

ANALISIS MINAT PASAR KERAJINAN TANGAN BOTOL PLASTIK BEKAS**Heriberta Anna Wenyanti^{1*}, Theodorus B. Hanandoko²**^{1,2}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:heran.heribertanna@yahoo.com

Abstrak

Masalah sampah dihadapi hampir semua kota bahkan semua negara, tetapi di negara-negara maju yang masyarakatnya telah sadar lingkungan, masyarakatnya sudah berhasil mengatasi sampah. Pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi masyarakat dan orang yang menghasilkan sampah juga berkewajiban mengelola sampah. Bisnis produk kerajinan tangan botol plastik merupakan salah satu langkah penanganan sampah plastik. Selama ini bisnis dijalankan tanpa bekal ketidaktahuan minat pasar, kondisi pasar, potensi pasar, dan strategi penjualan sehingga resiko kerugian akibat produk yang dipasarkan tidak laku mungkin terjadi. Ketidaktahuan akan minat, kondisi, potensi dan strategi pasar dijumpai dengan riset pasar. Analisis riset pasar dilakukan dengan menguji dan membandingkan hipotesis dengan data sekunder dan primer dari jurnal, kuesioner, dan survey pasar secara langsung. Seluruh data sekunder dirangkum secara terstruktur dengan menggunakan lembar kerja –lembar kerja sebagai panduan dalam menyusun butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner yang telah siap kemudian disebarkan untuk mendapatkan data primer. Hasil akhir penelitian adalah responden tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Hal ini ditunjukkan dari jumlah responden yang tertarik sebesar 79% dengan produk yang paling diinginkan adalah sofa. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penambahan inovasi dan kreasi serta perhatian terhadap kualitas produk kerajinan tangan botol plastik menjadi harapan responden paling penting.

Kata kunci:botol plastik, kerajinan tangan, kuesioner, riset pasar

1. PENDAHULUAN

Plastik banyak dijumpai pada botol minuman dan kemasan-kemasan kebutuhan sehari-hari. Karakteristik plastik yang lebih ringan, praktis, dan pembuatannya mudah menyebabkan banyaknya penggunaan plastik. Bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia juga menyebabkan produksi plastik lebih banyak. Kemasan plastik yang digunakan kemudian langsung dibuang tanpa pengolahan dan menjadi sampah plastik. Masalah sampah dihadapi hampir semua kota bahkan semua negara, tetapi di negara-negara maju yang masyarakatnya telah sadar lingkungan, masyarakatnya sudah berhasil mengatasi sampah. Pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, tetapi masyarakat dan orang yang menghasilkan sampah juga berkewajiban mengelola sampah seperti yang diatur pemerintah dalam UU Nomor 18/2008 tentang tanggung jawab terhadap sampah. Partisipasi masyarakat dalam mengolah sampah dapat dimulai dari memisahkan tempat sampah organik dan non organik hingga menerapkan konsep *reduce, reuse, dan recycle* (3R) yang memberikan nilai tambah. Bisnis produk kerajinan tangan botol plastik bekas merupakan salah satu langkah penanganan sampah plastik. Kesuksesan bisnis kerajinan tangan ini didukung melalui kecintaan konsumen terhadap produk dalam negeri. Selama ini bisnis dijalankan tanpa bekal ketidaktahuan minat pasar, kondisi pasar, potensi pasar, dan strategi penjualan yang dibutuhkan sehingga resiko kerugian akibat produk yang dipasarkan tidak laku sangat mungkin terjadi. Ketidaktahuan akan minat, kondisi, potensi dan strategi pasar dijumpai dengan riset pasar. Riset pasar dilakukan saat memulai bisnis baru, memperkenalkan produk/jasa baru, dan saat menjaga keberlangsungan bisnis yang sedang berjalan (Doman, 2002). Analisis riset pasar dilakukan dengan cara menguji dan membandingkan hipotesis dengan data sekunder dan data primer yang didapatkan dari jurnal, kuesioner, dan survey pasar secara langsung.

