

## PERENCANAAN RISET PASAR PEMBUATAN VERTICAL GARDEN DENGAN RANGKA BAJA

**Antonius Adi Prasetyo**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

Telp : (0274) 487711 psw 2143, 2144, Fax : (0274) 485223

Email: [antoniusadiprasetyo@yahoo.com](mailto:antoniusadiprasetyo@yahoo.com)

### Abstrak

*Vertical garden dengan rangka baja adalah konsep taman tegak, yaitu tanaman dan elemen lainnya yang di atur sedemikian rupa dalam sebuah bidang tegak dengan menggunakan rangka baja ringan atau hollow. Bengkel “99 lasindo” merupakan produsen rangka vertical garden menggunakan baja. Bengkel tersebut hanya terpaku pada order yang membuat suatu usaha berkembang dan tidak maksimal. Untuk mengembangkan usaha sang pemilik ingin membuat stok produk vertical garden dengan rangka baja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil rancangan kuesioner berupa butir-butir pertanyaan yang nantinya akan disebarkan sesuai target konsumen dan akhirnya diketahui segmen pasar yang tepat sehingga mendapatkan usulan rencana strategis dan sesuai kriteria masyarakat mengenai vertical garden dengan rangka baja yang akan di produksi. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan perencanaan riset pasar ini ialah dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Terdiri dari 8 Lembar Kerja antara lain :*

1. Menetapkan Target Konsumen
2. Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar
3. Mengumpulkan Data Sekunder
4. Menetapkan Pertanyaan Tambahan
5. Memeriksa Hipotesis
6. Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang Direncanakan
7. Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama
8. Menjabarkan Kompetitor

*hasil yang berupa kuisisioner akan di sebar ke responden sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk perencanaan produk vertical garden dengan rangka baja.*

**Kata kunci :** data sekunder, lembar kerja, vertical garden

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Vertical garden merupakan inovasi produk yang sedang berkembang pada negara-negara maju untuk mengurangi kerusakan alam. Bengkel las “99 Lasindo” produsen Vertical garden dengan memakai rangka baja dengan pemasaran di sekitar kota Surakarta. Bengkel tersebut beralamat di Singkil Rt.1/8, Parangjoro, Grogol, Sukoharjo tergolong yang menggunakan sistem *make to order* seperti banyak bengkel jasa pengelasan pada umumnya. *Make to order* ( MTO ) adalah strategi yang hanya memproduksi produk akhir setelah pelanggan menempatkan pesanan. Hal ini membutuhkan waktu tambahan untuk konsumen untuk menerima produk ( Investopedia.com ). Menurut pemilik bengkel hal ini menyebabkan kurang maksimalnya perkembangan atau kemajuan bengkel las karena hasil omzet tidak bertambah (sudah maksimal). Bengkel las “99 Lasindo” ingin juga menerapkan strategi ( MTS ) *make to stock* tetapi tidak tahu produk apa yang akan di produksi. Dari permasalahan tersebut pemilik bengkel mencari informasi tentang isu yang terjadi di global dunia yaitu adalah tentang suhu bumi yang semakin meningkat di karenakan berkurangnya ekosistem tumbuhan di karenakan pembangunan kawasan dan habisnya lahan taman. Di negara negara maju mulai menerapkan sistem *Vertical garden* untuk mengurangi isu tersebut dan mengurangi polusi di lingkungan mereka. Berdasarkan wawancara, pemilik bengkel akan memakai jenis *Living well* dan terlebih fokus untuk membuat rangka vertical garden di bengkel miliknya. Banyak jenis rangka Vertical Garden yaitu hidroponik garden dengan rangka pipa pralon, menggunakan rangka tembok sebagai pondasi, dan juga kayu. Tetapi baru baru ini

telah di ciptakan vertical garden dengan rangka baja ringan atau hollow yang lebih praktis. Pemilik sudah memiliki bekal pengetahuan tentang besi hollow sehingga akan mempermudah jalannya proses pembuatan. Dengan begitu masih ada permasalahan pada bengkel tersebut saat akan membuat produk yaitu tentang pasar. Maka perencanaan riset pasar di perlukan untuk mengetahui seberapa minat masyarakat terhadap vertical garden dengan rangka baja dan bagaimana model yang di inginkan oleh masyarakat. Rangka vertical garden dengan baja hollow bisa menjadi solusi untuk mengatasi masalah bengkel las yang sedang mencari inovasi produk. Selain bahan mudah di cari, pemasaran untuk barang ini sangatlah berpotensi karena berhubungan dengan kenyamanan hidup manusia. Dan juga belum banyak masyarakat di Indonesia yang mengenal konsep ini dengan begitu ketertarikan masyarakat akan lebih besar dan cenderung mencoba karena akan lebih awet dan lebih rapi.

