

PERENCANAAN RISET PASAR PRODUK *MODERN PHOTO FRAME* BERBAHAN *FIBER*

Christian Oktavianus Haryanto¹, Theodorus B. Hanandoko²

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

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

Email: ¹christianoktavianusharyanto@gmail.com, ²hanandoko@mail.uajy.ac.id

Abstrak

Kota Surakarta merupakan salah satu kota kesenian yang ada di Indonesia. Jumlah peminat fotografi dan seni melukis di kota ini terus berkembang. Hal ini tidak terlepas dari produk photo frame sebagai asesoris penghias foto dan lukisan. Industri Kecil Menengah “Rudy Aneka Pigura” merupakan pengrajin yang bergerak di bidang pembuatan Photo Frame. Penelitian ini difokuskan pada kebutuhan riset pasar untuk produk modern photo frame berbahan fiber. Tujuan dari penelitian ini ialah mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data hasil riset pasar untuk produk modern photo frame berbahan fiber. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan perencanaan riset pasar ini ialah dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam perencanaan riset pasar ini ialah Penggunaan lembar kerja (Worksheet) yang terdiri dari menjabarkan target customer, hipotesis dan pertanyaan dasar, kategori data sekunder, Pertanyaan tambahan yang muncul dari riset data sekunder, memeriksa hipotesis, pengetahuan tentang usaha yang di risetkan, pengetahuan tentang pesaing. Capaian hasil berupa kuesioner yang akan disebar ke responden. Pertanyaan yang dibangun ke dalam sebuah kuesioner akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merencanakan produk modern photo frame. Kuesioner yang akan diberikan kepada responden berjumlah 25 pertanyaan.

Kata Kunci: Fiber, modern photo frame, kuesioner

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Frame merupakan salah satu komoditas sub-sektor kerajinan pada industri kreatif yang sering digunakan sebagai hiasan dinding rumah dan bingkai foto maupun lukisan. Usaha pembuatan *frame* atau yang dikenal dengan pigura salah satunya ialah “Rudy Aneka Pigura” yang telah berdiri sejak tahun 1989. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, penghasilan yang masuk tiap bulan tidak menentu. Hal tersebut disebabkan karena pemilik usaha ini tidak pernah melakukan pemasaran terhadap produknya dan tidak pernah mencari informasi tentang perkembangan produk kompetitornya yang menyebabkan pemasukkan dan kuantitas produknya untuk tiap ordernya tidak menentu dalam periode satu bulan. Bersumber dari permasalahan tersebut, pemilik berencana produksi *framena* bisa dipasarkan secara luas dan ingin bersaing dengan desain kompetitornya agar pendapatan tiap bulan bisa stabil. Konsekuensi rencana tersebut adalah produk *frame* ini harus bisa diterima di pasar yang luas serta harus mengetahui perkembangan kompetitor di sekitar usaha ini berdiri. Usaha yang diperlukan untuk membuat produk ini agar bisa dipasarkan ialah harus adanya inovasi desain baru terhadap *frame* yang akan dibuat nanti sehingga mempunyai desain produk baru dan bisa menyaingi kompetitor di sekitarnya yang memproduksi *frame* sejenis. Inovasi tersebut harus dilakukan secara periodik. Pemilik memiliki gagasan inovasi desain produk yang akan dipasarkan ialah inovasi desain *modern frame* dengan bahan *fiber*.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk *modern photo frame* berbahan *fiber*

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah mempersiapkan riset pasar dalam memperkenalkan produk baru dengan lebih terinci dan mengurangi resiko kesalahan dalam menyusun pertanyaan kuesioner yang akan membawa pada kegagalan dalam pengumpulan dan interpretasi data primer.

1.3 Batasan masalah

- a. *Tools* perencanaan riset pasar menggunakan lembar kerja yang dikembangkan dalam bentuk kuesioner sebagai panduan untuk mengarahkan dan mempermudah proses penelitian
- b. Proses wawancara dan brainstorming dilakukan dengan pihak yang mempunyai kaitan dengan topik produk *modern photo frame* berbahan *fiber*, antara lain dengan pemilik usaha dan produsen photo frame, dan para pembeli photo frame.

