

**RISET PEMASARAN USULAN STRATEGI *BUNDLING*  
TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL YANGKO  
DI IKM YANGKO PAK PRAPTO**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana Teknik Industri**



**REYNO ALGA REKSI**

**14 06 08017**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir Berjudul

**RISET PEMASARAN USULAN STRATEGI BUNDLING  
TERHADAP MAKANAN TRADISIONAL YANGKO  
DI IKM YANGKO PAK PRAPTO**

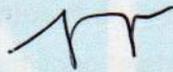
yang disusun oleh

**Reyno Alga Reksi**

14 06 08017

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 23 November 2018

Dosen Pembimbing,



Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., Dr.Eng

Tim Penguji,

Penguji 1,



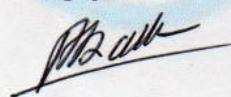
Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., Dr.Eng

Penguji 2,



Kristanto Agung Nugroho, S.T., M.Sc.

Penguji 3,



Dr. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Yogyakarta, 27 November 2018

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

Fakultas Teknologi Industri,



Dekan,



Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reyno Alga Reksi

NPM : 14 06 08017

NIDN : 9954695095

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul “Riset Pemasaran Usulan Strategi *Bundling* terhadap Makanan Tradisional Yangko di IKM Yangko Pak Prpto Pak Prpto” merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2018/2019 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 24 November 2018

Yang menyatakan,

Reyno Alga Reksi

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah, karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Riset Pemasaran Usulan Strategi Bundling terhadap Makanan Tradisional Yangko di IKM Yangko Pak Prpto Pak Prpto”. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pengerjaan tugas akhir ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2. Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., Dr.Eng selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan mengarahkan proses pengerjaan tugas akhir
3. Kedua orang tua Gregorius Agung Marshal dan Catharina Megawati yang selalu mendukung, mendoakan, dan memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir
4. Ibu Galuh selaku pemilik IKM Yangko Pak Prpto yang telah bersedia bekerja sama dalam proses pengerjaan tugas akhir
5. Tim survei Johan, Ramban, Erwin, Oskar, Bendi, Renti, Liana, dan Jaka yang telah membantu penyebaran kuesioner dalam proses pengerjaan tugas akhir
6. Tim *input* data Reski, Deta, Feli, Desy, Sita, Efra, Bara, dan Geta yang telah membantu memasukkan data kuesioner untuk diolah dalam proses pengerjaan tugas akhir
7. Pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini sehingga saran dan kritik pembaca yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca.

