

PERENCANAAN RISET PASAR PRODUK AMPYANG COKELAT**Eric Prasetya¹, Theodorus B. Hanandoko²**

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: ¹prasetya_eric@yahoo.com, ²hanandoko@mail.uajy.ac.id**Abstrak**

Usaha pembuatan ampyang coklat merupakan salah satu usaha di bidang pangan, dalam sehari ampyang coklat yang terjual hanya sekitar 8 - 10 bungkus, sedikitnya produk yang terjual mempengaruhi tingkat produksi yang rendah. Hal ini menyebabkan tidak stabilnya frekuensi produksi ampyang coklat setiap hari nya sehingga mengakibatkan harga tidak dapat bersaing dengan kompetitor dan karyawan banyak yang mengundurkan diri. Bersumber dari permasalahan tersebut, pemilik ingin meningkatkan kuantitas penjualan produk ampyang coklat, Maka dari itu pemilik membutuhkan adanya riset pasar untuk menilai seberapa besar minat pasar terhadap produk ampyang coklat tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil rancangan kuesioner berupa butir-butir pertanyaan yang nantinya akan disebarkan sesuai target konsumen guna mendapatkan gambaran kondisi dan potensi pasar yang ada saat ini. Perencanaan riset pasar diawali dengan brainstorming dengan pemilik usaha pembuatan ampyang coklat, proses perencanaan kemudian dilanjutkan dengan menetapkan target customer produk ampyang coklat, menentukan hipotesis dan pertanyaan dasar, mencari data sekunder yang dibutuhkan, menyusun pertanyaan lanjutan, memeriksa hipotesis, membuat daftar kuesioner untuk memperoleh data primer. Hasil akhir penelitian ini adalah berupa lembar kuesioner yang siap disebarkan kepada responden untuk mengetahui minat masyarakat lokal maupun wisatawan terhadap produk ampyang coklat yang diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta

Kata kunci : ampyang coklat, data sekunder, lembar kerja

1. PENDAHULUAN**1.1 Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan tempat wisata yang sudah tidak asing lagi di mata wisatawan dalam negeri maupun manca negara. Sebutan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata juga menggambarkan potensi provinsi ini sangat besar dalam bidang kepariwisataan. Buku statistik kepariwisataan tahun 2014 menyebutkan jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta pada tahun 2012 mencapai 3,54 juta jiwa, dan pada tahun 2013 mencapai 3,81 juta jiwa. Perkembangan kunjungan wisata selama sembilan tahun terakhir menunjukkan bahwa setiap tahun jumlah kunjungan rata-rata meningkat sebesar 7,83 persen dari banyaknya tamu asing dan tamu dalam negeri yang datang menurut kelas hotel di kota Yogyakarta pada tahun 2013. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke DIY setiap tahun memicu para pengusaha industri menjadi lebih kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor di pasaran. Berdasarkan website resmi UMKM kota Yogyakarta tahun 2015, tercatat bahwa UMKM menurut klasifikasinya dibagi menjadi 5 kelompok besar, yaitu Kelompok Kerajinan dan Umum (22%), Kelompok Kimia dan Bahan Bangunan (5%), Kelompok Logam dan Elektronika (9%), Kelompok Pengelolaan Pangan (45%), Kelompok Sandang dan Kulit (19%). Dari data ini menunjukkan bahwa kelompok Pengelolaan Pangan menempati presentasi yang paling besar. Hal ini menuntut para pengusaha kecil dan menengah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam pengembangan produknya agar dapat bersaing di pasaran, khususnya untuk menarik pembeli di kalangan wisatawan yang datang di kota Yogyakarta.

UMKM FIA berdiri sejak tahun 1998, Bapak Agung selaku pemilik usaha UMKM merupakan salah satu produsen makanan ringan di Yogyakarta. Salah satu produk yang menjadi unggulan dari

UMKM ini adalah ampyang coklat. UMKM ini menghasilkan kurang lebih sekitar 54 bungkus ampyang dalam sekali produksi. Ampyang adalah salah satu dari sekian banyak makanan khas Jawa yang digemari wisatawan dan selalu ada di toko oleh-oleh di daerah Jawa. Hal ini menjadikan tingkat kompetisi yang tinggi bagi para produsen ampyang. Berbeda dari ampyang pada umumnya yang berbahan dasar kacang tanah dan gula Jawa, Ampyang dengan merk FIA ini dikembangkan dengan coklat dan susu yang di proses dengan oven, sehingga memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dengan makanan sejenis. Seiring bertambahnya jumlah penduduk dan bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke Daerah Istimewa Yogyakarta, maka permintaan makanan ringan dan oleh-oleh khas Yogyakarta semakin tinggi. Hal ini menjadikan potensi yang besar ampyang coklat menjadi makanan ringan oleh-oleh khas Yogyakarta atau sekedar untuk dikonsumsi secara pribadi sebagai camilan.

