

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia industri yang sangat pesat menuntut para pengusaha baik industri kecil, industri menengah maupun industri besar untuk semakin kreatif dalam meningkatkan daya saing dengan para kompetitornya. Beberapa di antaranya adalah dengan melakukan inovasi terhadap produk yang dipasarkan serta melakukan promosi agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Saat ini industri baru pun banyak bermunculan dengan menawarkan produk-produk unggulannya.

Riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah (dan peluang) dalam bidang pemasaran (Malhotra, 2005). Perusahaan perlu melakukan riset pasar saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Riset pasar juga menghindarkan perusahaan dari risiko produk tidak laku (Doman, 1997). Sebuah riset pasar harus mempunyai tujuan yang jelas sehingga fokus kepada hal-hal yang harus dicari.

CV. X merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha makanan cokelat. Produk perusahaan ini adalah berupa cokelat *praline*, yaitu cokelat dengan berbagai variasi isi dan dicetak dalam berbagai bentuk.

Cokelat *praline* biasa diberikan sebagai hadiah atau bingkisan pada perayaan momen-momen tertentu seperti Hari Valentine dan Hari Raya. Cetakan yang banyak dijual di pasaran membuat cokelat *praline* biasanya memiliki bentuk yang sama, meski dengan kemasan yang berbeda-beda. CV.X sebagai perusahaan yang belum lama berdiri, melihat adanya peluang untuk mengembangkan cokelat *praline* sebagai oleh-oleh khas daerah. Cokelat *praline* yang diwujudkan dalam beberapa relief khas daerah dinilai memiliki potensi pasar yang baik sehingga dibutuhkan riset untuk melihat potensi tersebut. Riset pasar dilakukan sebelum cokelat tersebut diproduksi, untuk menilai seberapa besar minat pasar terhadap ide pengembangan produk oleh CV.X, yang diarahkan pada ciri khas budaya Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mengetahui tanggapan pasar mengenai cokelat *praline* yang diarahkan pada bentuk ciri khas budaya khususnya daerah Yogyakarta.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan tujuan riset pasar untuk CV. X sehingga dihasilkan sebuah hipotesis.
2. Mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar untuk produk cokelat *praline* yang

diarahkan pada bentuk ciri khas budaya khususnya daerah Yogyakarta.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bentuk ciri khas budaya yang menjadi fokus penelitian ini adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Metode riset pasar menggunakan Lembar Kerja sebagai panduan untuk mengarahkan dan mempermudah proses riset.
3. Analisis hasil riset pasar akan difokuskan pada tren, similaritas, dan kontradiksi, untuk menilai tanggapan pasar terhadap coklat *praline* berciri khas daerah.

1.5. Metodologi Penelitian

Prosedur penelitian dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai teori-teori dan metode yang mendukung penelitian. Referensi didapatkan dari buku-buku yang ada dan dari sumber-sumber lain yang menyediakan informasi yang dibutuhkan.

2. Studi Lapangan

Penulis melakukan identifikasi terhadap kebutuhan CV.X untuk mendapatkan tanggapan pasar mengenai produknya. Penulis kemudian mendefinisikan masalah yang ada.

3. Proses Riset Pasar

Penulis memulai riset dengan melakukan *brainstorming*. *Brainstorming* membantu penulis untuk menetapkan arah riset dan menentukan hipotesis berkaitan dengan masalah yang ada. Penulis kemudian mengidentifikasi informasi-informasi yang dibutuhkan berdasarkan hasil *brainstorming*.

Mulai pada tahap *brainstorming* hingga tahap pengumpulan data, penulis menggunakan Lembar Kerja. Lembar kerja ini berisi tahapan-tahapan dalam melakukan riset pasar. Lembar Kerja membantu penulis agar riset lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan. Penulis kemudian melakukan pengumpulan data. Tahapan ini diperlukan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Data- data tersebut dapat dibagi menjadi dua kategori:

- a. Data sekunder, meliputi: Statistik Demografi, Alamat dan Nomor Telepon, Harga dan spesifikasi Produk Pesaing.
- b. Data primer, meliputi: Profil Perusahaan, Spesifikasi coklat yang akan dipasarkan dan tanggapan pasar terhadap coklat yang akan dipasarkan.