2. METODOLOGI

Metode penelitian dimulai dengan wawancara mengenai produk kerajinan tangan botol plastik bekas untuk mengidentifikasi masalah. Informasi awal juga didapatkan dari studi pustaka.

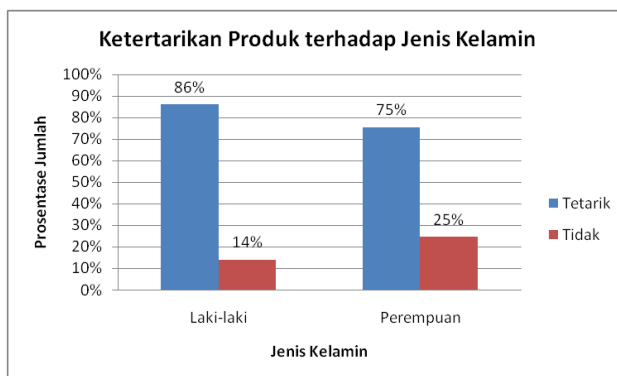
Setelah semua informasi didapatkan, target *customer* dan hipotesis dapat ditetapkan. Seluruh data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini dirangkum secara terstruktur dengan menggunakan lembar kerja – lembar kerja sebagai panduan dalam menyusun butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner yang telah siap kemudian disebarakan untuk mendapatkan data primer. Responden yang dipilih adalah mahasiswa dan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penyebaran kuesioner dianalisis dengan melihat tren, similaritas, kontradiksi, dan odd grouping untuk mendapatkan minat pasar terhadap kerajinan botol plastik bekas. Analisis tren akan memberikan informasi respon atau jawaban dengan presentase yang tinggi atau rendah terhadap pilihan jawaban yang telah diberikan. Analisis similaritas akan memperbandingkan kelompok responden yang memiliki kesamaan tren yang terjadi antara satu grup atau satu kelas dengan grup atau kelas lainnya. Analisis kontradiksi akan menunjukkan kelompok responden yang memiliki ketidakkonsistenan jawaban ataupun memberikan fakta yang bertentangan dengan demografi responden. Odd-grouping akan menunjukkan tingkat jawaban responden yang tidak tidak diharapkan atau tidak sewajarnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Tren

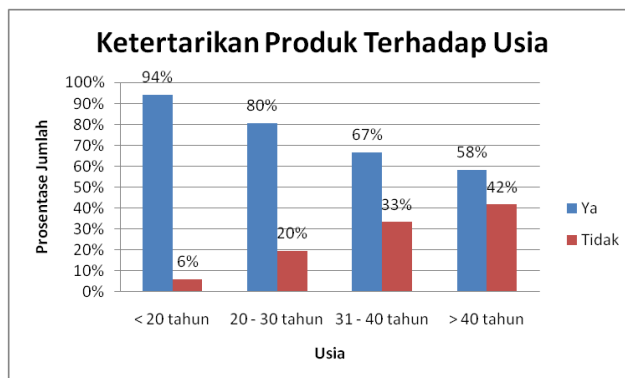
Tren dalam hal ini adalah sebuah respon yang cukup tinggi atau rendah terhadap beberapa pilihan yang telah diberikan. Sebuah tren akan nampak lebih jelas ketika data yang telah terkumpul dikelompokkan menurut kelasnya. Beberapa data pada riset pasar ini yang memiliki pola tren adalah sebagai berikut

Responden laki-laki ternyata lebih tertarik untuk membeli kerajinan tangan botol plastik bekas jika dibandingkan dengan perempuan. Besarnya ketertarikan laki-laki terhadap produk kerajinan tangan botol plastik ditunjukkan pada gambar berikut