### 1.2 Perumusan Masalah

Memperkenalkan produk baru merupakan salah satu situasi di mana riset pasar dibutuhkan. Gagasan inovasi dari pemilik terhadap produk “*Vertical garden* dengan menggunakan rangka baja” yang digunakan sebagai penerapan strategi *make to stock* pada bengkel “99 Lasindo”. Maka dari itu membutuhkan riset pasar untuk mengetahui kondisi dan potensi pasar saat ini serta mendapatkan prioritas inovasi produk yang memenuhi kriteria dan keinginan pasar.

### 1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk *Vertical garden* dengan rangka baja.

### 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada dipenelitian ini meliputi :

- a. Metode riset pasar menggunakan Lembar Kerja sebagai panduan untuk mengarahkan dan mempermudah proses riset.
- b. Masukan dari masyarakat pilihan quesioner merupakan pertimbangan mutlak dalam penelitian ini.
- c. Obyek penelitian berfokus pada pengembangan bengkel las “ 99 Lasindo “.
- d. Kualifikasi rangka hanya pada baja hollow.
- e. Riset pasar dilakukan di kota Surakarta.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Alat dan Bahan

Penelitian ini menggunakan Lembar Kerja (*Worksheet*) sebagai pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner. Terdiri dari 8 (delapan) Lembar Kerja (LK) antara lain :

- 1) **Lembar Kerja 1** : *Describing Your Target Customer* ( Menetapkan Target Konsumen)

Lembar kerja ini berisi tentang data dari target konsumen. Hasil dari lembar kerja ini merupakan informasi secara spesifik tentang siapa yang akan membeli produk kita nantinya. Tapi dengan identifikasi konsumen secara khusus, bukan berarti orang lain yang tidak sesuai target tidak bias membeli produk yang kita jual. Semakin produsen mengenal kebutuhan pembeli, akan semakin lebih mudah untuk menjual produknya.

- 2) **Lembar Kerja 2** : *Formulating Your Basic Research Questions* ( Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar )

Lembar Kerja ini berisi tentang hipotesis dan pertanyaan dasar. Untuk menetapkan hipotesis sebaiknya diadakan wawancara dan brainstorming agar hipotesis tidak muncul secara tiba-tiba, selain itu juga untuk memunculkan berbagai ide yang berbeda untuk mengembangkan produk/ jasa dan juga untuk menentukan arah penelitian yang ingin dicapai. Pertanyaan dibuat berdasarkan apa yang ingin diketahui dari pasar tentang produk tersebut, dan berdasarkan keraguan dan keingintahuan apakah hipotesis awal yang dibuat benar. Pertanyaan dasar ini kemudian akan dipilah kembali dengan data sekunder yang akan dibuat pada tahap selanjutnya. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