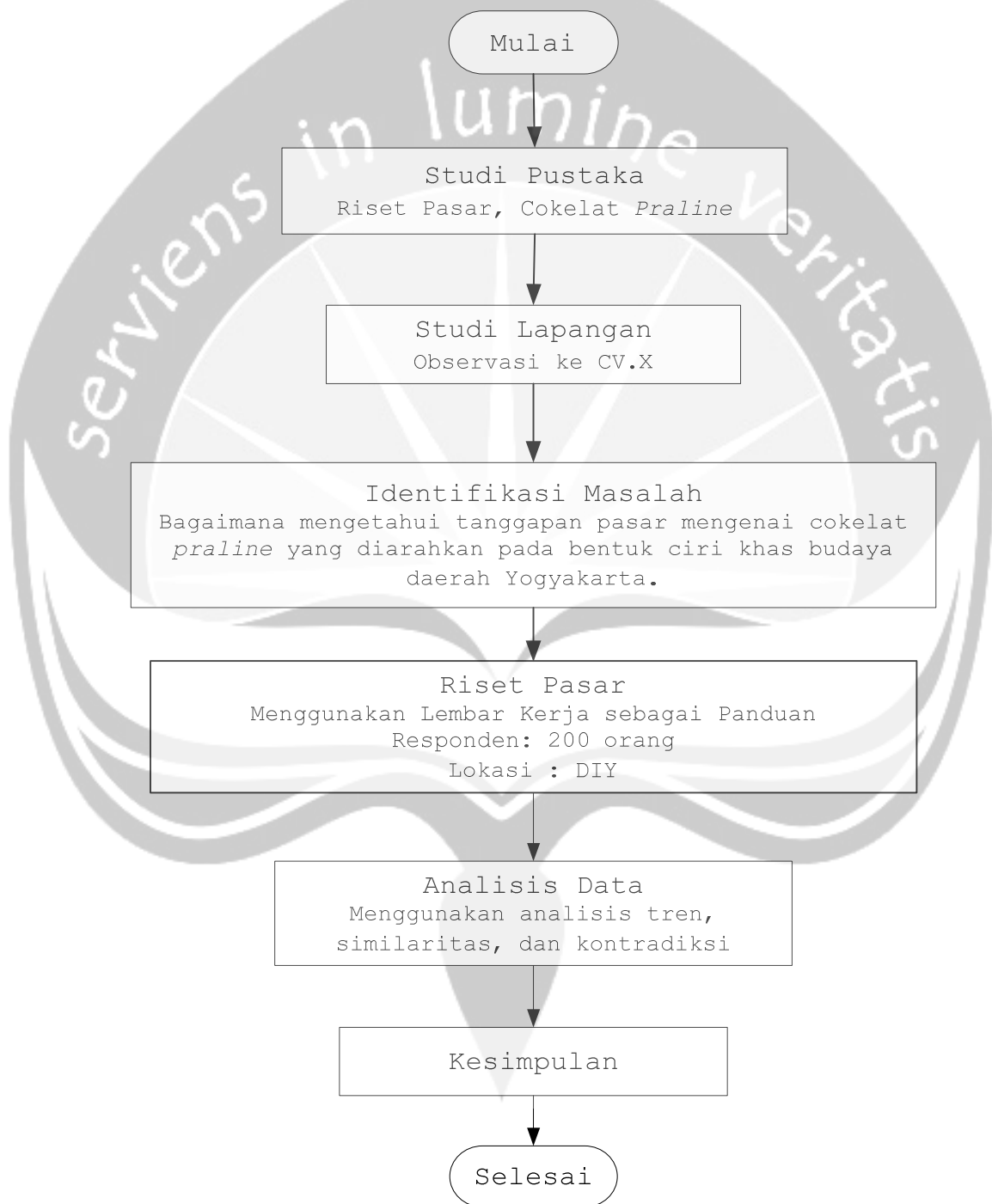
4. Analisis Data

Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil analisis yang dibutuhkan.