2. METODOLOGI

2.1. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi produsen frame “Rudy Aneka Pigura” adalah jumlah produksi yang tidak menentu dikarenakan frame atau pigura yang diproduksi sudah banyak yang memproduksi dan tidak adanya tindakan pemasaran setiap produk barunya. Pemilik menggagas ide untuk membuat desain baru yang mengacu pada perkembangan jaman, maka desain yang akan dibuat ialah desain *modern photo frame* dengan bahan *fiber*. Gagasan tersebut akan berjalan lancar jika produk diterima pasar. Riset pasar merupakan suatu metode yang digunakan untuk membantu pemilik mengetahui bagaimana kondisi persaingan, minat dan potensi pasar terhadap gagasan produk.

2.2. Brainstorming

Brainstorming dilakukan untuk mencari alternatif produk *modern photo frame* yang akan didesain dan alternatif pasar potensial yang dapat menerima produk tersebut. Informasi tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pemilik usaha.

2.3. Studi Pustaka

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai data awal, dasar teori dan metode yang mendukung penelitian. Referensi tersebut didapatkan dari buku, artikel, jurnal, skripsi, internet dan sumber lain yang memungkinkan.

2.4. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan mencari informasi secara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Informasi tersebut antara lain spesifikasi produk *modern photo frame* dari kompetitor. Data-data tersebut diperoleh melalui proses observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahulu sebelum nantinya didapatkan data dari kuesioner.

2.5. Menetapkan Target Customer

Target *customer* ditetapkan berdasarkan alternatif pasar potensial hasil dari *brainstorming* dengan pemilik dan studi lapangan. Target *customer* dijabarkan dalam beberapa kriteria spesifik, sehingga menjadi jelas siapa target customer yang dimaksud.

2.6. Menetapkan Hipotesis

Setelah serangkaian tahapan dilakukan sebagai penelitian pendahulu, hipotesis awal ditetapkan sebagai dasar dari riset pasar ini dan akan diuji kebenarannya dalam tahap selanjutnya.

2.7. Menyusun Pertanyaan Dasar

Pertanyaan dibuat berdasarkan keraguan dan ketidaktahuan yang muncul atas hipotesis awal yang telah ditetapkan. Pertanyaan dasar 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.

2.8. Pencarian Data Sekunder

Tahapan selanjutnya adalah mencari data sekunder yang dapat mendukung proses riset pasar dan untuk menguji hipotesis awal. Data sekunder yang dibutuhkan antara lain data produsen *modern frame* di Indonesia, Toko penjual *modern frame* di kota Surakarta, Photo Studio di kota Surakarta, Hotel di kota Surakarta, harga bahan baku, spesifikasi bahan, dsb . Data sekunder didapatkan melalui pencarian di dinas-dinas terkait, melalui website, dan lain sebagainya.

2.9. Menyusun Pertanyaan Tambahan

Data sekunder yang diperoleh pada tahap sebelumnya dianalisis untuk menjawab pertanyaan dasar yang ada. Kemudian jika masih ada pertanyaan yang belum terjawab atau muncul pertanyaan baru dari data sekunder maka setiap pertanyaan tersebut disusun dan akan dimasukkan di dalam kuesioner ataupun digunakan sebagai dasar melakukan penelitian lanjutan.

2.10. Memeriksa Hipotesis

Hipotesis awal akan diperiksa menggunakan data-data yang diperoleh dari pencarian data sekunder. Hasil pemeriksaan ini menunjukkan apakah hipotesis awal yang dibuat masih valid atau tidak. Jika masih valid, maka hipotesis awal masih dapat digunakan pada tahap selanjutnya sampai akhir proses riset. Jika tidak valid, maka perlu ditetapkan hipotesis baru dalam proses riset pasar.

2.11. Penjabaran Kompetensi

Penjabaran kompetensi bermanfaat untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari gagasan inovasi produk *modern photo frame* pada khususnya dan bisnis produksi pin pada umumnya. Pengetahuan mengenai gagasan inovasi produk dan bisnis yang di riset dapat digunakan untuk memberikan penjelasan lebih kepada responden.

