli dan perilaku konsumen terhadap keputusan memilih rangka atap baja ringan merek taso, berikut uraian faktor-faktor tersebut.

1.) Pengetahuan Produk

Dari penelitian yang telah dilakukan. Faktor pengetahuan akan produk sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso, dikemukakan bahwa konsumen sangat tertarik pada kualitas dan daya tahan yang dimiliki rangka atap baja ringan merek taso, karakteristik yang mempengaruhi semua tahap dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk rangka atap baja ringan merek taso yang menurutnya berbeda dari produk lain. Berikut uraian hasil data yang menyatakan bahwa pengetahuan produk maupun hal lain rangka atap baja ringan merek taso dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

2.) Variasi Produk

Variasi produk yang ditawarkan oleh rangka atap baja ringan merek taso sangat beragam dan masing-masing mempunyai daya tarik yang berbeda pula, salah satunya adalah Taso C75.75 lebih tebal dan kuat, selain itu juga ada taso C75.65 dan reng juga banyak macamnya lainnya.

Tidak hanya itu, taso juga mempunyai produk unggulan yaitu galvalum yang juga mempunyai berbagai ukuran untuk keperluan yang berbeda-beda bagi setiap konsumen yaitu cleo 4m, 5m dan produk terbaru dari taso dengan ukuran 6m.

3.) Kualitas

Konsumen menyatakan bahwa mereka menyukai rangka atap baja ringan merek taso karena kualitasnya dan daya tahan yang tinggi disegala cuaca tidak mudah berkarat, menurut survey 55,37% (Lima puluh lima koma tiga puluh tujuh persen) konsumen merasa puas dengan kualitas yang di berikan rangka atap baja ringan merek taso yang menurut mereka memenuhi standar SNI di Indonesia yaitu daya tahan yang tinggi, ramah lingkungan dan terjamin, saat konsumen merasa puas akan apa yang mereka dapatkan dari suatu produk mereka akan lebih mudah dalam memilih produk yang dipasarkan.

Selain itu faktor kualitas memiliki kekuatan menahan beban yang sangat mumpuni dan kekuatan tarik yang tinggi. Materialnya telah melewati proses uji ketahanan yang ketat. sehingga cocok bagi bangunan dengan bidang yang luas. memiliki kekuatan menahan beban yang sangat mumpuni dan kekuatan tarik yang tinggi. Materialnya telah

melewati proses uji ketahanan yang ketat. sehingga cocok bagi bangunan dengan bidang yang luas.

Keunggulan ini merupakan fitur yang paling membedakan baja ringan dengan rangka konvensional. Selain membantu mempercepat proses pemasangan, bobot ringan produk juga mengurangi risiko bencana gempa.

4.) Harga

Dari data yang didapatkan pada responden 61,16% (enam puluh satu koma enam belas persen) responden merasa setuju dengan harga yang ditawarkan rangka atap baja ringan merek taso terjangkau dengan keunggulan yang dimilikinya, selain itu 64,17% (enam puluh empat koma tujuh belas persen) konsumen mengaku setuju dengan harga yang ditawarkan rangka atap baja ringan merek taso disertai dengan kualitas yang menurut konsumen merupakan suatu paket komplit dalam satu produk yang mana dengan harga terjangkau konsumen juga mendapatkan kualitas yang bermutu dari rangka atap baja ringan merek taso yang tidak didapat dari produk lain.

Ini memberikan kesimpulan bahwa faktor harga disertai kualitas yang ditawarkan dari suatu produk sangat mempengaruhi konsumen dalam keputusan memilih suatu produk. Para konsumen, lebih mengutamakan harga serta kualitas yang bagus, dan mereka merasa konsumen diberikan kebebasan untuk memilih sesuai minat mereka.

5.) Tampilan Produk

Dari data tabel 4.4 no 7 responden 58,82% (lima puluh delapan koma delapan puluh dua persen) responden setuju rangka atap baja ringan merek taso mempunyai ciri khas tersendiri dan 32,77% (tiga puluh dua koma tujuh puluh tujuh persen) konsumen menyatakan sangat setuju. Konsumen menyatakan bahwa mereka menyukai rangka atap baja ringan merek taso karena penampilannya berbeda dari produk lain dan juga variasi yang banyak.

6.) Informasi Produk

Informasi dalam sebuah produk merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Taso merupakan produk kaso metal pertama yang ada di Indonesia. Spesifikasi produk ini berbeda dengan produk kaso metal lain yang sudah lebih dahulu dikenal masyarakat yang termasuk dalam kaso metal. Perbedaan spesifikasi ini merupakan keunggulan dari kaso metal karena taso jenis ini memiliki manfaat daya tahan yang lebih baik, taso adalah salah satu baja ringan terbaik, TASO dikenal akan kekuatannya, ringan, anti-rayap, dan tahan lama sehingga dapat memberikan manfaat lebih dibandingkan kayu. Lihat juga produk baja ringan lainnya seperti kolom metal instan Praktis dan rangka metal galvanis Purlin.

B. Untuk mengetahui apa yang menjadi pendorong dan penghambat Minat Beli Konsumen pada Rangka Atap Baja Ringan Merek taso.