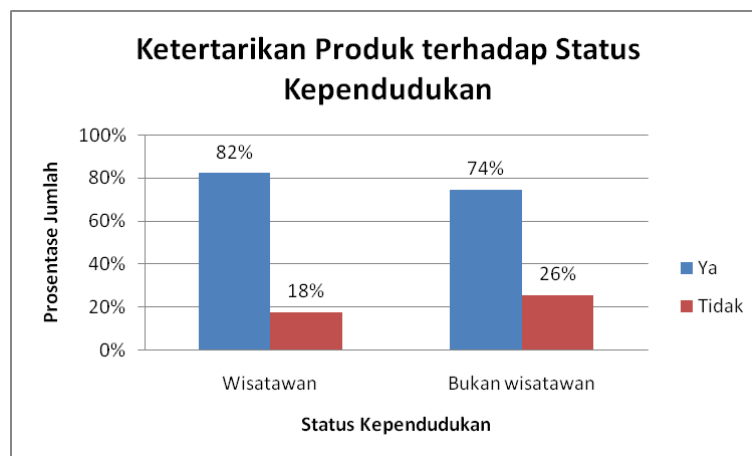
Gambar 1. Ketertarikan Responden Terhadap Produk Berdasarkan Jenis Kelamin

Berbagai kalangan usia memiliki kesamaan dalam hal ketertarikan dengan produk kerajinan tangan botol plastik. Kesamaan ini ditunjukkan pada gambar berikut



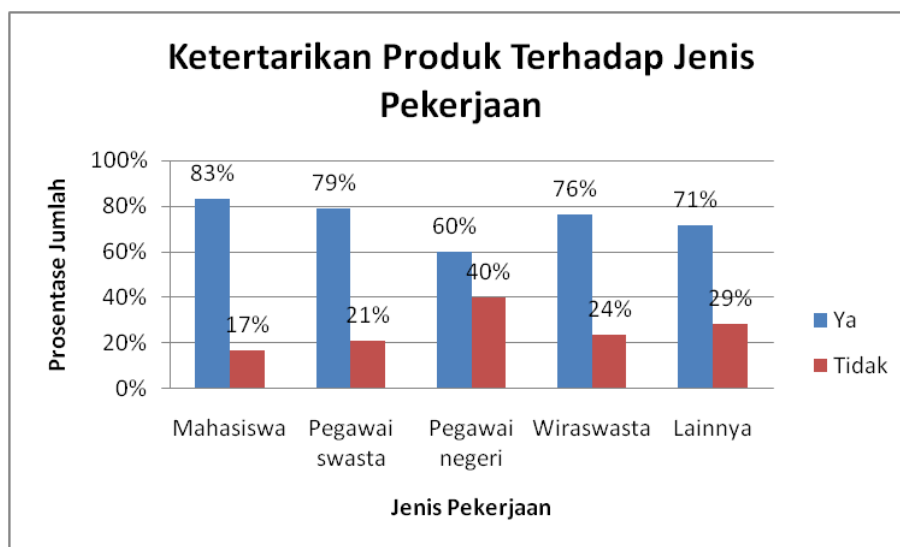
Gambar 2. Ketertarikan Responden terhadap Produk Berdasarkan Usia

Wisatawan yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta lebih tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik daripada penduduk asli Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 3. Ketertarikan Responden Terhadap Produk Berdasarkan Status Kependudukan di DI Yogyakarta

Jenis pekerjaan responden yang berbeda-beda memiliki kesamaan dalam hal ketertarikan terhadap produk kerajinan botol plastik. Semua jenis pekerjaan responden tertarik dengan produk kerajinan ini. Ketertarikan tersebut ditunjukkan pada gambar berikut