- 3) **Lembar Kerja 3 : *What Secondary Data Do You Need?*** ( Mengumpulkan Data Sekunder)  
Lembar Kerja ini berisi data sekunder yang dibutuhkan, Pada pedoman lembar kerja ini terdapat beberapa sumber data sekunder yang bisa dicari, yaitu statistik demografi, data studi ilmiah, data survey media, polling publik, data merek dan paten, informasi legal, alamat, dan nomor telepon, prosedur dan informasi bisnis, serta daftar harga dan spesifikasi. Produsen dapat menggunakan mengumpulkan data dari berbagai media seperti perpustakaan, Koran, majalah, iklan, dan internet. Fungsi dari lembar kerja ini adalah untuk menyediakan data untuk menguji hipotesis awal yang sudah dibuat dan menjawab pertanyaan dasar yang muncul pada Lembar Kerja 2 sehingga dapat membantu mempersempit daftar pertanyaan di kuesioner.
- 4) **Lembar Kerja 4 : *Additional Question Arising From Your Research*** ( Menetapkan Pertanyaan Tambahan )  
Lembar Kerja ini berisi pertanyaan tambahan yang muncul dari data sekunder. Jika ada pertanyaan tambahan yang muncul, bias dimasukan ke dalam Lembar Kerja ini. Setelah itu harus dipertimbangkan apakah dari data primer atau sekunder yang dapat menjawab pertanyaan ini nantinya dan metode apa yang dapat digunakan ( survey, polling, atau riset).
- 5) **Lembar Kerja 5 : *Checking Your Hypothesis*** ( Memeriksa Hipotesis )  
Pada Lembar Kerja ini bisa ditambahkan penemuan penting dari hasil penelitian sejauh ini yang bisa membantu untuk membuktikan atau menyangkal hipotesis yang sudah dibuat.
- 6) **Lembar Kerja 6 : *What You Already Know About Your Business*** (Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang direncanakan)  
Lembar kerja ini digunakan untuk menulis komentar orang-orang sekitar tentang usaha terkait.
- 7) **Lembar Kerja 7 : *Your Competition*** (Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama)  
Lembar Kerja ini berisi tentang kompetisi yang terjadi dalam ruang lingkup bisnis yang sama. Pada bagian ini bisa dituliskan hal-hal apa saja yang bisa membedakan pemilik bisnis dengan kompetitor yang ada dengan memanfaatkan data yang sudah dimiliki.
- 8) **Lembar Kerja 8 : *Your Competitors*** (Menjabarkan Kompetitor)  
Lembar Kerja ini berisi tentang data kompetitor. Lembar Kerja ini bisa digunakan untuk menulis segala sesuatu yang anda ketahui tentang kompetitor, segala informasi kompetitor yang diperoleh melalui berbagai media, survei maupun wawancara bisa dimasukkan di sini.

## 2.2 Prosedur Penelitian

Sebelum melakukan penelitian harus dilakukan prosedur penelitian terlebih dahulu, yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah  
Berawal dari keinginan untuk mengubah sistem bengkel las “99 Lasindo” yang memakai sistem ( MTO ) *make to order* menjadi ( MTS ) *make to stock* dengan cara membuat produk yaitu *Vertical garden* dengan rangka baja. Karena produk tersebut masih termasuk inovasi terbaru dan masyarakat belum banyak mengetahui tentang produk tersebut maka di lakukan penelitian dan riset pasar jika ingin memproduksi *Vertical garden* dengan rangka baja.
2. Studi Literatur  
Kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh referensi mengenai teori-teori dan metode yang berhubungan dengan topik yang diambil. Referensi diambil dari buku-buku, skripsi dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.
3. Studi Lapangan  
Melakukam observasi ke produsen yang sudah membuat *Vertical garden* dan melakukan wawancara.
4. Proses Pengisian Lembar Kerja
  - a. Melakukan *brainstorming*  
Memulai riset dengan melakukan *brainstorming*. *Brainstorming* dapat membantu untuk menetapkan arah riset dan menentukan hipotesis berkaitan dengan masalah yang ada, kemudian mengidentifikasi informasi-informasi yang dibutuhkan berdasarkan hasil *brainstorming*. Menjabarkan target konsumen. Mulai pada

- tahap *brainstorming* hingga tahap pengumpulan data, digunakan juga lembar kerja. Lembar kerja ini berisi tahapan-tahapan dalam melakukan riset pasar, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menjabarkan target konsumen dari usia, pekerjaan, jenis kelamin dan hobi
- b. Menetapkan hipotesis
 

Agar penelitian berjalan sesuai dengan tujuan maka harus menetapkan hipotesis terlebih dahulu, serta menuliskan beberapa pertanyaan dasar yang akan dikembangkan di kuesioner.
  - c. Mengidentifikasi informasi yang diperlukan
 

Lembar kerja bisa membantu untuk mengarahkan riset dan tidak menyimpang dari tujuan, setelah itu dilakukan pengumpulan data. Tahapan ini diperlukan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
  - d. Mengumpulkan data sekunder
 

Tahap selanjutnya adalah mencari data sekunder yang dapat mendukung proses perencanaan riset pasar dan untuk menguji hipotesis awal. Meliputi statistik demografi, alamat dan nomor telepon, harga dan spesifikasi produk pesaing.
  - e. Menyusun pertanyaan tambahan
 

