

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Pada penelitian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Tujuan riset pasar ini adalah mendapatkan hasil analisis minat dan potensi pasar serta mendapatkan prioritas inovasi untuk produk *modern photo frame* berbahan fiber dengan hipotesis “produk *modern photo frame* berbahan *fiber* akan diminati oleh berbagai golongan masyarakat dan dapat menguasai pasar *modern photo frame* di Kota Surakarta dan sekitarnya.”. Hipotesis terbukti benar berdasarkan hasil kuesioner bahwa 94% responden tertarik terhadap produk yang ditawarkan.
- b. Hasil analisis pasar adalah sebagai berikut :
 - i. Target konsumen untuk produk *modern photo frame* berbahan *fiber* adalah usia pemuda hingga dewasa.
 - ii. Pemilik usaha ini dapat menjual produknya di toko online, gallery atau event kesenian, dan di mall.
 - iii. Produk yang ditawarkan sudah ada di pasaran dengan macam – macam bahan yang berbeda, namun bahan *fiber* yang paling murah.
 - iv. Pemilik usaha harus mampu membuat inovasi dan desain yang berbeda dengan produk yang sudah ada di pasar sehingga mampu bersaing di pasar *photo frame*.
- c. Hasil analisis produk adalah sebagai berikut :
 - i. Konsumen lebih melihat inovasi dan desain terlebih dahulu ketika memilih *photo frame* lalu baru harga dan fungsinya.
 - ii. Kisaran harga *photo frame* yang diketahui konsumen di pasar adalah Rp 100.000,00 – Rp 250.000,00
 - iii. Konsumen menyukai inovasi *modern photo frame* dengan penambahan kaki *frame*.
 - iv. Konsumen menyukai adanya katalog produk sehingga mereka bisa memilih produk dengan mudah.

- d. Hasil analisis tren adalah sebagai berikut :
- i. Laki – laki lebih mengetahui produk *modern photo frame* berbahan *fiber* yang sudah ada di pasaran daripada perempuan.
 - ii. Responden yang sudah mengetahui produk ditawarkan memilih rentang harga Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00 untuk harga penjualan yang cocok.
 - iii. Responden yang sudah mengetahui produk yang ditawarkan kebanyakan membeli *photo frame* di pengrajin atau produsen *photo frame* secara langsung.
- e. Hasil analisis similiaritas
- i. Baik laki – laki maupun perempuan sama – sama membeli *photo frame* di pengrajin atau produsen *photo frame* secara langsung.
 - ii. Semua golongan pekerjaan sama – sama menggunakan *photo frame* untuk tujuan menampilkan foto atau lukisan.
 - iii. Laki – laki dan perempuan sama – sama pernah melihat produk *modern photo frame* di Toko besar.
 - iv. Laki – laki dan perempuan sama – sama memilih rentang harga Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00 sebagai harga penjualan produk yang ditawarkan.
- f. Hasil analisis kontradiksi menunjukkan bahwa responden yang sama sama dari komunitas artistik secara online dan manual, namun pengetahuan akan produk *modern photo frame* berbahan *fiber* berbeda. Komunitas artisik media online belum mengetahui adanya produk tersebut, sedangkan komunitas artistik (manual) mengetahui adanya produk ini.
- g. Hasil analisis *odd groupings* menunjukkan bahwa responden pada komunitas artistik dengan media online banyak yang belum mengetahui produk *modern photo frame* berbahan *fiber*, sedangkan responden yang sudah mengetahui produk ini mengakui melihat produk ini di toko online.