Dalam sehari ampyang coklat yang terjual hanya sekitar 8 - 10 bungkus, hal ini belum mencerminkan kesuksesan dalam berwirausaha, dan sedikitnya produk yang terjual mempengaruhi tingkat produksi yang rendah. Hal ini menyebabkan tidak stabilnya frekuensi produksi ampyang coklat setiap harinya sehingga mengakibatkan harga tidak dapat bersaing dengan kompetitor dan karyawan banyak yang mengundurkan diri karena tidak setiap hari mereka mendapatkan penghasilan. Bersumber dari permasalahan tersebut, pemilik ingin meningkatkan kuantitas penjualan produk ampyang coklat dan ingin menarik lebih banyak konsumen. Maka dari itu informasi tentang minat dan besarnya potensi pasar mengenai produk ampyang coklat yang akan dijadikan oleh-oleh khas Yogyakarta sangat dibutuhkan untuk mengetahui dimana tempat penjualan yang berpotensi terhadap omzet peningkatan omzet ampyang coklat, selain itu pemilik juga ingin mengetahui minat pasar terhadap alternatif pada kemasan yang berbahan plastik, selama ini ampyang dikemas dengan menggunakan kardus dan plastik namun, pada kemasan plastik masih menggunakan merk Ibu Datik Putera, Pemilik ingin membuat kemasan plastik sendiri dengan merk FIA. Selain itu pemilik juga ingin mengetahui berat ampyang yang cocok pada kemasan tersebut sehingga dapat bersaing dengan kompetitor sejenis, mengetahui segmen pasar yang tepat, dan cara untuk menarik minat konsumen, dan juga untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam merebut peluang pasar dan meminimalkan kegagalan usaha.

Riset pasar dilakukan saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Untuk melihat potensi dan minat pasar terhadap produk ampyang coklat maka diperlukan riset pasar, hal ini bertujuan untuk mengetahui minat pasar terhadap produk ampyang coklat, memperoleh strategi pemasaran, dan rencana pengembangan produk yang diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta yang pada akhirnya dapat mempertahankan dan mengembangkan UMKM FIA. Riset pasar yang berhasil tidak lepas dari perencanaan yang matang. Kuesioner sangat diperlukan untuk menggali informasi yang akurat mengenai strategi penjualan dan minat pasar. Tujuan penelitian ini berupa butir-butir pertanyaan yang nantinya akan di sebar pada kurang lebih 5x jumlah pertanyaan pada responden, hasil isian dari kuesioner tersebut merupakan suatu informasi yang digunakan sebagai acuan dalam merumuskan strategi dalam meningkatkan usaha.

Penelitian ini berfokus pada perencanaan riset pasar terhadap pengembangan produk ampyang coklat. Diharapkan setelah melalui proses perencanaan riset ini, pemilik dapat mengetahui kondisi dan potensi pasar saat ini secara umum serta pemilik memiliki bekal berupa kuesioner untuk mengetahui secara khusus minat pasar terhadap inovasi produk yang dihasilkan dan strategi penjualan yang dibutuhkan. Saat pemilik mengetahui kondisi dan potensi pasar saat ini, pemilik mempunyai prediksi awal apakah inovasi produknya dapat diterima. Kuesioner yang dihasilkan kemudian berfungsi untuk memastikan bagaimana minat pasar yang disasar terhadap produk yang dihasilkan dan strategi penjualan yang dibutuhkan.