Data sekunder yang diperoleh pada tahap sebelumnya dianalisis untuk menjawab pertanyaan dasar yang ada, selanjutnya jika masih terdapat pertanyaan yang belum terjawab atau ada pertanyaan baru yang muncul setelah proses berlanjut maka setiap pertanyaan tersebut disusun dan akan dimasukkan ke dalam kuesioner.
  - f. Memeriksa hipotesis
 

Memeriksa kembali hasil yang didapat dari hasil wawancara maupun survei dan menyimpulkan apakah hipotesis valid atau tidak.
  - g. Penjabaran kompetensi
 

Penjabaran kompetensi bermanfaat untuk mengetahui kelebihan atau kekurangan dari gagasan membuka usaha klappertaart dari produk sejenis atau produk pada umumnya.
5. Penyusunan Kuesioner
 

Penyusunan kuesioner ini disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Pertanyaan kuesioner didasarkan pada pertanyaan-pertanyaan dasar pada lembar kerja 2 dan pertanyaan tambahan.
  6. Penyebaran Kuesioner
 

Penyebaran kuesioner dilakukan di daerah Surakarta dengan target konsumen yang tertera pada lembar kerja 1 yang sudah di isi. Hasil kuesioner ini bisa disebut juga data primer.
  7. Analisis Data
 

Data yang di dapat dari hasil kuesioner akan di analisis untuk mendapatkan hasil analisis yang dibutuhkan.
  8. Kesimpulan
 

Pada tahap ini ditarik kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengumpulan data tersebut dapat digunakan untuk menyusun sebuah kuesioner yang siap disebar kepada responden untuk mengetahui minat pasar terhadap produk *vertical garden* dengan rangka baja yang akan diarahkan sebagai produk dari bengkel las 99 lasindo.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan Lembar Kerja yang telah dikerjakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Lembar Kerja 1**

MENJABARKAN TARGET CUSTOMER KITA	
Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan)	Laki-laki dan wanita
Rentang Usia (anak-anak, remaja, anak muda, dewasa, orang tua)	25-60 tahun

Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknisi, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Semua jenis pekerjaan (yang sudah bertempat tinggal)
Pekerjaan khusus (jika diperlukan)	
Rentang Pendapatan	Rp 2000.000-tak terbatas
Hobi	melihat keindahan alam, bercocok tanam
Karakteristik penting lainnya	penggagas kerusakan alam, peduli lingkungan hidup
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	suasana tempat tinggal yang lebih sehat dan asri

Tabel 1. Lembar kerja 1 ini akan menjadi beberapa pertanyaan penyaringan (*screening questions*) terhadap identitas responden yang akan di tanyakan pada bagian awal kuesioner. Screening questions ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden termasuk dalam populasi penelitian (Brace, 2004).

**Tabel 2. Lembar Kerja 2**

<b>HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR</b>	
<b>Bisnis/Produk/Jasa saya adalah :</b>	pembuatan vertical garden dengan rangka baja ringan
<b>Hipotesis yang akan diuji :</b>	taman tegak dengan rangka baja ringan yang praktis dan juga dengan pemasaran melalui seminar dan media sosial akan menarik perhatian orang akan mencoba membeli
<b>No. Pertanyaan dasar riset</b>	<b>Kemungkinan jawaban (diisi nanti)</b>
1	bagaimana respon masyarakat saat mendengar produk vertical garden dengan rangka baja ringan ?
2	mengapa vertical garden dengan rangka baja tidak terlalu tenar ?
3	Apakah masyarakat sudah cukup mengenal produk ini?
4	berapa ukuran rangka vertical garden yang paling diminati masyarakat ?
5	apa design yang paling di minati masyarakat ? (kotak atau bulat )
6	Apakah masyarakat tahu manfaat produk vertical garden ?
7	Seberapa sulit masyarakat mendapatkan produk ini?
8	berapa kisaran harga yang pas untuk produk saya ?
9	mengapa masyarakat lebih suka membuat vertical garden dengan rangka peralon ? (hidroponik)
10	apa variant tanaman yang di sukai pasar ?

