

RISET PASAR PRODUK KERIPIK TEMPE SAGU

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Teknik Industri



YACOB ADITAMA

12 16 07181

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

RISET PASAR PRODUK KERIPIK TEMPE SAGU

yang disusun oleh

Yacob Aditama

12 16 07181

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 3 Juli 2014

Dosen Pembimbing



T. B. Hanandoko, ST., MT.

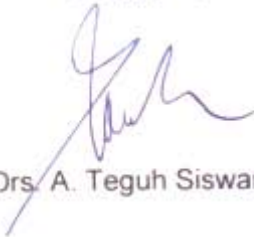
Tim Penguji,

Penguji 1,



T. B. Hanandoko, ST., MT.

Penguji 2 ,



Dr. Drs. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Penguji 3 ,



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

Yogyakarta, 10 Juli 2014

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,



FAKULTAS
TEKNOLOGI INDUSTRI

Dr. Drs. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yacob Aditama

NPM : 12 16 07181

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2014/1015 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

Bilamana di kemudian 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 sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 juni 2014

Yang menyatakan,



Yacob Aditama

Jangan pernah ragu untuk melakukan suatu kebaikan
sekecil apapun,
karena selalu ada jalan untuk setiap niat baik.

-Yacob Aditama



*Skripsi ini kupersembahkan kepada:
Tuhan Yesus dan Ibuku tercinta
yang kini telah berbahagia di surga
bersama-Nya*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang diberikan olehnya sehingga penelitian dan penulisan tugas akhir yang berjudul "Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu" dapat diselesaikan dengan baik.

Penelitian dan penulisan Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan menjadi Sarjana Teknik Industri.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penulisan laporan akhir ini. Ucapan terima kasih diberikan kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Yosef Daryanto, S.T., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Teknik Industri Yogyakarta.
3. Bapak Paulus Wisnu Anggoro, S.T., M.T. selaku Koordinator S1 ATMI-UAJY yang telah membimbing dan mengarahkan selama proses perkuliahan hingga perencanaan Tugas Akhir dimulai.
4. Bapak T. B. Hanandoko, ST., MT. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan pikiran demi membimbing, mengarahkan, dan memberi masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Bapak/Ibu Mursalim, atas ijin yang diberikan untuk mengangkat usaha keripik tempe sagu Satefa sebagai obyek penelitian ini dan kerelaan dalam meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.
6. Kedua orang tua tercinta, R. Trusto Wiadi tercinta dan Catharina Sulastri, serta kakak terbaik, R. Aditya Rusdi Laksono Widodo, atas doa dan dorongan baik berupa material maupun spiritual sehingga Tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Keluarga besar, mbah kakung, mbah putri, oom, tante, serta adik-adik sepupu, terima kasih atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan, khususnya kepada oom terbaik Michael Budi Pramono yang telah memberikan bantuan secara teknis selama proses pembuatan Tugas Akhir.
8. Teman-teman Atmi, satu bimbingan, dan satu angkatan, terima kasih atas dukungan dan kerja sama yang terjalin selama ini.