1.2 Rumusan Masalah

Mempertahankan usaha yang sudah ada merupakan salah satu situasi di mana riset pasar dibutuhkan. Gagasan inovasi dan strategi penjualan dari pemilik terhadap produk ampyang coklat membutuhkan perencanaan riset pasar untuk mengetahui kondisi dan potensi pasar saat ini dan

mengubah informasi menjadi sebuah kuesioner, agar didapatkan rangkaian pertanyaan yang sesuai dalam upaya menggali minat pasar dan strategi penjualan yang dibutuhkan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk ampyang coklat.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan riset pasar dalam mempertahankan usaha yang sudah ada dengan lebih terinci.
- 2) Mengurangi resiko kesalahan dalam menyusun pertanyaan kuesioner yang akan membawa pada kegagalan dalam pengumpulan dan interpretasi data primer

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan, maka ada beberapa batasan serta asumsi sebagai berikut:

- 1) Obyek penelitian berfokus pada UMKM FIA Ampyang Cokelat.
- 2) Lokasi penelitian berfokus pada Daerah Istimewa Yogyakarta.

Perencanaan riset pasar menggunakan alat bantu berupa Lembar Kerja (Worksheet) sebagai panduan dan pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner.

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 dimasukkan 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 Pelaksanaan

Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan di kota Yogyakarta dengan mencari informasi secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan, seperti pelaku usaha ampyang cokelat, penjual makanan ringan, toko oleh-oleh khas Yogyakarta. informasi tersebut antara lain komposisi makanan ampyang cokelat dan proses pembuatan ampyang cokelat. Kriteria yang diperlukan agar produk tersebut dapat masuk ke toko oleh-oleh. Data tersebut diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahulu untuk menyusun kuesioner.

Brainstorming

Brainstorming dilakukan untuk mencari inovasi inovasi dan gagasan baru untuk mencukupi kriteria penjualan makanan ringan khas Yogyakarta dan mencari alternative pasar potensial yang mau membeli produk tersebut. Informasi tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Pihak-pihak yang dimaksud antara lain pelaku usaha ampyang cokelat dan pemilik toko Oleh-oleh khas yogyakarta.

Mengisi Lembar Kerja

Lembar Kerja diisi dengan runtut dari lembar kerja 1 sampai lembar kerja 8. Lembar Kerja ini digunakan sebagai dasar dalam pembuatan pertanyaan kuesioner.

Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun sesuai dengan tujuan penelitian atau hal yang ingin didapatkan dari riset yang dilakukan. Pertanyaan pada kuesioner disusun berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang ada setelah data sekunder dianalisis, baik pertanyaan dasar maupun pertanyaan tambahan. Kuesioner disusun mengikuti metode penyusunan kuesioner yang baik.

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 ampyang cokelat yang akan diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta serta membantu untuk menentukan strategi penjualan yang dibutuhkan.

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)	19th-55th
Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknisi, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Semua pekerjaan
Rentang Pendapatan	\geq Rp. 500.000
Hobi	Makan makanan ringan, Belanja, Jalan - jalan
Karakteristik penting lainnya	Pemakan coklat, Kacang, Suka membeli oleh-oleh
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	Kepuasan dalam memberikan oleh-oleh, Menikmati enaknyanya ampyang coklat, Merasakan manfaat dari kacang dan coklat

Pada tabel 1 ini ditetapkan masyarakat yang berada di Yogyakarta ataupun wisatawan yang pernah berwisata ke Yogyakarta dan berumur 19th sampai 55th sebagai target customer pada penelitian ini. Lembar kerja ini akan menjadi beberapa pertanyaan penyaringan (*screening questions*) terhadap identitas responden yang akan ditanyakan pada bagian awal kuesioner. *Screening questions* ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden termasuk dalam populasi penelitian (Brace, 2004).

Tabel 2. Lembar Kerja 2

HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR		
Bisnis/Produk/Jasa saya adalah :	FIA Ampyang Coklat	
Hipotesis yang akan diuji :	Ampyang coklat merk FIA dengan kemasan plastik akan diminati sebagai camilan pribadi maupun sebagai oleh-oleh khas Kota Yogyakarta	
No.	Pertanyaan dasar riset	Kemungkinan jawaban (diisi nanti)
1	Apa pasar sudah mengetahui ampyang coklat?	
2	Berapa harga yang sesuai dengan produk ini?	
3	Berapa berat yang sesuai untuk produk ini?	
4	Bagaimana pendapat konsumen tentang rasa ampyang coklat?	
5	Kemasan yang seperti apa yang cocok untuk produk ini?	
6	Apa masyarakat setuju bila produk ini jadi oleh-oleh khas Yogya?	
7	Dimana saja produk ini dapat dijual?	
8	Apa ada kompetitornya?	
9	Media promosi apa yang cocok untuk produk ini?	
10	Siapa yang berminat membeli produk ini selain wisatawan?	