Tabel 2. Lembar kerja 2 ini berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dan *brainstorming* dengan pemilik usaha. Hipotesis awal ini akan diuji menggunakan data sekunder di tahapan selanjutnya. Lembar kerja kedua ini juga berisi serangkaian pertanyaan yang muncul dari keraguan dan ketidaktahuan terhadap hipotesis awal yang telah ditetapkan. Daftar pertanyaan tersebut akan menjadi pertanyaan dasar riset ini. Pertanyaan dasar riset ini akan coba dijawab dengan data sekunder yang diperoleh pada tahap selanjutnya. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar yang belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

**Tabel 3. Lembar Kerja 3**

<b>KATEGORI DATA SEKUNDER</b>	
Periksa kategori data sekunder apa saja yang kita butuhkan. Isi pada baris yang kosong untuk merinci jenis data apa yang bisa kita dapatkan dari kategori ini.	
Tambahkan kategori jika memang dibutuhkan. Ingat bahwa semua informasi yang kita butuhkan tidak hanya berasal dari sumber data sekunder.	
o Statistik Demografi :	Data statistik jumlah indikasi perumahan, Data statistik

o Data studi ilmiah :	pertumbuhan perumahan di Jawa Tengah menurut kepemilikan pribadi, data statistik pertumbuhan industri manufaktur mikro dan kecil Jurnal Psikologis Taman Kota, Jurnal Baja Ringan Sebagai Salah Satu Alternatif Pengganti Kayu Sebagai Rangka Ditinjau Dari Segi Biaya, Jurnal Sistem Kontrol Nutrisi Hidroponik Dengan menggunakan Logika Puzzy
o Data survei media :	
o Polling publik :	
o Informasi paten dan merek dagang :	Informasi prosedur hak paten dan merek dagang
o Informasi legal :	Informasi prosedur standar pemasangan rangka baja, informasi tentang variant tanaman pot
o Alamat & nomor telepon :	Dinas Perdagangan, kepengurusan Industri Daerah, Dinas Pertanian
o Prosedur dan informasi bisnis :	sertifikasi dari Departemen Industri Daerah, sertifikasi usaha mikro
o Spesifikasi dan harga :	Harga vertical garden yang sudah beredar

Tabel 3. Lembar kerja 3 berisi data sekunder yang diperlukan untuk menguji hipotesis awal. Data sekunder yang diperoleh ini juga menjawab pertanyaan dasar yang muncul pada lembar kerja dua. Pertanyaan dasar riset yang belum terjawab belum terjawab akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner. Data sekunder yang terkumpul juga dapat memberi gambaran secara umum mengenai kondisi dan potensi pasar yang ada.

#### Tabel 4. Lembar Kerja 4

##### PERTANYAAN TAMBAHAN YANG MUNCUL DARI RISET DATA SEKUNDER

Buatlah daftar pertanyaan baru tentang project Anda yang membutuhkan jawaban.

Jenis data apa (primer atau sekunder) yang bisa menjawab pertanyaan ini.

Metode apa yang akan Anda gunakan untuk mengumpulkan data ini (survei, polling, riset lainnya?)

No.	Pertanyaan Tambahan	Data Primer	Data Sekunder	Metode yang memungkinkan
1	Apa strategi pemasaran yang paling tepat ?	√	√	Survei
2	Dimana saja seharusnya menjual produk vertical garden ?		√	Survei, Polling
3	Apakah perlu melakukan perawatan produk ?		√	Polling
4	Apakah perlu membuat merk ?		√	Survei
5	Bagaimana promosi yang paling tepat ?		√	Survei
6	apakah perlu memakai kombinasi variant pot ?		√	Survei
7	Apakah perlu membuat website pribadi ?		√	Survei
8	Adakah target customer lain yang memungkinkan selain hotel, pabrik, dan perumahan ?		√	Survei
9	apakah perlu trik pembayaran kredit pada customer ?		√	Survei
10	Apakah kualitas vertical garden dengan rangka baja sudah terbukti lebih baik ?		√	Survei

Tabel 4. Lembar kerja 4 berisi pertanyaan-pertanyaan tambahan yang muncul setelah dilakukan analisis data sekunder. Daftar pertanyaan pada lembar kerja ini masuk dalam kuesioner untuk menggali lebih dalam potensi pasar yang ada dan minat *target customer*.