1.) Minat Pendorong

a) Letak atau Posisi

Minat beli konsumen pada rangka atap baja ringan merek taso dalam di pengaruhi oleh beberapa hal termasuk letak atau lokasi tempat Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin Berdiri yang saat ini menjadi faktor pendukung.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu konsumen yang menyatakan :

Salah satu hal pendorong konsumen dalam memilih rangka atap baj ringan merek taso adalah ketersediaan produk tersebut di toko-toko bangunan yang memang dibutuhkan konsumen dalam memenuhi setiap kegiatan baik sebelum dan sesudah proses pemasangan untuk sekedar ketersediaan barang ataupun hal lain yang diperlukan konsumen.

b) Rekomendasi

Seperti diketahui bahwa rekomendasi atau ajakan dari teman dan kerabat membantu seseorang memilih sebuah produk, hal tersebut bisa berdasarkan pengalaman seseorang yang sudah lebih dahulu menggunakan rangka atap baja ringan merek taso.

Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu konsumen diketahui minat beli konsumen dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso di sebabkan ajakan dari teman yang lebih dahulu memakai dan mengetahui kualitas dan keunggulan dari produk rangka atap baja ringan merek taso, sehingga tertarik dengan berbagai atribut produk yang ditawarkan oleh produk rangka atap baja ringan merek taso yang menurutnya berbeda dari produk lain.

c) Promosi

Promosi penjualan merupakan unsur kunci dalam kampanye perusahaan dan promosi yang paling baik adalah promosi yang dilakukan oleh pelanggan yang puas. Dengan demikian, promosi perlu ditangani secara cermat karena masalahnya bukan hanya menyangkut pada bagaimana berkomunikasi dengan pelanggan akan tetapi juga menyangkut seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk biaya ini yang tentu harus disesuaikan pada kondisi dan kemampuan perusahaan.

2) Penghambat Minat

a) Kompetitor

Salah satu penghambat minat beli konsumen dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso adalah banyaknya produk kaso metal dari kompetitor lain yang menawarkan keunggulannya masing-masing.

Adanya produk kaso metal lain yang menawarkan atribut berbeda-beda baik dari kualitas maupun citra merek menyebabkan peluang konsumen untuk pindah membeli produk kaso metal yang lain menjadi lebih besar.

PENUTUP

KESIMPULAN

- 1) Pengetahuan akan sebuah produk rangka atap baja ringan merek taso yang meliputi segala aspek atribut produk sangat diperlukan oleh pembeli ataupun konsumen lain sebagai salah satu indikator minat dalam memilih produk yang berkualitas SNI yang harus dilakukan oleh manajemen PT.Tata Logam Lestari, baik melalui media cetak, media sosial ataupun melalui tim marketing yang secara langsung berhadapan dengan para pelanggan.
- 2) Kualitas produk rangka atap baja ringan taso yang seharusnya diketahui oleh pembeli dan konsumen lainnya yang merupakan salah satu keunggulan yang tidak ada di produk lain dapat di maksimalkan manajemen PT.Tata logam lestari dengan strategi yang sudah ditetapkan, sebagai salah satu yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk rangka atap baja ringan merek taso seperti merekomendasikan produk rangka atap baja ringan merek taso dari tim marketing kepada konsumen, teman bermain, rekan kerja maupun keluarga.
- 3) Tampilan produk juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih produk rangka atap baja ringan merek taso, produk rangka atap baja ringan merek taso menawarkan penampilan yang berbeda salah satunya dari daya tahan yang kuat ditengah banyaknya produk kompetitor, selain itu banyaknya macam variasi dan keunggulan produk juga mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih produk merek taso yang dirasa bagus dan berbeda dari produk baja ringan lain, dengan adanya inovasi tersebut, taso menjadi brand rangka atap baja ringan pertama di Indonesia yang menghadirkan kemudahan dan keamanan pada konsumen.

SARAN

Dari hasil analisis dan data penelitian yang telah dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat diberika kepada perusahaan PT.Tata Logam Lestari adalah sebagai berikut :

- 1) Dari hasil analisis kualitas mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian sehingga sebaiknya rangka atap baja ringan merek taso berusaha mempertahankan kualitas misalnya menjaga brand image perusahaan di tengah banyaknya kompetitor yang menawarkan produk yang sama.
- 2) Kualitas Produk merupakan salah satu hal ke dua yang mempengaruhi minat pendukung dalam memilih rangka atap baja ringan merek taso yang harus tetap di jaga untuk membedakannya dari produk lain, hal pembeda seperti daya tahan yang kuat juga di tampilkan pada produk rangka atap baja ringan taso untuk menjaga kualitas, keamanan dan identitas prodok baja ringan.

- 3) Bagi manajemen PT.Tata logam lestari guna meningkatkan minat beli konsumen memilih produk rangka atap baja ringan merek taso bisa dengan cara mengefektifkan kegiatan sosialisasi pentingnya baja ringan yang berkualitas melalui kegiatan promosi langsung yang dilakukan oleh tim marketing maupun melalui media iklan seperti radio yang disiarkan berulang kali dan media sosial lain yang saat ini memang tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat setiap saat.

REFERENSI

- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang* Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta
- Ali Hasan. 2008. *Marketing. Media Utama*. Yogyakarta.
- Basu Swastha, 1993, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- <http://Pemasaran-AMDK.id.scribd.com>
- Durianto, Darmadi, dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Basu Swasta dan Irawan, 2005, *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas Jilid1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. indeks Jakarta.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Penerbit Mandar Maju, Bandung.