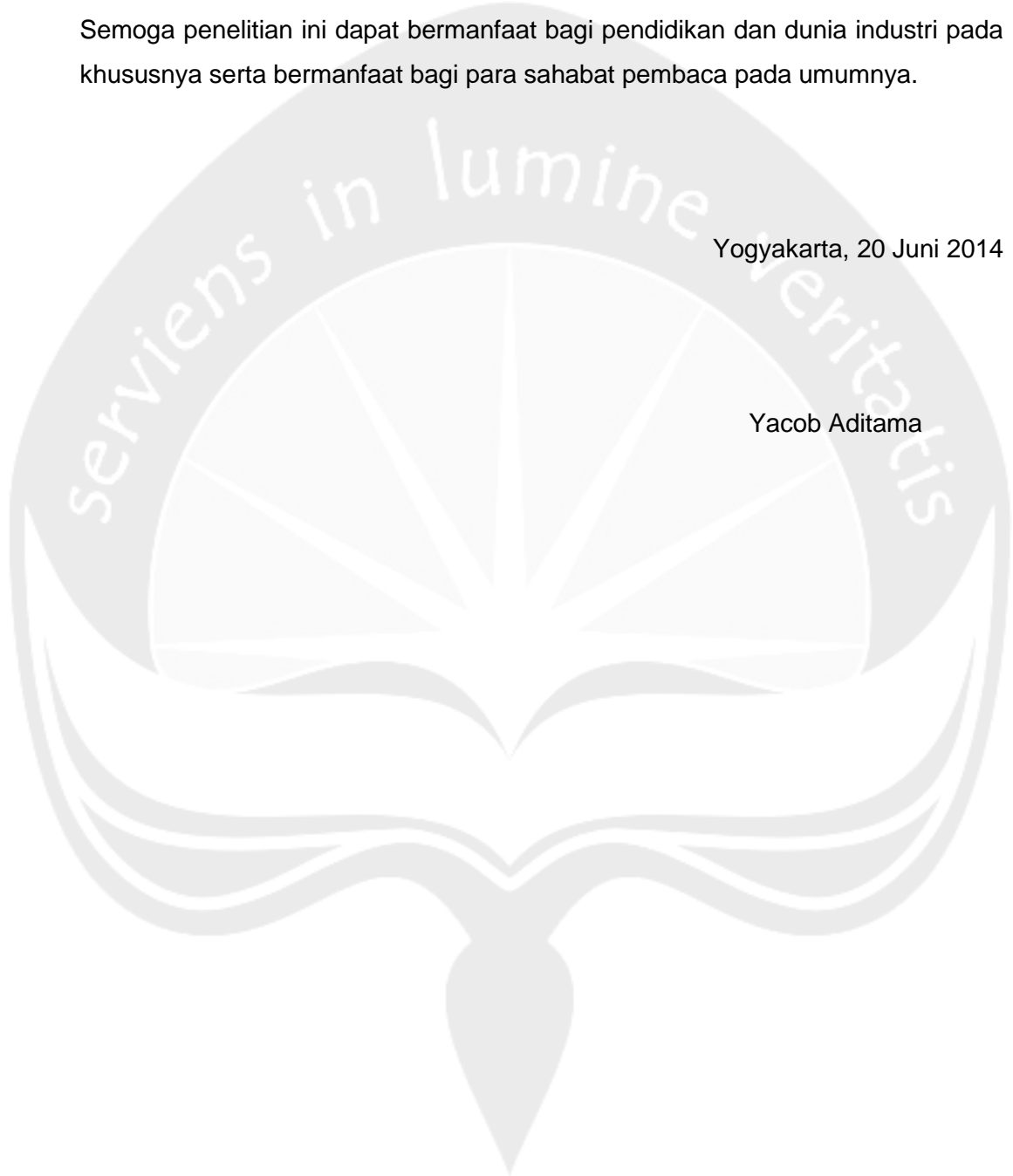
9. Clara Andina Prasanti, *for being who you are and being with me.*

Peneliti menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari sahabat pembaca sekalian sangat peneliti harapkan.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pendidikan dan dunia industri pada khususnya serta bermanfaat bagi para sahabat pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 20 Juni 2014

