

**RISET PASAR UNTUK MEMULAI USAHA BARU  
KLAPPERTAART**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



**ALUYSIUS GERRY PRIMASATYA**

**12 16 07182**

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

**2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul  
**RISET PASAR UNTUK MEMULAI USAHA BARU KLAPPERTAART**

yang disusun oleh  
**Aluysius Gerry Primasatya**  
12 16 07182

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 4 Juli 2014

Dosen Pembimbing,



T. B. Hanandoko, S.T., M.T.

Tim Penguji,

Penguji 1,



T. B. Hanandoko, S.T., M.T.

Penguji 2,



Hadi Santono, S.T., M.T.

Penguji 3,



Tonny Yuniarto, S.T., M.Eng.

Yogyakarta, 10 Juli 2014

Universitas Atma Jaya Yogyakarta,

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,



Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aluysius Gerry Primasatya

NPM : 12 16 07182

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Riset Pasar untuk Memulai Usaha Baru Klappertaart" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2013/2014 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan 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 sebenarnya.

Yogyakarta, 22 Juni 2014

Yang menyatakan,



Aluysius Gerry Primasatya

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa bahwa atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Teknik Industri.

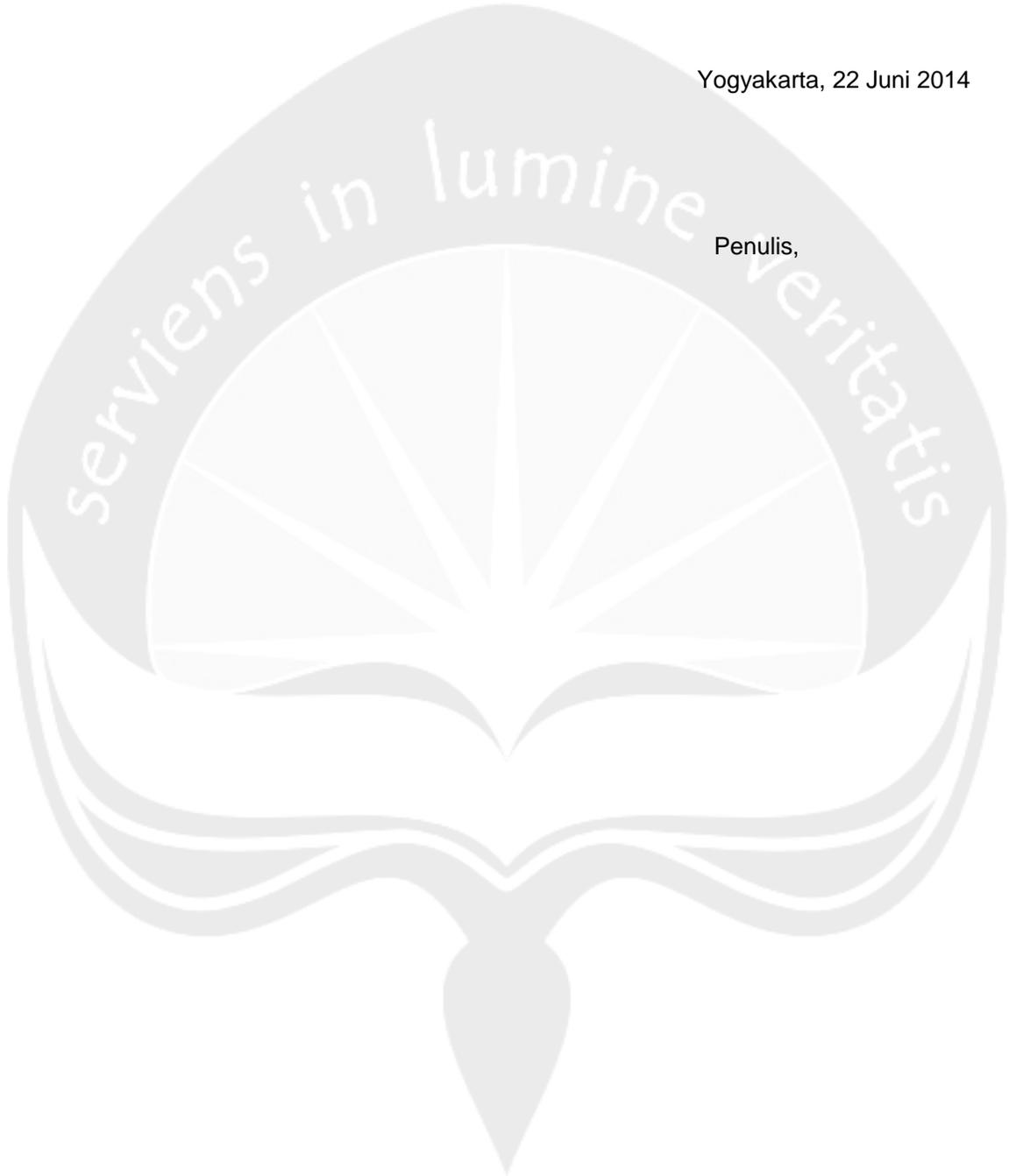
Keberhasilan penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini tentu saja tidak terlepas dari doa, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Mama, Papa, Kakak dan anggota keluarga besar yang telah memberikan dukungan melalui doa, moril dan material kepada penulis.
2. Bapak T. B. Hanandoko, S.T., M.T. selaku pembimbing Tugas Akhir untuk kelompok riset pasar yang sangat sabar serta berkenan membantu dan meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan, masukan yang berguna buat kami semua dari awal sampai akhir penulisan Tugas Akhir.
3. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Teknologi Industri yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama berada di Atma Jaya Yogyakarta.
4. Vanessa dan Om Ipol yang telah berusaha keras membantu pembuatan Tugas Akhir ini, yang nantinya bisa digunakan sebagai modal dalam mendirikan bisnis klappertaart ini.
5. Teman – teman seperjuangan untuk kelompok riset pasar yang telah saling membantu dan memotivasi satu sama lain (Mas Daru, Yona, Yacob, Gufran, Andhika, Odie, Patrick).
6. Teman – teman ATMI untuk semua kebersamaannya.
7. Teman – teman SMP dan SMA yang telah membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner sehingga dapat berjalan dengan lancar dan cepat.
8. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi seluruh pembaca.