Lembar kerja 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

LEMBAR KERJA 3	
KATEGORI DATA SEKUNDER	
Berikut beberapa kategori data sekunder dengan rincian data sekunder yang didapatkan dalam penelitian.	
<input type="checkbox"/> Statistik Demografi:	Jumlah Wisatawan Mancanegara menurut Negara Asal dan Golongan Hotel di D.I. Yogyakarta. Pangsa Wisatawan Asing yang Berkunjung ke DIY Berdasarkan Negara Asal dan Kawasan, 2013. Jumlah Wisatawan Domestik dan Asing yang Menginap di DIY, 2004-2013 jumlah wisatawan yang datang dan menginap di DIY. Data Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Yogyakarta.
<input type="checkbox"/> Data studi ilmiah :	Kandungan gizi kacang, coklat dari Stikes, Jurnal Pengaruh citra merek terhadap perilaku konsumen, Jurnal analisis strategi pemasaran makanan tradisional.
<input type="checkbox"/> Data survei media:	-
<input type="checkbox"/> Pooling publik:	-
<input type="checkbox"/> Informasi paten dan merek dagang :	Prosedur merk dan paten nama dagang
<input type="checkbox"/> Informasi legal :	Informasi prosedur pejinian PIRT dan label halal MUI, Ijin depkes, Badan Pengawasan Obat dan Makanan BPOM, Ijin produksi
<input type="checkbox"/> Alamat & nomor telepon :	Toko oleh-oleh di yogyakarta, kompetitor
<input type="checkbox"/> Prosedur dan Informasi bisnis :	-
<input type="checkbox"/> Spesifikasi dan harga :	Produk Ampyang kompetitor, Harga kompetitor

Lembar kerja ketiga 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				
No.	Pertanyaan Tambahan	Data Primer	Data Sekunder	Metode yang memungkinkan
1	Di mana saya dapat mengiklankan/ memperkenalkan produk?	√	√	Polling
2	Apa perlu varian rasa seperti coklat	√		Survei
3	mint, jahe, susu, dll? apa perlu logo khas jogja di kemasan?	√		Survei, Pooling
4	legalitas apa saja yang perlu?		√	
5	Kapan biasanya orang membeli dan makan makanan ringan?	√		Survei
6	ji ka dimungkinkan, bagai mana bentuk lain dari ampyang coklat yang di mi nati konsu men?	√		Survey, Pooling

Lembar kerja keempat 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

MEMERIKSA HIPOTESIS	
Hipotesis yang diperiksa adalah : ampyang coklat merk FIA dengan kemasan plastik akan diminati sebagai camilan pribadi maupun sebagai oleh-oleh khas kota Yogyakarta	
No. Temuan Penting dari Riset Anda	
1.	ditemukan kompetitor di Yogyakarta Dinas Pariwisata DIY mengeluarkan ringkasan data statistik sementara Pariwisata DIY tahun 2014. Presentase mununj ukan peningkatan untuk wisatawan mancanegara yang datang ke Yogyakarta.
2.	belum ditemukan ampyang coklat di sepanjang toko oleh-oleh
3.	ditemukan varian rasa ampyang selain coklat original, yaitu coklat mint, coklat jahe
4.	harga kompetitor lebih murah
Kesimpulan Hipotesis	
1.	Apakah hipotesis masih valid? <input checked="" type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
2.	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali? <input checked="" type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
3.	Jika TIDAK, apakah Anda akan : <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
	a) Menuliskan kembali hipotesis Anda? <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
	b) Mencari informasi lagi? <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
	c) Membatalkan project ini? <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
4.	Hipotesis baru saya adalah :

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 Yogyakarta masih sangat potensial untuk produk ampyang coklat.