6.2. Saran

Penelitian ini hanya mencakup wilayah Kota Surakarta dan sekitarnya sehingga penelitian selanjutnya dapat mencakup daerah yang lebih luas. Alat atau *tools* riset pasar selanjutnya dapat menggunakan alat yang lain tidak hanya lembar kerja. Metode pengolahan data yang selanjutnya dapat menggunakan metode statistik yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta (2015). Kota Surakarta Dalam Angka tahun 2015. Diakses tanggal 5 Desember 2015 dari <http://surakartakota.bps.go.id/Publikasi/view/id/3>
- Curchill, Jr., Gilbert, A., dan Iacobucci, D.I. (2005). *Marketing Research Methodological Foundation*. (Ed 9). USA: Prentice Hall.
- Djarwanto (1994). Pokok – Pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi. Yogyakarta : Liberty.
- Doman, Don, Dell Dennison, & Margareth Doman (2002). *Market Research Made Easy* (2nd ed.). Canada : Self Counsel Press.
- Fathurrohman. P dan Sobry, S. (2007). Strategi Belajar Mengajar. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Istijanto, M. M. (2005). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kartanegara, Yanivie (2013). Market Research Approach for Formulating Strategy in UD Taman Sari Inda., Thesis pada International Industrial Engineering Program, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Kotler, Philip and Garry Armstrong (2001). *Principle of Marketing (The Millenium ed.)*. Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kusumawati, Agnes Sari (2010). Riset Pasar Produk Cokelat Praline dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta, Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Kristensen, Gorm, and Judith Lynne Z, (2011). How Valuable is a Well – crafted design and name brand. *Journal of Consumer Behaviour*. Denmark
- Malhotra, Naresh K. (2004). *Marketing Research An Applied Orientation Fourth Edition*, USA: Prentice Hall
- Mohammad Nazir (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Moleong, J. Lexi (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Karya.

- Nayatani, Y., Eiga, T., Futami, R., Miyagawa, H. (1984). *The seven New QC Tools Practical Applications of Manager*, Japan: 3A Corporation
- Natter, M., & Mild, A. (2003). *DELI: An interactive new product development tool for the analysis and evaluation of market research data*. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*
- Nunan, Daniel, and Maria Laura Di Domenico (2013). *Market Research and the Ethics of Big Data*, 55 (4), 1-12.
- Sugiono (2003). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto (2002). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sunyoto, Danang (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Swandaru, Charles De Foucould Pradana, (2014). *Riset Pasar Produk PIN Magnet Sebagai Alat Permainan Edukatif Dalam Lingkup Perkembangan Kognitif Bagi Pendidikan Anak Usia Dini*, Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Veloutsou, George, dan Leslei de Chernatony, (2013). *A Taxonomy of Measures for Consumer – Based Brand Equity*. *Journal of Product and Brand Management*. United Kingdom

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Saya mahasiswa tingkat akhir FTI-UAJY yang sedang melakukan riset pasar untuk pengumpulan data yang akan digunakan pada pembuatan skripsi.

Saya mohon partisipasi Bpk/Ibu/Sdr. Untuk mengisi kuesioner ini. Masukan dari informasi yang Bpk/Ibu/Sdr. berikan akan sangat bermanfaat bagi rencana produk baru modern frame berbahan campuran dari partikel kayu, resin, dan bahan perekat sintetis yang disebut dengan fiber board atau nama dagangnya FIBER. Kami harap informasi yang anda berikan adalah sesuai dengan keyakinan anda. Bila terdapat kesulitan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, Bpk/Ibu/Sdr. Dapat bertanya kepada *interviewer*.

Terima Kasih atas bantuan dan kesedian dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Nama : _____ (boleh tidak diisi)

Petunjuk Pengisian : Beri tanda (✓) pada jawaban anda

1. Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

2. Usia anda sekarang :

- ☐ <19 Tahun
- ☐ 19 – 30 Tahun
- ☐ 31 - 40 Tahun
- ☐ 41 - 60 Tahun
- ☐ >60 Tahun

3. Pekerjaan anda :

- ☐ Pelajar
- ☐ Mahasiswa
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Wirausaha
- ☐ Lainnya, sebutkan

4. Apakah menyukai dengan kesenian (Fotografer, Melukis) ?

☐ Ya

☐ Tidak

5. Dimanakah anda biasanya membeli pigura / frame ?

(Boleh lebih dari satu)

☐ Toko besar (Gramedia, ACE hardware, dsb)