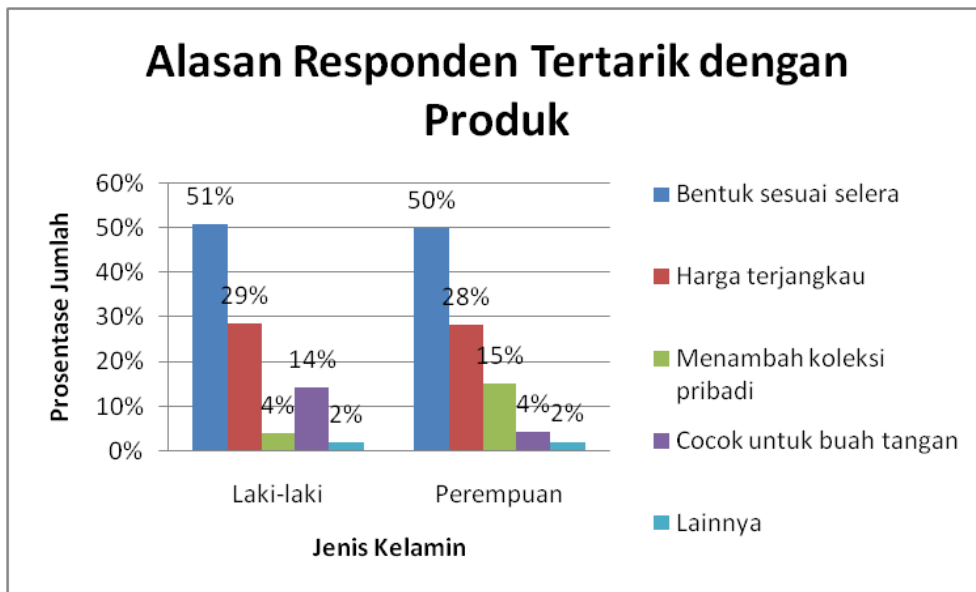


Gambar 4. Ketertarikan Responden terhadap Produk Berdasarkan Jenis Pekerjaan

3.2 Analisis Similaritas

Analisis similaritas menunjukkan kesamaan tren yang terjadi antara satu kelompok kelas dengan kelas lainnya. Data hasil kuesioner yang memiliki similaritas adalah sebagai berikut

Responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan dalam hal alasan pemilihan produk kerajinan tangan botol plastik yang disukai. Hal-hal yang menjadi alasan pemilihan produk ditunjukkan pada gambar berikut



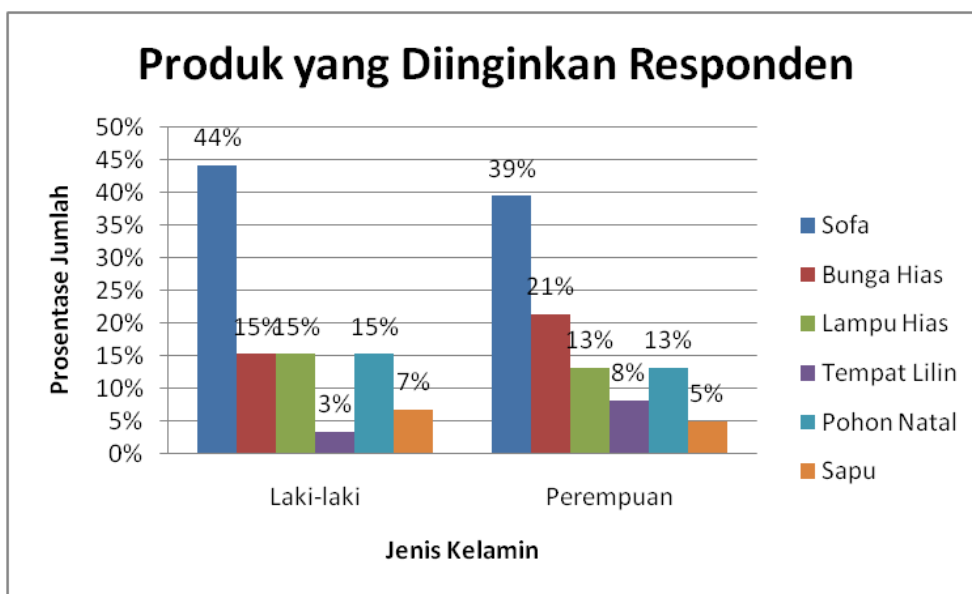
Gambar 5. Alasan Responden dalam Memilih Produk Kerajinan Tangan Botol Plastik