**Tabel 5. Lembar Kerja 5**

<b>MEMERIKSA HIPOTESIS</b>			
<b>Hipotesis yang diperiksa adalah :</b>			
taman tegak dengan rangka baja ringan yang praktis dan juga dengan pemasaran melalui seminar dan media sosial akan menarik perhatian orang akan mencoba membeli			
<b>No.</b>	<b>Temuan Penting dari Riset Anda</b>		
1	Masih jarang yang menggunakan rangka baja untuk vertical garden		
2	masih banyak variant tanaman yang bisa di gunakan		
3	Proyek vertical garden tergolong mahal		
4	kurang tahunya masyarakat membuat sulitnya pemasaran		
5	Terdapat kompetitor dengan berbagai model		
6	Potensi untuk menjadi solusi taman untuk lahan sempit		
<b>Kesimpulan Hipotesis</b>			
1	Apakah hipotesis masih valid?	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK
2	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali?	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK
3	Jika TIDAK, apakah Anda akan :	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK
	a) Menuliskan kembali hipotesis Anda?	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK
	b) Mencari informasi lagi?	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK
	c) Membatalkan project ini?	<input type="radio"/> YA	<input type="radio"/> TIDAK

Lembar kerja ini berisi tentang pengujian hipotesis awal menggunakan analisis data sekunder yang telah diperoleh pada tahapan sebelumnya. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh, kondisi pasar di kota Surakarta masih sangat potensial untuk produk *Vertical garden* dengan rangka baja.

**Tabel 6. Lembar Kerja 6**

<b>APA YANG SUDAH ANDA KETAHUI TENTANG BISNIS ANDA</b>	
Tuliskan apa yang anda ketahui tentang pelanggan anda, kebutuhan mereka, keinginan mereka, harapan mereka, dan persepsi mereka tentang bisnis anda dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. Merasa bebas untuk menggunakan lembar tambahan kertas	
1. Apa jenis reaksi yang saya dengar dari pelanggan dan/ atau penjual?	
a. Komentar positif	
- Menarik	
- banyak pendengar yang bertanya lebih lanjut atau penasaran	
b. Komentar Negatif	
- mahal	
2. Apakah ada yang bertanya tentang konsistensi pasokan?	
-	
3. Apakah ada keluhan atau layanan permintaan yang telah diterima?	
-	
4. Jika ya, apa yang bisa saya lakukan untuk mengisi kebutuhan?	
-	
5. Apa yang saya dengar di sekitar kantor dari karyawan atau mitra (dari anggota keluarga dan teman- teman jika Anda adalah operasi satu orang)?	
- pemasaran harus lebih banyak dan lebih kreatif	
6. Artikel apa yang telah saya lihat baru-baru ini di jurnal perdagangan atau publikasi lainnya yang saya pikir akan berarti untuk bisnis saya?	

- Jurnal Psikologis Taman Kota, Jurnal Baja Ringan Sebagai Salah Satu Alternatif Pengganti Kayu Sebagai Rangka Ditinjau Dari Segi Biaya, Jurnal Sistem Kontrol Nutrisi Hidroponik Dengan menggunakan Logika Puzzy
7. Apa yang saya pelajari dari organisasi sejauh ini? Ada orang-orang di organisasi yang dapat membantu saya? Literatur, kelas, atau bantuan lain?
- produksi rangka vertical garden ini cukup menjanjikan jika di lihat dari isu pencemaran udara yang tidak sehat, manusia akan berlomba lomba mencari inovasi produk yang bisa membuat hidup mereka lebih nyaman.
  - saya mendapatkan data vertical garden yang cukup untuk menjadi acuan (dari produsen pesaing)
8. Apa yang telah saya pelajari dari acara khusus, promosi, atau penjualan yang saya dapatkan di masa lalu?
- perlu membuat inovasi yang lebih menarik lagi di bidang teknologi agar semakin praktis lagi tetapi dengan harga yang tetap terjangkau
9. Pilih musim, sehari dalam seminggu, atau beberapa kali dalam sehari yang terbaik untuk bisnis saya, dan mengapa?
- tidak ada musim dalam bisnis saya karena berhubungan dengan hobi dan kenyamanan hidup
10. Apakah ada masalah pelanggan atau pekerja yang tidak mungkin diekspresikan? Jika demikian, Bagaimana saya bisa belajar lebih banyak tentang mereka dan memperbaiki produk atau jasa saya sebagai hasilnya?
- rumitnya sistem otomatisasi, (menjelaskan secara detail)

Lembar kerja keenam berisi komentar orang-orang di sekitar tentang usaha terkait. Pada lembar kerja ini dapat mengkaji ulang tentang usaha yang sudah berjalan selama ini untuk mencari kelemahan maupun untuk mengetahui kelebihan yang ada.

