

**RISET PASAR PRODUK KREATIF BERBAHAN CELANA
JEANS BEKAS**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Teknik Industri



ANDHIKA REZA

12 16 07170

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

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul
**RISET PASAR PRODUK KERAJINAN DARI KOMPONEN BEKAS
KENDARAAN**

yang disusun oleh

Patrick Brian Mahendra

12 16 07180

Dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 18 Juni 2014

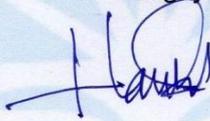
Dosen Pembimbing



T. B. Hanandoko, ST., MT.

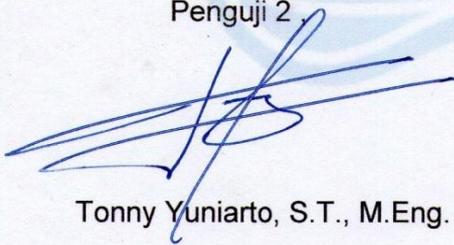
Tim Penguji,

Penguji 1 ,



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

Penguji 2



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

Penguji 3 ,



Ag. Gatot Bintoro, S.T., M.T.

Yogyakarta, 21 Juli 2014

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan,



Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andhika Reza

NPM : 12 16 07170

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Riset Pasar Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas" 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,



Andhika Reza

**Standing alone doesn't mean i'm alone.
It means i'm strong enough to handle all the
things by my self.**

-Andhika Reza



*Skripsi ini kupersembahkan kepada:
Semua orang yang telah menyemangati saya serta
tulus mendampingi saya.*

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 Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas" 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. Kedua orang tua tercinta, Suwanto dan Lindawati, serta kakak terbaik, Arief Aditya Rangga, atas doa dan dorongan baik berupa material maupun spiritual sehingga Tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Keluarga besar Eyang Astanti, om, tante, serta adik-adik sepupu, terima kasih atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan, khususnya kepada om terbaik Tommy Sustianto yang telah memberikan bantuan secara finansial selama proses pembuatan Tugas Akhir.
7. Teman-teman ATMI, satu bimbingan, dan satu angkatan, terima kasih atas dukungan dan kerja sama yang terjalin selama ini.

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



Andhika Reza

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	xii
	Daftar Gambar	xiii
	Intisari	xvi
1	Pendahuluan	
	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. Landasan Teori	9
	2.2.1. Definisi Kreatif	9
	2.2.2. Definisi Produk	9
	2.2.3. Definisi Riset Pasar	10
	2.2.4. Fungsi Riset Pasar	10
	2.2.5. Tujuan Riset Pasar	11
	2.2.6. Tahapan Riset Pemasaran	11
	2.2.7. Sumber Data Riset Pasar	17

2.2.8. Memahami Demografi dan Psikografi	20
2.2.9. Lembar Kerja	20
3 Metodologi	
3.1. Identifikasi Masalah	29
3.2. Studi Pustaka	29
3.3. Studi Lapangan	29
3.4. Menetapkan Target Konsumen	29
3.5. Menetapkan Hipotesis	29
3.6. Menyusun Pertanyaan Dasar	30
3.7. Mencari Data Sekunder	30
3.8. Menyusun Pertanyaan Tambahan	30
3.9. Memeriksa Hipotesis Awal	30
3.10. Menjabarkan Kompetensi Bisnis	30
3.11. Mendata Kompetitor	31
3.12. Menyusun Kuesioner	31
3.13. Menyebarkan Kuesioner	31
3.14. Analisis Data	31
3.15. Kesimpulan	31
4 Data	
4.1. Data Statistik Demografi Kota Yogyakarta	35
4.1.1. Data Agregat Kependudukan Kota Yogyakarta	35
4.1.2. Data Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin	36
4.1.3. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten	37
4.1.4. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY	38

4.1.5.	Data Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010 – 2013 Atas Dasar Harga Berlaku	39
4.1.6.	Data Distribusi 15 Subsektor Ekonomi Kreatif Dalam Nilai Tambah Bruto Tahun 2013	41
4.2.	Data Alamat dan Nomor Telepon	41
4.3.	Harga dan Spesifikasi Produk Sejenis di Pasaran	41
4.4.	Menetapkan Tujuan Riset Pasar Melalui Proses Brainstorming	43
5	Analisis Data dan Pembahasan	
5.1.	Perancangan Kuesioner Melalui Lembar Kerja	45
5.1.1.	Penjabaran target Konsumen	45
5.1.2.	Hipotesis dan Pertanyaan Dasar	47
5.1.3.	Kategori Data Sekunder	48
5.1.4.	Pertanyaan Tambahan Yang Muncul	49
5.1.5.	Memeriksa Hipotesis	50
5.1.6.	Beberapa Hal Yang Diketahui Tentang Bisnis	51
5.1.7.	Tingkat Kompetisi Bisnis	53
5.1.8.	Data Pesaing/Kompetitor	54
5.2.	Penyebaran Kuesioner	54
5.2.1.	Teknik <i>Sampling</i>	55
5.2.2.	Populasi dan <i>Sample</i>	55
5.3.	Hasil Kuesioner Dan Pembahasan	56
5.3.1.	Jenis Kelamin Responden	56
5.3.2.	Usia Responden	57
5.3.3.	Pendidikan Responden	57
5.3.4.	Pekerjaan Responden	58
5.3.5.	Status Responden Di Kota Yogyakarta	59
5.3.6.	Pendapatan Responden	59