Produk yang paing diminati antara responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan, yaitu produk sofa. Produk-produk yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah



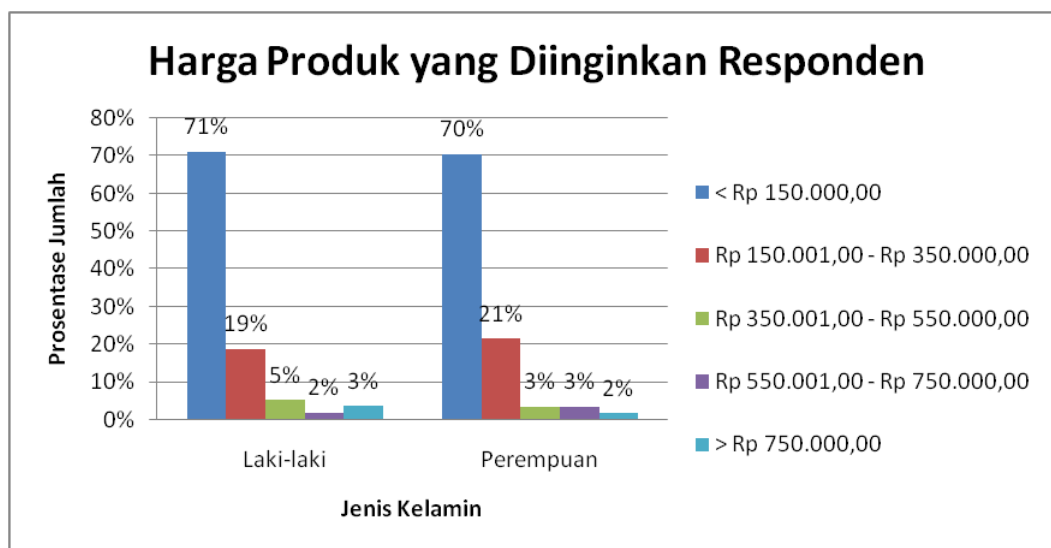
Gambar 6. Contoh Kerajinan Tangan dari Botol Plastik yang Ditawarkan

Prosentase jumlah produk yang diminati responden ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 7. Produk Kerajinan Botol Plastik yang Paling Diinginkan Responden

Ada kesamaan harga produk kerajinan tangan botol plastik yang diinginkan antara responden laki-laki dan responden perempuan. Kesamaan harga yang diinginkan ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 8. Harga Produk yang Diinginkan terhadap jenis Kelamin Responden

3.3 Analisis Kontradiksi

Analisis kontradiksi menunjukkan ketidakkonsistenan jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Jika terdapat ketidakkonsistenan jawaban, maka dapat menyebabkan adanya cacat pada hasil survey yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian ini tidak menunjukkan adanya ketidakkonsistenan jawaban. Penyusunan kuesioner yang matang dan pendampingan responden dalam pengisian kuesioner mampu mengurangi adanya ketidakkonsistenan jawaban sehingga tidak ditemukan pernyataan-pernyataan kontradiktif.

3.4 Analisis Odd Groupings

Hasil kuesioner yang telah dianalisis tidak menunjukkan adanya hasil yang tidak diharapkan. Adanya responden yang tidak tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan tidak mempengaruhi hasil analisis riset pasar yang dilakukan karena jumlah responden yang tertarik jauh lebih besar daripada jumlah responden yang tidak tertarik.

3.5 Pembuktian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini adalah pasar menyambut dengan baik kerajinan tangan botol plastik. Hipotesis tersebut dibuktikan dengan data sekunder yang telah dikumpulkan melalui berbagai sumber dan data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner.