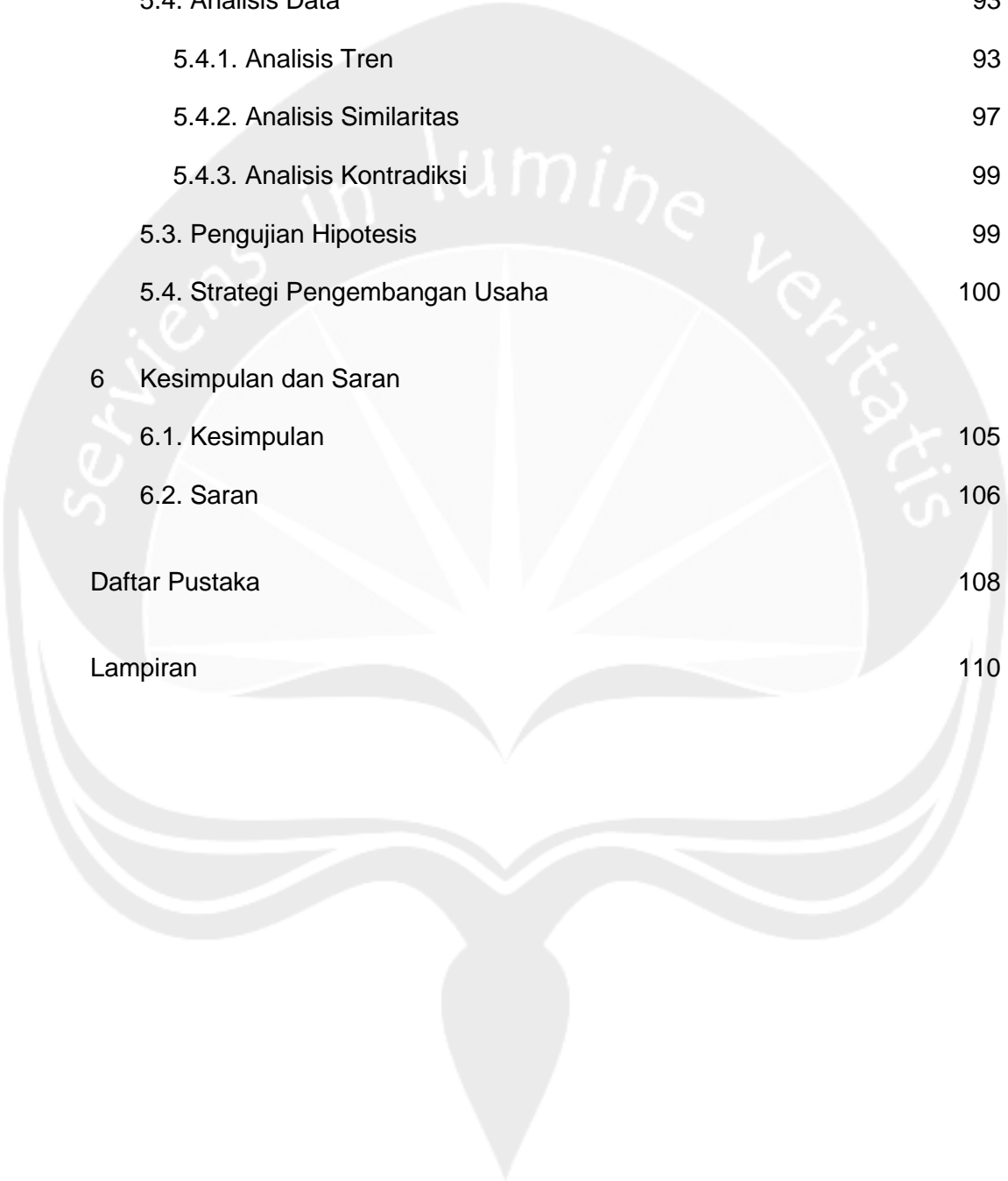
Yacob Aditama



DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Halaman Pernyataan Originalitas	iii
	Halaman Persembahan	iv
	Kata pengantar	v
	Daftar isi	vii
	Daftar Tabel	x
	Daftar Gambar	xi
	Intisari	xiv
1	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Dasar Teori	10
	2.2.1. Pengertian Riset Pasar	10
	2.2.2. Pengertian Riset Pasar	11
	2.2.3. Tujuan Riset Pasar	11
	2.2.4. Prosedur Riset Pemasaran	11
	2.2.5. Sumber Data Riset Pasar	17
	2.2.6. Memahami Demografi dan Psikografi	19
	2.2.7. <i>Fishbone Diagram</i>	20

2.2.8. Lembar Kerja	22
3 Metodologi	
3.1. Identifikasi Masalah	31
3.2. Studi Lapangan	31
3.3. Studi Pustaka	31
3.4. Riset Pasar	32
3.4.1. Menentukan Topik Riset Pasar	32
3.4.2. Menentukan Topik Riset Pasar	32
3.4.3. Perumusan Hipotesis	32
3.4.4. Menentukan Metode Riset	32
3.4.5. Menentukan Data Riset	32
3.4.6. Metode Pengumpulan Data	33
3.4.7. Pengolahan Data	33
3.4.8. Analisis Data	33
3.5. Kesimpulan	33
4 Data	
4.1. Profil Usaha Rumah Tangga Anugerah	36
4.2. Data Statistis Demografi Daerah Istimewa Yogyakarta	39
4.2. Data Ilmiah kandungan Gizi Kacang Kedelai	43
4.3. Harga dan spesifikasi Produk Keripik Tempe Sagu di Pasaran	44
4.4. Data Alamat dan Nomor Telepon yang Dibutuhkan	46
4.5. Menetapkan Tujuan Riset Pasar Melalui Proses Brainstorming	48
5 Analisis Data dan Pembahasan	
5.1. Perancangan kuesioner	51
5.2. Penyebaran Kuesioner	63