5. Kesimpulan

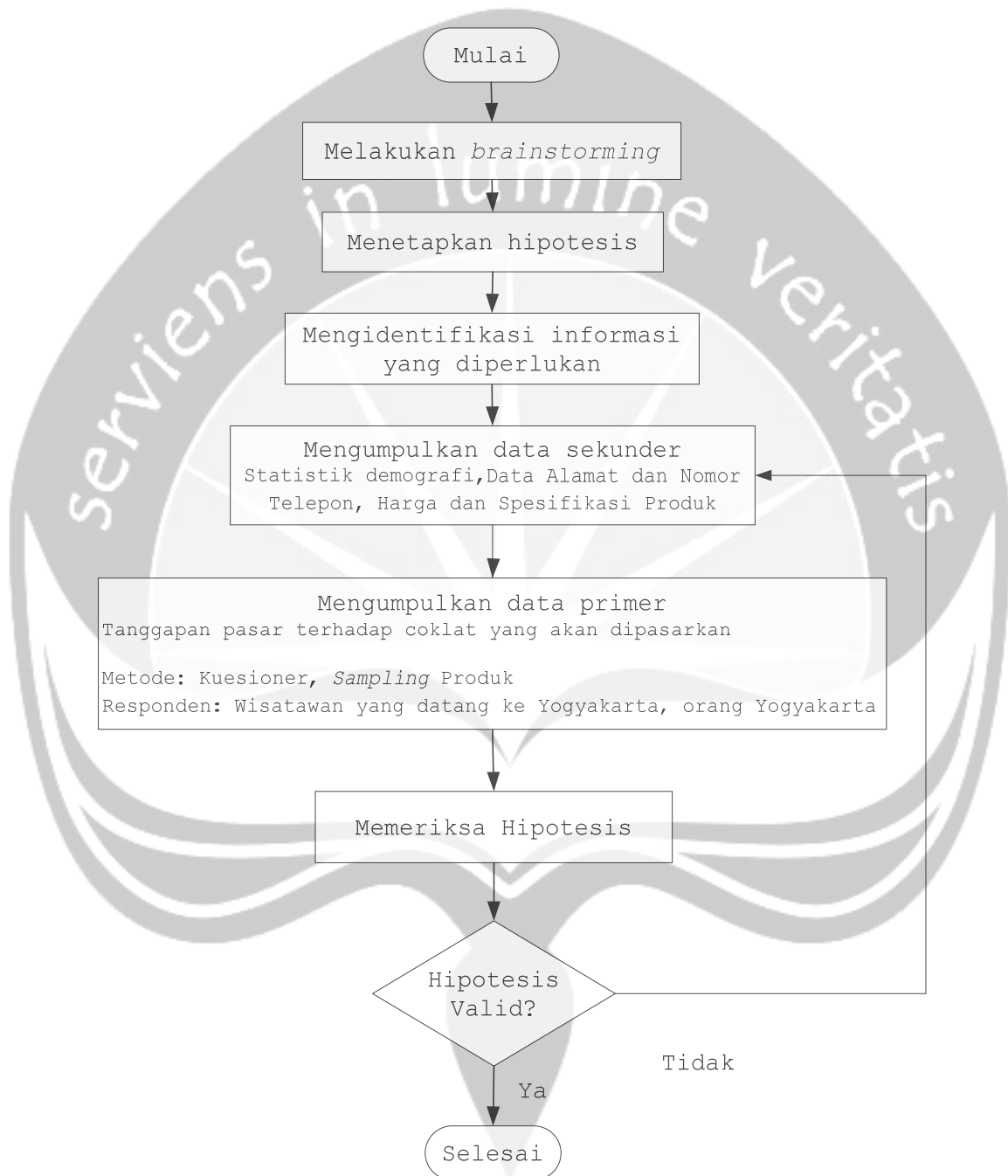
Hasil akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan.

Metodologi penelitian adalah seperti tampak pada Gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1. Diagram alir penelitian

Proses Riset Pasar dijabarkan secara lebih rinci pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2. Diagram alir riset pasar

1.6. Sistematika Penulisan

Bab 1 : Pendahuluan

Bagian ini berisi mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan metodologi penelitian.

Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Bagian ini membahas konsep-konsep dasar mengenai penelitian ini dan kaitannya dengan penelitian sebelumnya.

Bab 3 : Landasan Teori

Bagian ini menjabarkan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini.

Bab 4 : Data

Bagian ini memberikan gambaran mengenai data-data yang terkait dengan penelitian ini.

Bab 5 : Analisis Data dan Pembahasan

Bagian ini berisi tentang pengolahan data serta penjelasan dari analisis data tersebut.

Bab 6 : Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini penulis membuat kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta memberi saran bagi penelitian selanjutnya.