Hasil yang didapatkan dari pengumpulan data sekunder menyatakan bahwa pertumbuhan penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup pesat. Pertumbuhan penduduk ini berpengaruh terhadap usaha kerajinan tangan botol plastik. Hal ini ditunjukkan dalam data primer sebesar 79% responden dan lebih dari 70% penduduk asli maupun wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan.

Informasi lainnya menyatakan 75% responden perempuan dan 86% responden laki-laki tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Informasi ini memperkuat hipotesis awal bahwa produk kerajinan tangan botol plastik dapat diterima dengan baik oleh pasar.

Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa hipotesis awal yang ditetapkan sudah benar yaitu, pasar menyambut dengan baik produk kerajinan tangan botol plastik.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis data penelitian adalah sebagai berikut

4.1 Hasil Analisis Tren

Responden laki-laki lebih tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik dibandingkan dengan responden perempuan. Hasil analisis data menunjukkan 86% responden laki-laki tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik sedangkan responden perempuan prosentase yang menyatakan tertarik kurang dari responden laki-laki yaitu sebesar 75%.

Berbagai kalangan usia responden tidak mempengaruhi ketertarikan terhadap produk kerajinan tangan botol plastik. Semua usia tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik, terutama usia di bawah 40 tahun.

Wisatawan lebih tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan dibandingkan dengan penduduk asli Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini membuka peluang bagi bisnis kerajinan tangan botol plastik sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan. Prosentase wisatawan yang tertarik adalah 82% sedangkan penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 74%

Berbagai jenis pekerjaan responden tidak mempengaruhi ketertarikan responden terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Hal ini menyatakan bahwa produk ini dapat digunakan untuk semua kalangan masyarakat.

4.2 Hasil Analisis Similaritas

Responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan alasan pemilihan produk kerajinan tangan botol plastik. Kesamaan yang paling terlihat adalah alasan pemilihan dilihat dari bentuk produk kerajinan botol plastik yang sesuai dengan selera responden.

Responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan dalam produk yang paling diinginkan. Produk sofa menjadi peringkat terbesar yang disukai oleh responden laki-laki dan perempuan.

Harga yang diinginkan responden laki-laki dan perempuan paling terlihat kesamaannya adalah pada harga Rp 150.000,00. Harga ini paling diminati responden.

4.3 Hasil Analisis Kontradiksi

Tidak ditemukan jawaban responden yang kontraditif dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Doman, Don, Dell Dennison, and Margaret Doman, 2002, *Market Research Made Easy*, Ed 2, International Self-Council Press Ltd, Kanada.
- Istijanto, M. M., 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

-
- Malhotra, Naresh K., Imad B. Baalbaki, and Nada Nase Bechwati, 2013, *Marketing Research*, Arab World Edition, Pearson Education Ltd, England.
- Miller, Lindsay, Katie Soulliere, Susan Sawyer Beaulieu, Simon Tseng, and Edwin Tam, 2014, *Challenges and Alternative to Plastic Recycling in the Automotive Sector*, 7, 5883-5897.
- Murry, J. P. and Heide, J. B, 1998, *Managing Promotion Program Participation within Manufacturer-Retailer Relationship*, American Marketing Associations, USA.
- Nunan, Daniel, and Maria Laura Di Domenico, 2013. *Market Research and the Ethics of Big Data*, 55 (4), 1-12.
- Pangestu, Mari Elka, 2008a, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Pangestu, Mari Elka, 2008b, *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Misi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Sunyoto, Danang, 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta.
- Swandaru, C. F. Pradana, 2014, *Riset Pasar Produk Pin Magnet sebagai Alat Permainan Edukatif dalam Lingkup Perkembangan Kognitif bagi Pendidikan Anak Usia Dini*, Skripsi, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.