5.2.1. Teknik Sampling	63
3.4.2. Sample Produk	65
5.3. Hasil Kuesioner	66
5.4. Analisis Data	93
5.4.1. Analisis Tren	93
5.4.2. Analisis Similaritas	97
5.4.3. Analisis Kontradiksi	99
5.3. Pengujian Hipotesis	99
5.4. Strategi Pengembangan Usaha	100
6 Kesimpulan dan Saran	
6.1. Kesimpulan	105
6.2. Saran	106
Daftar Pustaka	108
Lampiran	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	7
Tabel 2.2.	Perbedaan Data Kualitatif dan Data Kuantitatif	18
Tabel 4.1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten/Kota pada Tahun 2008 – 2012	41
Tabel 4.2.	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2008 – 2012	42
Tabel 4.3.	Jumlah Pengunjung Terbanyak Obyek Daya Tarik Wisata di DIY Tahun 2012	43
Tabel 4.4.	Komposisi Zat Gizi Kedelai Tiap 100 Gr	43
Tabel 4.5.	Produk Keripik Tempe Sagu di Pasaran	44
Tabel 4.6.	Data Alamat dan Nomor Telepon Toko yang Menjual Oleh-Oleh Khas Yogyakarta	46
Tabel 4.7.	Data Data Alamat dan Nomor Telepon Lembaga yang Mendukung Data Sekunder	47
Tabel 4.8.	<i>Brainstorming</i>	49
Tabel 5.1.	Tempat Responden Membeli Oleh-Oleh	79
Tabel 5.2.	Komentar Terhadap Produk A	86
Tabel 5.3.	Komentar Terhadap Produk B	89
Tabel 5.4.	Rasa Keripik Tempe Sagu yang Disukai Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 5.5.	Isi Kemasan Menurut Alasan Membelinya	96
Tabel 5.6.	Model Kemasan yang Disukai Menurut Alasan Membelinya	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Contoh <i>Fishbone Diagram</i>	22
Gambar 2.2.	Lembar Kerja 1	23
Gambar 2.3.	Lembar Kerja 2	24
Gambar 2.4.	Lembar Kerja 3	25
Gambar 2.5.	Lembar Kerja 4	26
Gambar 2.6.	Lembar Kerja 5	27
Gambar 2.7.	Lembar Kerja 6	28
Gambar 2.8.	Lembar Kerja 7	29
Gambar 2.9.	Lembar Kerja 8	30
Gambar 3.1.	Diagram Alir Metode Penelitian	34
Gambar 4.1.	Lokasi Usaha Rumah Tangga Anugerah	36
Gambar 4.2.	Tempat Pembuatan Keripik Tempe Sagu Satefa	37
Gambar 4.3.	Keripik Tempe Sagu Satefa	38
Gambar 4.4.	Label Keripik Tempe Sagu Satefa	39
Gambar 4.5.	<i>Bar Chart</i> Jumlah Penduduk DIY Tahun 2013	39
Gambar 4.6.	<i>Bar Chart</i> Kepadatan Penduduk DIY Tahun 2013	40
Gambar 4.7.	Proses <i>Brainstorming</i>	48
Gambar 5.1.	Lembar Kerja 1: Menetapkan Target Konsumen	52
Gambar 5.2.	Lembar Kerja 2: Menyusun Hipotesis dan Pertanyaan Dasar	53
Gambar 5.3.	Desain 1 (kardus)	55
Gambar 5.4.	Desain 2 (Plastik Berwarna)	56
Gambar 5.5.	Desain 3 (Kertas Kopi)	56
Gambar 5.6.	Desain 4 (Kaleng)	57
Gambar 5.7.	Desain 5 (Plastik Bening)	57

Gambar 5.8. Lembar Kerja 3: Kategori Data	58
Gambar 5.9. Lembar Kerja 4: Pertanyaan Tambahan	59
Gambar 5.10. Lembar Kerja 5: Memeriksa Hipotesis	60
Gambar 5.11. Lembar Kerja 6: Beberapa Hal yang Diketahui Tentang Usaha Keripik tempe sagu	61
Gambar 5.12. Lembar Kerja 7: Tingkat Kompetensi Usaha Keripik Tempe Sagu	62
Gambar 5.13. Lembar Kerja 8: Kompetitor	63
Gambar 5.14. Penyebaran Kuesioner di 5 Tempat Wisata Yogyakarta	64
Gambar 5.15. Sample Produk A dan Produk B	65
Gambar 5.16. <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	66
Gambar 5.17. <i>Pie Chart</i> Usia Responden	67
Gambar 5.18. <i>Pie Chart</i> Kota Asal Responden	68
Gambar 5.19. <i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	69
Gambar 5.20. <i>Pie Chart</i> Pendapatan Responden	70
Gambar 5.21. <i>Pie Chart</i> Responden yang Mengetahui Keripik Tempe Sagu	71
Gambar 5.22. <i>Bar Chart</i> Sumber Informasi Responden Mengenai Keripik Tempe Sagu	72
Gambar 5.23. <i>Bar Chart</i> Tempat Menjual Keripik Tempe Sagu yang Pernah Ditemui Responden	73
Gambar 5.24. <i>Bar Chart</i> Harga Keripik Tempe Sagu yang Diketahui Responden	74
Gambar 5.25. <i>Pie Chart</i> Hal Terpenting Dalam Membeli Keripik Tempe Sagu	75
Gambar 5.26. <i>Bar Chart</i> Hal Penting yang Menentukan Kualitas Keripik Tempe Sagu	76
Gambar 5.27. <i>Pie Chart</i> Alasan Responden Tertarik Membeli Keripik Tempe Sagu	77