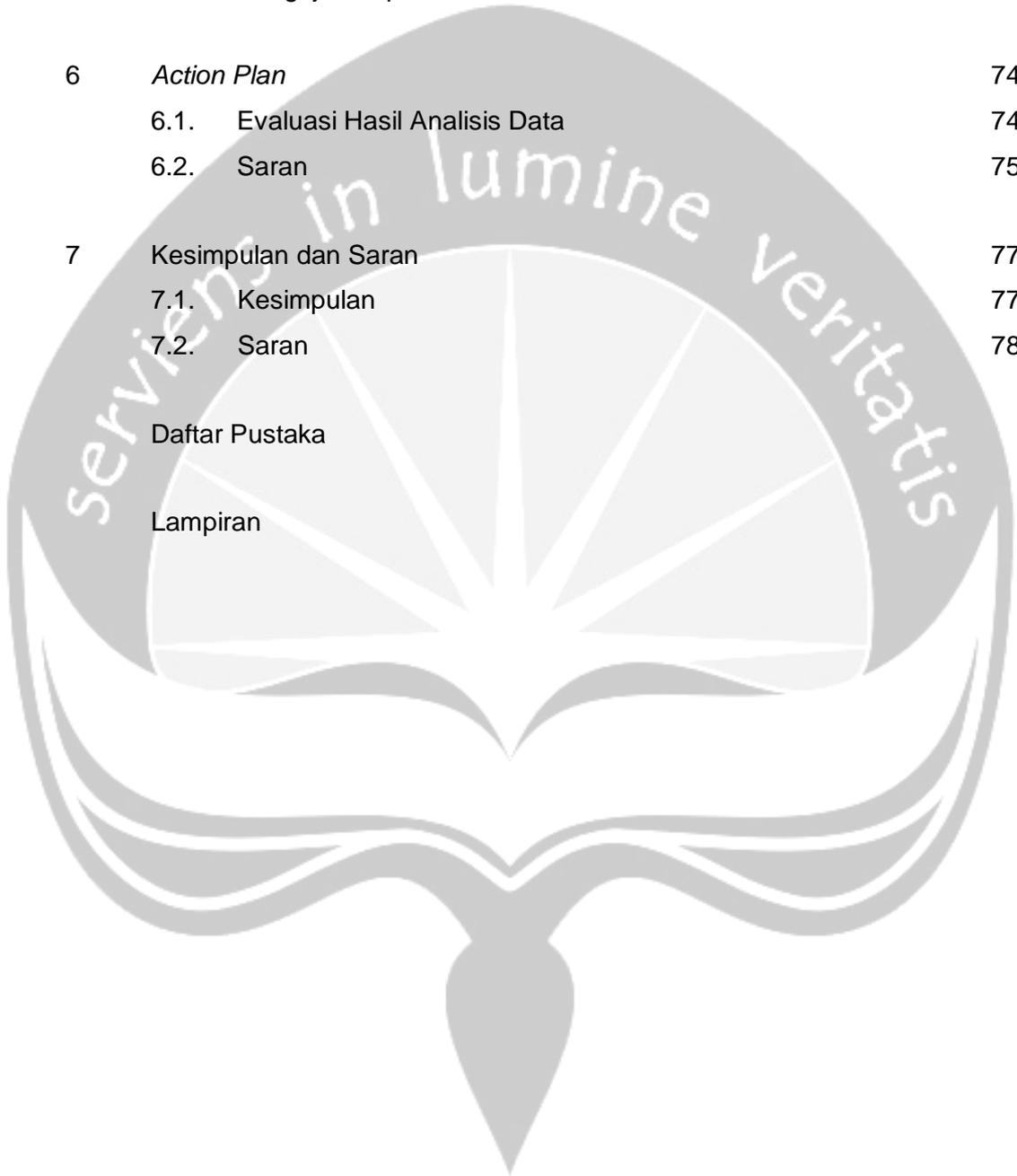
Yogyakarta, 24 November 2018,

Penulis

## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	v
	Daftar Gambar	vii
	Daftar Tabel	xi
	Inti Sari	x
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang Masalah	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	6
3	Metodologi Penelitian	16
	3.1. Metodologi Penelitian	16
	3.2. Proses Riset Pemasaran	18
4	Data dan Pengolahan Data	24
	4.1. Profil Yangko Pak Prpto	24
	4.2. Masalah Keputusan Manajemen & Masalah Riset Pemasaran	24
	4.3. Konteks Lingkungan	25
	4.4. Data Demografi	30
	4.5. Data Survei Media	32
	4.6. Data Kompetitor	37
	4.7. Keputusan Sementara Strategi <i>Bundling</i>	38
5	Analisis dan Pembahasan	40

5.1.	<i>Brainstorming</i>	40
5.2.	Kuesioner	42
5.3.	Hasil Kesioner dan Pembahasan	44
5.4.	Analisis Hasil Kuesioner	66
5.5.	Pengujian Hipotesis	73
6	<i>Action Plan</i>	74
6.1.	Evaluasi Hasil Analisis Data	74
6.2.	Saran	75
7	Kesimpulan dan Saran	77
7.1.	Kesimpulan	77
7.2.	Saran	78
	Daftar Pustaka	
	Lampiran	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Diagram Aliran Metodologi Penelitian	16
Gambar 4.1. Gerai Yangko Pak Prpto	24
Gambar 4.2. Pencarian Hak Paten dan Merek Dagang	28
Gambar 4.3. Maksimal Penggunaan BTP	29
Gambar 4.4. <i>Pie Chart</i> Persentase Jumlah IKM DIY	30
Gambar 4.5. Perkembangan Wisatawan Mancanegara DIY	31
Gambar 4.6. Perkembangan Wisatawan Nusantara DIY	31
Gambar 4.7. Perkembangan Wisatawan DIY	31
Gambar 4.8. Khong Guan	33
Gambar 4.9. Danish Monde Butter Cookie	33
Gambar 4.10. Pizza Hut <i>Triple Box</i>	34
Gambar 4.11. Produk J.CO	34
Gambar 4.12. Happy Meal Cheeseburger	35
Gambar 4.13. Paket Kue Nampan	35
Gambar 5.1. Hasil <i>Brainstorming</i> Produk Bakpia Yangko	42
Gambar 5.2. <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	44
Gambar 5.3. Diagram Batang Rentang Umur Responden	45
Gambar 5.4. Diagram Batang Alamat Asal Responden	45
Gambar 5.5. Diagram Batang Alamat Domisili Responden	46
Gambar 5.6. <i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	47
Gambar 5.7. <i>Pie Chart</i> Penghasilan per Bulan Responden	47
Gambar 5.8. Diagram Batang Makanan Khas Yogyakarta yang Pernah Dibeli	48
Gambar 5.9. Diagram Batang Tujuan Membeli Oleh-oleh Makanan	48
Gambar 5.10. Diagram Batang Tempat Membeli Makanan Tradisional	49
Gambar 5.11. <i>Pie Chart</i> Jumlah Membeli Makanan Tradisional dalam Sebulan	49
Gambar 5.12. <i>Pie Chart</i> Jumlah Uang untuk Membeli Makanan Tradisional Yogyakarta dalam Sebulan	50
Gambar 5.13. <i>Pie Chart</i> Media Sosial Penting untuk Promosi	50
Gambar 5.14. Diagram Batang Media Sosial yang Sering Digunakan	51
Gambar 5.15. <i>Pie Chart</i> Responden Mengetahui Yangko	52
Gambar 5.16. Diagram Batang Rasa yang Disukai Responden dari Yangko	52
Gambar 5.17. <i>Pie Chart</i> Responden Mengetahui Bakpia	53
Gambar 5.18. Diagram Batang Rasa Bakpia yang Disukai Responden	53