Yogyakarta, 22 Juni 2014

Penulis,



## DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vi
	Daftar Tabel	ix
	Daftar Gambar	x
	Daftar Lampiran	xiii
	Intisari	xiv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penulisan	4
	1.4. Batasan Masalah	4
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	5
	2.1. Tinjauan Pustaka	5
	2.1.1. Penelitian Terdahulu	5
	2.1.2. Penelitian Sekarang	6
	2.2. Dasar Teori	9
	2.2.1. Pengertian Riset Pasar	9
	2.2.2. Jenis Riset Pasar	10
	2.2.3. Klasifikasi Riset Pasar	11

2.2.4.	Prosedur Riset Pasar	11
2.2.5.	Sumber Data Riset Pasar	13
2.2.6.	Macam Data Riset Pasar	14
2.2.7.	Memahami Demografi dan Psikografi	14
2.2.8.	Klappertaart	14
2.2.9.	Keunggulan Kompetitif	15
2.2.10.	Persaingan	15
2.2.11.	Kemasan Pangan	16
2.2.12.	Lembar Kerja	18
2.2.13.	Metode Survei	28
2.2.14.	Kuesioner	29
2.2.15.	<i>Seven New Quality Tools</i>	29
2.2.16.	Menentukan Makna dari Tanggapan	35
3	Metodologi Penelitian	37
3.1.	Prosedur Penelitian	37
3.2.	Diagram Alir Penelitian	40
4	Data	43
4.1.	Data Statistik Demografi Bekasi	43
4.2.	Data Alamat dan Nomor Telepon	47
4.3.	Spesifikasi dan Harga Produk Klappertaart di Pasaran	48
4.4.	Menetapkan Tujuan Riset Pasar Menggunakan Proses <i>Brainstorming</i>	51
5	Analisis Data dan Pembahasan	55
5.1.	Perancangan Kuesioner	55

5.1.1. Menjabarkan Target Konsumen	55
5.1.2. Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar	57
5.1.3. Kategori Data Sekunder	60
5.1.4. Pertanyaan Tambahan yang Muncul Dari Riset Data Sekunder	62
5.1.5. Memeriksa Hipotesis	62
5.1.6. Menambahkan Beberapa Hal yang Diketahui Tentang Bisnis yang Direncanakan	64
5.1.7. Tingkat Kompetisi Bisnis yang Direncanakan	66
5.1.8. Data Kompetitor	67
5.2. Penyebaran Kuesioner	67
5.3. Hasil Kuesioner	68
5.4. Menganalisis Hasil Dari Jawaban Kuesioner	96
5.4.1. Tren	97
5.4.2. Similaritas	98
5.4.3. Kontradiksi	99
5.4.4. <i>Odd Groupings</i>	99
5.5. Pengujian Hipotesis	100
6 Kesimpulan dan Saran	101
6.1. Kesimpulan	101
6.2. Saran	101
Daftar Pustaka	103
Lampiran	107