Gambar 5.28. <i>Pie Chart</i> Responden yang Sering Membeli Oleh-Oleh Saat Berwisata	78
Gambar 5.29. <i>Pie Chart</i> Responden yang Setuju Keripik Tempe Sagu Sebagai Oleh-Oleh Khas Yogyakarta	80
Gambar 5.30. <i>Column Chart</i> Rasa Keripik Tempe Sagu yang Diinginkan Responden	81
Gambar 5.31. <i>Pie Chart</i> Isi Kemasan yang Dipilih Responden	82
Gambar 5.32. <i>Pie Chart</i> Gambar Kemasan yang Dipilih Responden	83
Gambar 5.33. <i>Pie Chart</i> Model Kemasan yang Dipilih Responden	84
Gambar 5.34. <i>Pie Chart</i> Keripik Tempe Sagu yang Disukai Responden	85
Gambar 5.35. <i>Column Chart</i> Responden yang Sering Membeli Oleh-Oleh Berdasarkan Pendapatan	94
Gambar 5.36. <i>Column Chart</i> Responden yang Sering Membeli Oleh-oleh Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Gambar 5.37. <i>Column Chart</i> Responden yang Setuju Keripik Tempe Sagu Sebagai Oleh-Oleh Yogyakarta Berdasarkan Kota Asal	97
Gambar 5.38. <i>Column Chart</i> Keripik Tempe Sagu yang Disukai Responden	98
Gambar 5.39. <i>Column Chart</i> Gambar Ciri Khas Yogyakarta yang Disukai Berdasarkan Kota Asal	98
Gambar 5.40. <i>Fishbone Diagram</i>	102

INTISARI

Keripik tempe sagu Satefa merupakan produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terletak di Dusun Tulung, Srihardono, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Seperti halnya permasalahan UMKM pada umumnya, unit usaha ini juga mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing pemasaran produk mereka. Kapasitas produksi sebesar 4 kg per hari belum mencerminkan keberhasilan pemasaran produk ini mengingat keripik tempe sagu mulai dikenal sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta.

Penelitian ini difokuskan pada kebutuhan riset pasar untuk UMKM keripik tempe sagu Satefa, sehingga potensi pemasaran produk dapat diidentifikasi dengan jelas. Riset pasar dilakukan dengan menggunakan Lembar Kerja untuk mengidentifikasi target customer, dilanjutkan dengan menetapkan hipotesis uji dengan mempertimbangkan data sekunder yang terkait dengan tingkat kompetisi dan potensi industri makanan lokal. Pertanyaan yang dibangun ke dalam sebuah kuesioner akan menangkap minat pasar dan alternatif strategi pemasaran yang dibutuhkan UMKM keripik tempe sagu Satefa. Metode analisis dilakukan melalui analisis tren, similiaritas, kontradiksi, dan *odd groupings* terhadap data primer yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner.

Hasil riset pasar melalui analisis tren menyatakan bahwa saat ini keripik tempe sagu hanya diketahui oleh sebagian besar wisatawan yang berasal dari kota Yogyakarta. Melalui analisis similaritas dinyatakan bahwa wisatawan DIY, Jakarta, Solo, maupun kota lainnya setuju jika keripik tempe sagu menjadi oleh-oleh khas Yogyakarta. Baik laki-laki (60,94%) maupun perempuan (54,65%) lebih menyukai keripik tempe sagu satefa dibandingkan dengan merk lain. Melalui analisis *odd groupings* terdapat kelompok responden yang tertarik membeli keripik tempe sagu untuk dijual kembali. Sedangkan strategi peningkatan daya saing usaha keripik tempe sagu yang tepat adalah dengan menjual keripik tempe sagu di pusat penjualan oleh-oleh khas Yogyakarta dengan kisaran harga Rp 15.000,00 – Rp 20.000,00, menggunakan desain kemasan 1 (kardus) dengan isi kemasan 250 gram disertai gambar Tugu Yogyakarta sebagai ikon, dan membuat varian rasa pedas.

Kata Kunci: keripik tempe sagu, riset pasar, UMKM