☐ Gallery kesenian

☐ Pengrajin pigura / frame

☐ Photo studio

☐ Lainnya, sebutkan

6. Berapa banyak jumlah pigura yang anda beli dalam sekali pembelian ?

☐ < 3

☐ 3 - 10

☐ 10 - 50

☐ 50 - 100

☐ > 100

7. Berapa pengeluaran anda untuk membeli sebuah pigura (A3)?

☐ < Rp 100.000,00

☐ Rp 100.001,00 – Rp 250.000,00

☐ Rp 250.001 – Rp 500.000,00

☐ > Rp 500.000,00

8. Untuk tujuan apa biasanya anda membeli pigura / frame ?

(Boleh lebih dari satu)

☐ Memperindah ruangan rumah

☐ Menampilkan foto / lukisan

☐ Pekerjaan / penjual frame

☐ Lainnya, sebutkan

9. Apa yang anda lihat terlebih dahulu jika ingin membeli pigura / frame ?

Silahkan beri nilai 1 – 4, dimana angka 1 yang paling penting.

Rank	Keterangan
	Harganya (Murah / mahal)
	Desainnya (keindahan)
	Bahannya (Kuat / ringan)
	Keawetannya (Tidak mudah rusak)

Contoh desain Produk modern frame :



10. Apakah anda menyukai desain frame / pigura yang modern seperti produk di atas ?

☐ Ya

☐ Tidak

11. Di mana anda pernah melihat produk diatas ?

(Boleh lebih dari satu)

☐ Toko besar (Gramedia, ACE hardware, dsb)

☐ Gallery kesenian

☐ Pengrajin pigura / frame

☐ Photo studio

☐ Lainnya, sebutkan

12. Anda menyukai produk di atas dari segi apa ?

Silahkan beri nilai 1 – 4, dimana angka 1 yang paling penting.

Rank	Keterangan
	Desainnya
	Warnannya
	Inovasinya
	Fungsinya (Banyak foto)

13. Berapa harga yang anda tawarkan jika anda membeli produk di atas (ukuran bisa lihat contoh)?

- ☐ < Rp 100.000,00
- ☐ Rp 100.001,00 – Rp 250.000,00
- ☐ Rp 250.001 – Rp 500.000,00
- ☐ > Rp 500.000,00

14. Apakah anda sudah mengetahui modern frame dengan bahan dasar fiber ? **(Jika belum silahkan anda lanjut ke nomer 19)**

- ☐ Sudah
- ☐ Belum

15. Di mana anda mendapat informasi modern frame dengan bahan fiber ?

(Boleh lebih dari satu)

- ☐ Teman / kerabat
- ☐ Internet
- ☐ Pameran kesenian / gallery
- ☐ Iklan media cetak
- ☐ Lainnya, sebutkan

16. Apakah anda pernah membeli produk modern frame dengan bahan fiber?

(Jika belum silahkan anda lanjut ke nomer 18)

- ☐ Pernah
- ☐ Belum

17. Di mana anda membeli produk modern frame dengan bahan fiber ?

(Boleh lebih dari satu)

- ☐ Toko online
- ☐ Gallery kesenian
- ☐ Pengrajin pigura / frame
- ☐ Photo studio
- ☐ Lainnya, sebutkan

18. Dimana anda pernah melihat produk modern frame dengan bahan fiber ?

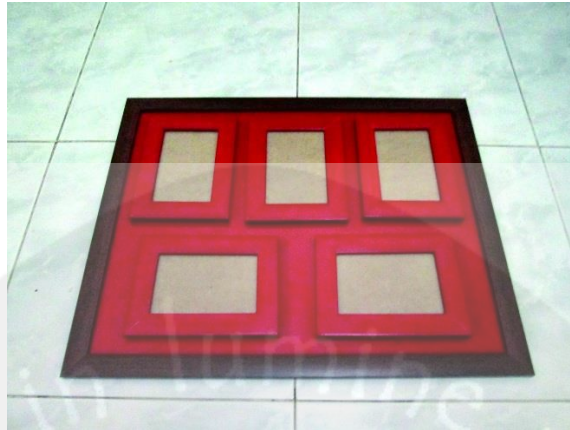
(Boleh lebih dari satu)

- ☐ Toko online
- ☐ Media Cetak
- ☐ Pengrajin pigura / frame secara langsung
- ☐ Pameran kesenian / gallery
- ☐ Lainnya, sebutkan