Tabel 6. Lembar Kerja 6

Apa yang Sudah Saya Ketahui tentang Industri Ampyang Cokelat	
Komentar yang pernah di dengar	
1	Komentar positif : Renyah, Manisnya pas Komentar negatif: Kemasan kardus menutupi tampilan ampyang, masi sulit untuk menemukan ampyang coklat
2	Apakah ada keluhan terhadap produk ampyang coklat setelah memakannya? tidak pernah ada pelanggan yang mengeluh setelah memakan ampyang coklat Hal apa yang sudah di dengar di sekitar toko dari pekerja atau kerabat?
3	Harga tidak bersaing dengan kompetitor bisa di bilang terlihat lebih mahal, idenya menarik mengikuti jaman , baik anak-anak maupun orang tua tetap suka memakan karena ampyang rasa coklat.
4	Artikel atau jurnal apa yang pernah di baca yang berkaitan dengan usaha ini? ikut pelatihan salesmanship Apa pernah mengikuti acara khusus , promosi ?
5	pernah ikut pameran makanan di yogyakarta, tetapi belum banyak yang mampir dan membeli ampyang coklat
Mana musim, hari dalam seminggu, atau saat hari telah terbaik untuk bisnis saya, dan	
6	mengapa? Lebaran, karena pada saat lebaran banyak wisatawan yang berujung di kota yogyakarta

-
- Apakah ada masalah pada pelanggan atau karyawan yang tidak dapat diungkapkan? jika demikian, bagaimana saya bisa belajar lebih banyak tentang mereka dan meningkatkan produk atau jasa saya sebagai hasilnya?
- 7 Masalah ada pada karyawan yang keluar karena tidak rutin memproduksi setiap hari, dan ada karyawan keluar sekarang menjadi kompetitor
-

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

KOMPETISI USAHA AMPYANG	
	Apa yang diketahui tentang kompetisi saya
1	Kompetitor yang di temui kebanyakan memproduksi ampyang dengan bahan baku gula jawa dan kacang tanah dengan varian rasa jahe atau original.
2	Kompetitor sudah memasarkan produknya ke tempat penjualan oleh - oleh Yogyakarta.
3	Harga yang ditawarkan kompetitor dengan gula jawa lebih murah.
4	Harga yang ditawarkan kompetitor dengan ampyang cokelat lebih mahal.
5	Kompetitor gencar memasarkan produk di internet.
6	Kompetitor masih sedikit dengan varian ampyang rasa cokelat.
7	Kompetitor menggunakan plastik , alumunium foil dan kemasan kardus.

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

Tabel 8. Lembar Kerja 8

KOMPETITOR USAHA AMP YANG	
	Kompetitor : Amp yang Cokelat Kalesya apa yang di ketahui tentang kompetisi saya
1	kemasan dibuat dari alumunium foil dan plastik silinder, 1 kemasan 20biji
2	berat ampyang 1 kemasan 150gr
3	harga merk kalesya Rp. 15 .000/bungkus

Tabel 9. Lembar Kerja 8

KOMPETITOR USAHA AMPYANG	
	kompetitor : Ampyang Cokelat Bu Datik Putra apa yang di ketahui tentang kompetisi saya
1	Kemasan menggunakan plastic
2	berat ampyang 250gr
3	harga perbungkus Rp. 24.000/bungkus

Lembar kerja terakhir ini digunakan untuk menganalisis data dari pesaing. Dari data di lembar kerjaini, dapat digunakan sebagai parameter pilihan jawaban dari pertanyaan kuesioner. Parameter tersebut dapat mencakup harga, strategi penjualan, media promosi, varian produk ampyang cokelat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, kesimpulan yang diperoleh adalah potensi untuk membeli ampyang coklat pada masyarakat ataupun wisatawan masih sangat besar, hal tersebut ditunjukkan pada data sekunder yang setiap tahunnya menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya. Voting mengenai inovasi pengembangan terhadap produk ampyang coklat dapat diprediksi apabila kuesioner sudah diisi oleh responden. Kuesioner yang disusun terbagi menjadi tiga bagian utama (detail kuesioner ada pada penulis). Pertama, mengenai pertanyaan penyaringan (*screening questions*) yang menyangkut profil responden yang terdiri dari sembilan butir pertanyaan. Tujuh butir pertanyaan tentang pengetahuan terhadap produk ampyang coklat, dan strategi penjualan yang digunakan kompetitor. Perihal minat akan produk ampyang coklat yang ditawarkan, pengetahuan akan produk ampyang coklat sejenis, dan harapan serta keinginan responden akan produk ampyang coklat yang ditawarkan terwakili dalam sebelas butir pertanyaan.

Saran

Penelitian ini hanya terbatas pada responden wisatawan lokal dan masyarakat di sekitar kota Yogyakarta. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan kepada seluruh wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing di kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Y. (2014). Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu (Skripsi). Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 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.
- Kusumawati, A. S. (2010). Riset Pasar Produk Cokelat Praline Dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta. (Skripsi). Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 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 Labs, 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.