5.3.7. Perbandingan Responden yang Memiliki dan Tidak Memiliki Celana Jeans Bekas	60
5.3.8. Hal yang Dilakukan Responden Ketika Memiliki Celana Jeans Bekas	61
5.3.9. Perbandingan Responden yang Tertarik dan Tidak Tertarik Terhadap Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas	62
5.3.10. Media Informasi Tentang Produk Kreatif Jeans	63
5.3.11. Perbandingan Pernah dan Tidaknya Responden Membeli Produk Kreatif Berbahan Jeans	64
5.3.12. Tempat Penjualan Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans yang Diketahui Responden	65
5.3.13. Model Produk Kreatif berbahan Celana Jeans Bekas yang Disukai Responden	66
5.3.14. Penilaian Responden Saat Akan Membeli Produk Kreatif	67
5.3.15. Perbandingan Responden yang Memerlukan dan Tidak Memerlukan Fungsi Tambahan	68
5.3.16. Kombinasi Bahan yang Diinginkan Oleh Responden	69
5.3.17. Corak dan Tema yang Diinginkan Responden	70
5.3.18. Kisaran Harga yang Diinginkan Responden	71
5.3.19. Media Pemasaran yang Diinginkan Responden	72
5.3.20. Saran Responden Untuk Pengembangan Produk	73
5.4. Analisis Data	77
5.4.1. Analisis Tren	77
5.4.2. Analisis Similaritas	79
5.4.3. Analisis Kontradiksi	83
5.4.4. Analisis <i>Odd Groupings</i>	83
5.3. Pembuktian Hipotesis	84

6	Kesimpulan dan Saran	
6.1.	Kesimpulan	85
6.2.	Saran	87
	Daftar Pustaka	88
	Lampiran	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	7
Tabel 2.2.	Perbedaan Data Kualitatif dan Data Kuantitatif	18
Tabel 4.1.	Data Agregat Kependudukan Kota Yogyakarta Tahun 2013	35
Tabel 4.2.	Data Proyeksi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3.	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata per Kabupaten/Kota pada Tahun 2009 - 2012	37
Tabel 4.4.	Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2008 – 2012	38
Tabel 4.5.	Data Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010 – 2013 Atas Dasar Harga Berlaku	39
Tabel 4.6.	Data Alamat dan Nomot Telepon	41
Tabel 4.7.	Harga dan Spesifikasi Produk Sejenis di Pasaran	41
Tabel 4.8.	Hasil <i>Brainstorming</i>	43
Tabel 5.1.	Model Produk Yang Disukai Responden	66
Tabel 5.2.	Komentar Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas	74
Tabel 5.3.	Kesamaan Kombinasi Bahan Terhadap Jenis Kelamin Responden	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Lembar Kerja 1	21
Gambar 2.2.	Lembar Kerja 2	22
Gambar 2.3.	Lembar Kerja 3	23
Gambar 2.4.	Lembar Kerja 4	24
Gambar 2.5.	Lembar Kerja 5	25
Gambar 2.6.	Lembar Kerja 6	26
Gambar 2.7.	Lembar Kerja 7	27
Gambar 2.8.	Lembar Kerja 8	28
Gambar 3.1.	Tahapan Metodologi Penelitian	32
Gambar 4.1.	Data Distribusi 15 Subsektor Ekonomi Kreatif Dalam Nilai Tambah Bruto Tahun 2013	40
Gambar 5.1.	Lembar Kerja 1 : Describing Your Target Customer (Menetapkan Target Konsumen)	45
Gambar 5.2	Lembar Kerja 2 : Formulating Your Basic Research Questions (Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar)	47
Gambar 5.3	Lembar Kerja 3 : What Secondary Data Do You Need ? (Mengumpulkan Data Sekunder)	48
Gambar 5.4	Lembar Kerja 4 : Additional Question Arising From Your Research (Menetapkan Pertanyaan Tambahan)	49
Gambar 5.5	<i>Lembar Kerja 5 : Checking Your Hypothesis (Memeriksa Hipotesis)</i>	50
Gambar 5.6.	<i>Lembar Kerja 6 : What You Already Know About Your Business (Menjabarkan Kompetensi)</i>	51
Gambar 5.7.	Lembar Kerja 7: Your Competition (Menjabarkan Kompetisi)	53
Gambar 5.8.	Lembar Kerja 8 : Your Competitors (Menjabarkan Kompetitor)	54
Gambar 5.9.	Pie Chart Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 5.10.	Pie Chart Usia Responden	57