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Saat Ini dengan Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.1. Data Alamat dan Nomor Telepon Toko Makanan	47
Tabel 4.2. Spesifikasi dan Harga Produk Klappertaart	48
Tabel 4.3. Tabel <i>Brainstorming</i> dengan Pemilik Toko	52
Tabel 4.4. Tabel <i>Brainstorming</i> dengan Tim Van Klappertaart	53
Tabel 5.1. Tabel Frekuensi <i>Rangking</i> Dalam Membeli Makanan	72
Tabel 5.2. Tabel Prioritas Responden Membeli Makanan	72
Tabel 5.3. Tanggapan Terhadap Klappertaart A	88
Tabel 5.4. Tanggapan Terhadap Klappertaart B	91
Tabel 5.5. Tabel Pendapatan dan Persetujuan Responden	97
Tabel 5.6. Tabel Jenis Kelamin dan Desain Kemasan	97
Tabel 5.7. Tabel Pecinta Kuliner dan Persetujuan Responden	97
Tabel 5.8. Tabel Responden yang Mengenal Klappertaart	99

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Lembar Kerja 1: Menjabarkan Target Konsumen	21
Gambar 2.2. Lembar Kerja 2: Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar	22
Gambar 2.3. Lembar Kerja 3: Menetapkan Kategori Data Sekunder	23
Gambar 2.4. Lembar Kerja 4: Menambahkan Pertanyaan Tambahan yang Muncul Dari Riset Data Sekunder	24
Gambar 2.5. Lembar Kerja 5: Memeriksa Hipotesis	25
Gambar 2.6. Lembar Kerja 6: Menambahkan Beberapa Hal yang diketahui Tentang Bisnis yang Direncanakan	26
Gambar 2.7. Lembar Kerja 7: Tingkat Kompetisi Bisnis yang Direncanakan	27
Gambar 2.8. Lembar Kerja 8: Data Kompetitor	28
Gambar 2.9. Contoh <i>Affinity Diagram</i>	31
Gambar 2.10. Contoh <i>Interrelationship Diagram</i>	32
Gambar 2.11. Contoh <i>Tree Diagram</i>	33
Gambar 2.12. Contoh <i>Matrix Diagram</i>	34
Gambar 2.13. Contoh <i>Matrix Data Analysis</i>	34
Gambar 2.14. Contoh <i>Activity Network Diagram</i>	35
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian	40
Gambar 4.1. Data Jumlah Penduduk di Kota Bekasi Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2012	43
Gambar 4.2. Data Rata-Rata Pendapatan Bersih Untuk Pekerja Selama Sebulan	44
Gambar 4.3. Data Jumlah Tenaga Kerja di Bekasi	45
Gambar 4.4. Data Jumlah Industri di Bekasi	46
Gambar 5.1. Lembar Kerja 1: Menjabarkan Target Konsumen	56
Gambar 5.2. Lembar Kerja 2: Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar	59
Gambar 5.3. Lembar Kerja 3: Menetapkan Kategori Data Sekunder	61
Gambar 5.4. Lembar Kerja 4: Menambahkan Pertanyaan Tambahan yang Muncul Dari Riset Data Sekunder	62

Gambar 5.5.	Lembar Kerja 5: Memeriksa Hipotesis	63
Gambar 5.6.	Lembar Kerja 6: Menambahkan Beberapa Hal yang Diketahui Tentang Bisnis yang Direncanakan	64
Gambar 5.7.	Lembar Kerja 7: Tingkat Kompetisi Bisnis yang Direncanakan	66
Gambar 5.8.	Lembar Kerja 8: Data Kompetitor	67
Gambar 5.9.	<i>Pie Chart</i> Usia Responden	68
Gambar 5.10.	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	69
Gambar 5.11.	<i>Pie Chart</i> Asal Kota Responden	69
Gambar 5.12.	<i>Pie Chart</i> Jenis Pekerjaan Responden	70
Gambar 5.13.	<i>Pie Chart</i> Pendapatan Responden	71
Gambar 5.14.	<i>Pie Chart</i> Pecinta Kuliner	71
Gambar 5.15.	<i>Pie Chart</i> Responden yang Mengenal Produk Klappertaart	73
Gambar 5.16.	<i>Pie Chart</i> Jumlah Responden yang Tertarik Ingin Mencoba Klappertaart	73
Gambar 5.17.	<i>Column Chart</i> Tempat Membeli Klappertaart	74
Gambar 5.18.	<i>Column Chart</i> Harga Klappertaart yang Anda tahu di Pasaran	75
Gambar 5.19.	<i>Column Chart</i> Klappertaart Biasanya Ditemukan dalam Acara apa?	76
Gambar 5.20.	<i>Column Chart</i> Responden Membeli Klappertaart untuk Apa?	77
Gambar 5.21.	<i>Column Chart</i> Darimana Responden Mendapatkan Informasi Tentang Klappertaart?	78
Gambar 5.22.	<i>Pie Chart</i> Apakah Responden Pernah Melihat Toko Klappertaart di Bekasi?	78
Gambar 5.23.	<i>Pie Chart</i> Apakah Responden Setuju Jika Didirikan Toko Klappertaart di Bekasi?	79
Gambar 5.24.	<i>Column Chart</i> Menurut Responden Langkah yang Tepat Untuk Menjual Klappertaart?	80
Gambar 5.25.	<i>Pie Chart</i> Rasa yang Disukai Responden	81
Gambar 5.26.	<i>Pie Chart</i> Biaya yang Harus Dikeluarkan Untuk Membeli Klappertaart Ukuran Cup Diameter 8cm	82