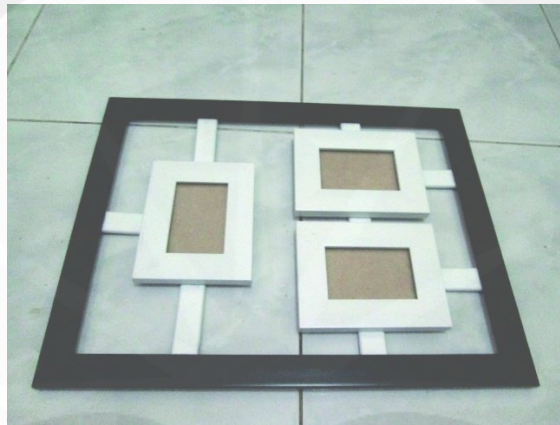
19. Silahkan beri nilai 1 – 3 yang menurut anda paling menarik dari contoh **(sample)** yang di tunjukan. **Nilai 1 ialah yang paling menarik.**

Rank	Keterangan
	Sample 1
	Sample 2
	Sample 3

Sampel 1



Sample 2



Sample 3



20. Berapa kisaran harga yang anda tawarkan jika anda membeli produk modern frame dengan bahan fiber **(Lihat Sample)** ?

- ☐ < Rp 50.000,00
- ☐ Rp 50.001,00 – Rp 100.000,00
- ☐ Rp 100.001 – Rp 200.000,00
- ☐ > Rp 200.000,00

21. Apakah anda tertarik untuk membeli produk modern frame dengan bahan FIBER ?

- ☐ Ya, Alasannya.....
- ☐ Tidak, Alasannya.....

Contoh frame dengan kaki



22. Menurut anda apakah perlu menambah kaki agar frame ini bisa berdiri ?

- ☐ perlu
- ☐ Tidak Perlu

23. Perlukah membuat katalog jenis frame pada produk ini ?

- ☐ perlu
- ☐ Tidak perlu

24. Dimanakah tempat penjualan yang cocok menurut anda untuk produk tersebut ? *(Boleh lebih dari satu)*

☐ Toko Online

☐ Pengrajin

☐ Mall / Supermarket

☐ Event kesenian / pameran

☐ Lainnya.....

25. Silahkan memberi saran untuk produk modern frame dengan bahan fiber / frame yang akan saya produksi nantinya :

Lampiran 2 : Profil IKM

Nama : "RUDY ANEKA FIGURA"
Alamat : Jl. Musium no. 27 – 30, Laweyan, Surakarta, Jawa tengah
Nomor Telp : (0271) 713411
Bentuk Usaha : Produsen / Pengrajin pigura (*Photo Frame*), Distributor
Frame
Pemilik Usaha : Bp. Rudy Haryanto
Berdiri Sejak Tahun : 1989

Struktur pekerjaan dari IKM :

1. Pemilik : Bp. Rudy Haryanto
2. Administrasi 1 : Ibu Hermin
3. Administrasi 2 : Ibu Essy
4. Kepala Pekerja : Bp Sigit
5. Pemotongan : 2 Pekerja
6. Smoothing : 5 Pekerja
7. Pengecatan : 2 Pekerja
8. Perakitan : 2 Orang
9. Finishing : 3 Orang

Supplier bahan utama dari IKM :

- Bahan Kayu :
CV Citra Kreasi Mandiri (Semarang)
Alamat : Perum Griya Lestari Blok A7 No.24 Ngaliyan,
Semarang
- Bahan *Fiber* :
 1. CV Sumber Moulding Polystyrene (Surabaya)
Alamat : Jl. Manukan Madya 17C-12, Surabaya
 2. CV Indo Gracia (Jakarta)
Alamat : Vila Tomang Mas, Blok E/15, Duri Kepa, Jakarta Barat

Lampiran 3 : Gambar IKM Rudy Aneka Pigura



Lampiran 4 : Gambar contoh produk dari IKM





Lampiran 5 : Gambar Contoh *Modern Photo Frame*