Gambar 5.11.	Pie Chart Pendidikan Terakhir Responden	57
Gambar 5.12.	Pie Chart Jenis Pekerjaan Responden	58
Gambar 5.13.	Pie Chart Jenis Status Responden di Kota Yogyakarta	59
Gambar 5.14.	Pie Chart Pendapatan Responden	59
Gambar 5.15.	Pie Chart Perbandingan Responden yang Memiliki dan Tidak Memiliki Celana Jeans Bekas	60
Gambar 5.16.	<i>Pie Chart Hal yang Dilakukan Responden Ketika Memiliki Celana Jeans Bekas</i>	61
Gambar 5.17.	<i>Pie Chart Perbandingan Responden yang Tertarik dan Tidak Tertarik Terhadap Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas</i>	62
Gambar 5.18.	<i>Bar Chart Media Informasi Yang Didapatkan Responden Tentang Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas</i>	63
Gambar 5.19.	<i>Pie Chart Perbandingan Pernah dan Tidaknya Responden Membeli Produk Kreatif Berbahan Jeans</i>	64
Gambar 5.20.	<i>Bar Chart Tempat Responden Melihat Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas</i>	65
Gambar 5.21.	<i>Pie Chart Penilaian Responden Saat Akan Membeli Produk Kreatif</i>	67
Gambar 5.22.	<i>Pie Chart Perbandingan Responden yang Memerlukan dan Tidak Memerlukan Fungsi Tambahan</i>	68
Gambar 5.23.	<i>Bar Chart Kombinasi Bahan Yang Diinginkan Oleh Responden</i>	69
Gambar 5.24.	<i>Bar Chart Corak/Tema Yang Diinginkan Oleh Responden</i>	70
Gambar 5.25.	<i>Pie Chart Kisaran Harga yang Diinginkan Responden</i>	71
Gambar 5.26.	<i>Bar Chart Media Yang Diinginkan Responden Untuk Membeli Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas</i>	72
Gambar 5.27.	<i>Desain Produk Kreatif Berbahan Celana Jeans Bekas</i>	73
Gambar 5.28.	<i>Column Chart Responden Tertarik Terhadap Produk Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	77

Gambar 5.29. <i>Column Chart Responden Tertarik Terhadap Produk Berdasarkan Status Di Yogyakarta</i>	78
Gambar 5.30. <i>Column Chart Ketertarikan Responden Terhadap Produk Berdasarkan Pendapatan</i>	79
Gambar 5.31. <i>Column Chart Responden Yang Memiliki Celan Jeans Bekas</i>	80
Gambar 5.32. <i>Column Chart Hal Yang Menjadi Pertimbangan Penting Dalam Memilih Produk Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	80
Gambar 5.33. <i>Column Chart Jenis Kelamin Responden Terhadap Harga Yang Diinginkan</i>	81
Gambar 5.34. <i>Column Chart Motivasi Membeli Terhadap Kisaran Harga Yang Diinginkan Responden</i>	82

INTISARI

Perkembangan bisnis retail yang cukup tinggi di Indonesia tidak terlepas dari perilaku konsumen Indonesia yang sangat gemar berbelanja. Peringkat kedua yang ditempati Indonesia di bawah Hongkong sebagai negara yang menganggap aktivitas belanja sebagai rekreasi menunjukkan bahwa bisnis retail masih berpotensi untuk berkembang, termasuk di dalamnya adalah fashion dan aksesorisnya. Penjualan produk celana jeans selama beberapa tahun belakangan ini selalu menunjukkan peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari data bahwa 91% wanita usia muda lebih memilih untuk menggunakan celana jeans ketimbang menggunakan celana bahan lain. Namun demikian seiring dengan perilaku konsumen yang dinamis, potensi menumpuknya jeans bekas yang tidak lagi terpakai juga semakin besar.

Penelitian ini difokuskan pada kebutuhan riset pasar untuk produk kreatif berbahan celana jeans bekas, 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 dari kompetitor sejenis. Pertanyaan yang dibangun ke dalam sebuah kuesioner akan menangkap minat pasar serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan produk kreatif berbahan celana jeans bekas. Metode analisis dilakukan melalui analisis tren, similiaritas, kontradiksi, dan *odd groupings* terhadap data primer yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner.

Hasil dari penelitian riset pasar produk kreatif berbahan celana jeans bekas menyatakan bahwa sebanyak 74,17 % responden menyatakan ketertarikan terhadap produk kreatif berbahan celana jeans bekas. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa produk kreatif berbahan celana jeans bekas mempunyai potensi yang baik untuk berkembang di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : produk kreatif, jeans bekas, riset pasar