**Tabel 7. Lembar Kerja 7**

<b>Daftar apa yang Anda tahu tentang persaingan Anda</b>
<b>Apa yang saya tahu tentang persaingan saya</b>
1 terdapat produsen online di website
2 tidak ada promosi door to door
3 tidak adanya variasi produk yang membuat lebih menarik perhatian
4 persaingan masih tergolong longgar karena banyak masyarakat yang masih tidak tahu akan produk tersebut.
5 masyarakat masih asing dengan produk vertical garden
6 akan sulit membuat harga yang murah di karenakan menggunakan kombinasi teknologi
7 kompetitor masih sedikit

Lembar kerja ketujuh berisi kompetisi dari produsen produk *Vertical garden* yang ada. Lembar kerja ini berguna untuk membuat pertanyaan di kuesioner perihal pengetahuan responden tentang kompetitor, produk *vertical garden* dari kompetitor dan strategi penjualan yang digunakan.



**Tabel 8. Lembar Kerja 8**

<b>Daftar apa yang Anda tahu tentang pesaing anda</b>	
<b>Apa yang saya tahu tentang pesaing saya</b>	
1	pesaing menjual beragam vertical garden, dengan media rangka peralon, baja, atau langsung ke tembok. Pesaing menggunakan website online untuk pemasaran.
2	nama pesaing yang saya ketahui : Godong ijo Garden, indogarden, indo-green wall, semua perusahaan bergerak di bidang pembuatan taman
3	ada beberapa toko bunga di Solo yang juga bisa membuat vertical garden, mereka menggunakan hidroponik dengan rangka peralon dan tanaman rambat ke tembok. ( Italiana Florist)
4	rata rata perusahaan yang melakukan pemasaran di website sudah memiliki sertifikasi dan berkantor pusat di kota-kota besar
5	pesaing tidak menggunakan sistem stock, tetapi merancang dahulu. (pemesanan)

Lembar kerja terakhir ini digunakan untuk menganalisis data dari pesaing. Dari data di lembar kerja ini, dapat digunakan sebagai parameter pilihan jawaban dari pertanyaan kuesioner. Parameter tersebut dapat mencakup harga, strategi penjualan, media promosi, varian produk *vertical garden dengan rangka baja*.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, kesimpulan yang penulis dapatkan adalah *vertical garden dengan rangka baja* memiliki potensi yang cukup untuk di pasarkan, hal tersebut di tunjukkan dengan peningkatan pembangunan yang sangat pesat pada wilayah Surakarta dan sekitarnya. Voting mengenai inovasi produk *vertical garden dengan rangka baja* dapat di prediksi setelah tahap penyebaran kuisisioner. Dari data tersebut akan di dapatkan juga hasil untuk menyempurnakan produk *vertical garden dengan rangka baja*.

##### **Saran**

Penelitian ini hanya terbatas pada responden masyarakat di sekitar kota Surakarta. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan lebih *global*.

#### **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Brace, Ian, Questionnaire Design : How to Plan, Structure, and Write Survey Material for Effective Market Research, ISBN 0-7494-4181-X, Kogan Page Limited, eLondon, UK
- Doman, D., Dennison, D., dan Doman, M., (1997), *Market Research Made Easy*, (Ed 2), Canada : Internasional Self Council Press.
- Malhotra, N.K., (2005), *Marketing Research An Applied Orientation I*, USA : Prentice Hall.
- Smith, S. M., & Albaum, G. S., (2012), *Basic marketing Research (Vol 1)* (M. Rutter, Ed), USA Qualtrics Lab, Inc.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W., (2011), *Riset Pemasaran dan Konsumen*, Bogor : PT. Penerbit IPB Press.
- ISSN : 0854 – 7108, *Buletin Psikologi*, Tahun IX, No. 2 Desember 2001
- Jurnal PPKM UNSIQ I (2014) 1-12 ISSN: 2354-869X 1 *Evaluasi Termal Dinding Bangunan Dengan Vertical Garden*