Gambar 5.19. <i>Pie Chart</i> Ketertarikan Responden terhadap Bakpia Yangko	54
Gambar 5.20. <i>Pie Chart</i> Tanggapan Nama Bakpia Yangko	54
Gambar 5.21. <i>Pie Chart</i> Keawetan Bakpia Yangko 7 Hari	55
Gambar 5.22. <i>Pie Chart</i> Jumlah Isi Bakpia dan Yangko terhadap Minat Beli	55
Gambar 5.23. <i>Pie Chart</i> Variasi Rasa Terhadap Minat Beli	56
Gambar 5.24. <i>Pie Chart</i> Jumlah Isi Bakpia Yangko	56
Gambar 5.25. <i>Pie Chart</i> Harga Bakpia Yangko	57
Gambar 5.26. <i>Pie Chart</i> Minat Beli Konsumen terhadap Bakpia Yangko	57
Gambar 5.27. Diagram Batang Status Kependudukan Responden terhadap Alasan Membeli Makanan Yangko	67
Gambar 5.28. Diagram Batang Penghasilan/Uang Saku per Bulan terhadap Uang yang Dhabiskan untuk Membeli Makanan Tradisional per Bulan	68
Gambar 5.29. Diagram Batang Rentang Umur Responden terhadap Harga Bakpia Yangko yang Diinginkan	68
Gambar 5.30. Diagram Batang Status Kependudukan Responden di Yogyakarta terhadap Harga Bakpia Yangko yang Diinginkan	69
Gambar 5.31. Diagram Batang Jenis Kelamin terhadap Pola Belanja Makanan Tradisional per Bulan	70
Gambar 5.32. Diagram Batang Status Kependudukan Responden di Yogyakarta terhadap Minat Beli Responden Membeli Bakpia Yangko	70
Gambar 5.33. Diagram Batang Rasa Yangko yang Disukai Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 5.34. Diagram Batang Rasa Bakpia yang Disukai Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Gambar 6.1 Desain Kemasan Baru	75
Gambar 6.2. Isi Bakpia Yangko 10 Bakpia dan 18 Yangko	76
Gambar 6.3. Isi Bakpia Yangko 12 Bakpia dan 16 Yangko	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Istilah, Definisi dan Contoh <i>Bundling</i>	12
Tabel 3.1. Jumlah Sampel	21
Tabel 4.1. Masalah Keputusan Manajemen dan Masalah Riset Pemasaran	25
Tabel 4.2. Komposisi Tepung Beras Ketan per 100 gr Bahan	29
Tabel 4.3. Komposisi Gula Pasir	30
Tabel 4.4. Rekapitulasi Industri Kecil Menengah DIY	30
Tabel 4.5. Jumlah Penduduk Yogyakarta Usia 15 sampai 64 Tahun	32
Tabel 4.6. Makanan Tradisional Populer di Indonesia	36
Tabel 4.7. Makanan Tradisional Yogyakarta	37
Tabel 5.1. <i>Brainstorming</i>	40
Tabel 5.2. Gerai Penyebaran Kuesioner	43
Tabel 5.3. Frekuensi Faktor Daya Tarik Makanan Tradisional	51
Tabel 5.4. Komentar/Usulan Responden terhadap Bakpia Yangko	58
Tabel 6.1. Hasil Evaluasi <i>Bundling Product</i> Bakpia Yangko	74

## INTISARI

Yangko merupakan salah satu makanan tradisional khas Yogyakarta yang diproduksi dan dijual di IKM Yangko Pak Prpto. Makanan ini kurang populer dan kurang diminati terutama dikalangan pendatang dari luar Yogyakarta karena berdasarkan survei dari 173 pendatang dari luar Yogyakarta hanya 40% yang mengetahui yangko dan 27% yang pernah membeli yangko. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan riset pemasaran pada IKM Yangko Pak Prpto yang bertujuan meningkatkan minat beli konsumen terhadap yangko dengan melakukan usulan strategi *bundling* produk terhadap makanan yangko.

Data sekunder yang didapatkan mendukung usulan *bundling* produk makanan yangko yaitu menggabungkan makanan tradisional yangko dan bakpia ke dalam satu kemasan dengan nama bakpia yangko dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap yangko. Sedangkan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan teknik *purpsive sampling* di gerai makanan tradisional Yogyakarta berjumlah 342 responden.

Analisis yang digunakan pada riset ini yaitu analisis tren, similaritas, kontradiksi, dan *odd grouping* dengan penyajian data menggunakan *pie chart* dan diagram batang. Hasil data menunjukkan pembeli makanan tradisional didominasi oleh wisatawan dengan persentase 47,5%, penduduk asli Yogyakarta 24,2%, dan penduduk luar Yogyakarta yang berdomisili di Yogyakarta 28,3%. Hasil analisis minat beli konsumen menunjukkan 89% responden tertarik untuk membeli makanan bakpia yangko. Tahap akhir dari hasil analisis ini yaitu berupa *action plan* berdasarkan data yang didapatkan.

**Kata Kunci : Riset Pemasaran, Strategi *Bundling*, Yangko, Bakpia Yangko**