Gambar 5.27. <i>Pie Chart</i> Kemasan yang Cocok Untuk Klappertaart	82
Gambar 5.28. <i>Column Chart</i> Kemasan yang Diinginkan Responden	83
Gambar 5.29. <i>Pie Chart</i> Desain Kemasan yang Disukai Responden	84
Gambar 5.30. <i>Column Chart</i> Rasayang Ingin Dicoba Responden	84
Gambar 5.31. <i>Pie Chart</i> Ukuran Loyang yang Sesuai Untuk Cemilan	85
Gambar 5.32. <i>Pie Chart</i> Klappertaart yang Lebih Disukai Responden	86
Gambar 5.33. Klappertaart A	87
Gambar 5.34. Klappertaart B	87
Gambar 5.35. Diagram Afinitas Penilaian Responden	95
Gambar 5.36. Desain A	96
Gambar 5.37. Desain B	96
Gambar 5.38. Perbandingan Antara Pekerjaan Responden Dengan Biaya yang Sanggup Dikeluarkan	98

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	108
Lampiran 2. Artikel Ilmiah	114



## INTISARI

Minimnya ketersediaan klappertaart di kota Bekasi menjadi akar masalah dalam penelitian ini. Klappertaart atau yang dikenal juga sebagai kue kelapa khas Belanda sering menjadi makanan istimewa untuk berbagai acara ataupun sekedar sebagai makanan ringan di rumah. Survei pendahuluan yang dilakukan menunjukkan bahwa peminat klappertaart cukup tinggi namun tidak diikuti oleh ketersediaan barang yang memadai. Sistem pesan terbatas yang diterapkan oleh beberapa penyedia klappertaart seperti toko dan katering di kota Bekasi menunjukkan bahwa belum ada jaminan ketersediaan klappertaart saat dibutuhkan oleh konsumen.

Penelitian ini akan berfokus pada persiapan riset pasar dalam upaya membuka usaha baru klappertaart di kota Bekasi. Formulasi keunggulan kompetitif yang diperlukan dalam kompetisi bisnis kuliner akan dirumuskan sebelum menyusun hipotesis uji, agar nantinya bisa menilai seberapa besar pasar akan menyambut baik produk klappertaart di Bekasi. Lembar Kerja digunakan untuk menjabarkan target konsumen, menyusun pertanyaan dasar yang dibutuhkan, hingga merumuskan profil kompetisi yang dihadapi dalam bisnis klappertaart. Lembar Kerja ini merupakan alat untuk membuat kuesioner yang nantinya akan di sebar di daerah Bekasi. Hasil dari kuesioner ini nantinya akan digunakan untuk membantu dalam membuka usaha klappertaart di Bekasi. Metode analisis dilakukan dengan analisis tren, similaritas, kontradiksi dan *odd groupings*.

Hasil riset menunjukkan bahwa tujuan riset pasar ini tercapai karena hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar menunjukkan potensi untuk mendirikan usaha klappertaart di Bekasi cukup besar karena 96% dari 94 responden yang belum pernah melihat toko klappertaart mendukung usaha ini. Hasil analisis tren juga menunjukkan pendapatan yang semakin meningkat mempengaruhi persetujuan terhadap pernyataan "setuju jika didirikan toko klappertaart di Bekasi". Hasil analisis similaritas menunjukkan dari usia 15-68 tahun, 83% responden menyatakan mengenal produk klappertaart. Responden mendukung pengembangan klappertaart yang akan dilakukan, dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa dari desain kemasan yang ditawarkan sebanyak 57% responden lebih memilih desain B karena responden lebih menyukai kemasan yang mudah dibawa, lalu dari segi rasa responden ingin mencoba berbagai rasa seperti *green tea*, mangga, pandan, pisang, *caramel* dan sirsak.

Dosen Pembimbing : T. B. Hanandoko, S.T., M.T.

Tanggal ujian : 4 Juli 2014