2.12. Penjabaran Kompetisi

Pada tahap ini dijabarkan bagaimana kondisi persaingan atau kompetisi secara umum dan kondisi maupun data kompetitor-kompetitor yang sudah ada dan bagaimana strategi yang dipakai. Hal ini dilakukan agar dapat menetapkan posisi dari gagasan inovasi produk yang diriset dalam pasar yang sudah ada saat ini dan menetapkan strategi yang nantinya dapat diterapkan pada gagasan inovasi produk yang di riset.

2.13. 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.

2.14 Kesimpulan

Hasil akhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dari analisis data primer yang telah dilakukan. Kesimpulan yang dihasilkan berupa hipotesis dan hasil data uji penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Describing Your Target Customer (Menetapkan Target Konsumen)

Tabel 1. Lembar kerja 1 : Describing Your Target Customer (Menetapkan Target Konsumen)

MENJABARKAN TARGET CUSTOMER KITA	
Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan)	laki-laki atau Perempuan
Rentang Usia (anak-anak, remaja, anak muda, dewasa, orang tua)	Pemuda dan dewasa usia 18 - 80 tahun
Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknisi, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Semua jenis
Pekerjaan khusus (jika diperlukan)	Dekorator, Owner hotel, Owner Photo Studio

Rentang Pendapatan/Uang Saku Hobi	>Rp 1.000.000 Melukis, Fotografi, Kolektor Lukisan
Karakteristik penting lainnya	Memiliki jiwa artistik, dan mau mengikuti perkembangan jaman ke arah era estetika modern
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	Meningkatkan nilai estetika pada tampilan rumah, hotel, kantor, restaurant

Pada lembar kerja 1 diatas, akan menjadi butir-butir pertanyaan tentang latar belakang responden pada bagian awal. Latar belakang responden ini bertujuan untuk mengetahui apakah responden termasuk dalam populasi penelitian.

3.2 *Formulating Your Basic Research Questions* (Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar)

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

HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR	
Bisnis/Produk/Jasa saya adalah	<i>Modern photo frame</i> berbahan <i>fiber</i>
Hipotesis yang akan diuji	Produk ini akan diminati sebagai salah satu produk untuk meningkatkan nilai estetika modern style, baik di rumah, hotel, maupun restaurant, bahkan di tempat publik lainnya
No. Pertanyaan dasar riset	Kemungkinan jawaban (Diisi setelah kuesioner)
1 Apakah produk yang saya tawarkan akan laku di pasaran ?	
2 Apakah semua jenis masyarakat akan tertarik dengan produk modern ini ?	
3 Dimana saya bisa menjual produk ini?	
4 Berapa harga yang bisa diterima oleh konsumen ?	
5 Apakah perlu penambahan asesoris untuk produk saya ?	
6 Bagaimana cara saya memasarkan produk nya ?	
7 Apakah Produk saya ini memiliki fungsi lain selain sebagai hiasan ?	
8 Sudah berapa responden yang memiliki produk ini ?	
9 Hal pertama yang menjadi pertimbangan saat membeli <i>produk ini</i> ?	
10 Apakah produk ini bisa menyaingi pasar yang sudah ada ?	
11 Apakah produk ini bisa bertahan lama dipasaran ketika sudah dijual ?	

Pada lembar kerja 2 di atas, berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dan *brainstorming* dengan pemilik usaha *Photo Frame* dan para pembeli *photo frame*. Hipotesis awal ini akan diuji menggunakan data sekunder di tahapan selanjutnya.

3.3 What Secondary Data Do You Need? (Mengumpulkan Data Sekunder)

Tabel 3. Lembar Kerja 3 : What Secondary Data Do You Need? (Mengumpulkan Data Sekunder)

KATEGORI DATA SEKUNDER	
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.	
Statistik Demografi :	Jumlah Studio Photo, hotel, Gallery di Surakarta, Jumlah produsen dan toko pigura di Kota Surakarta dan sekitarnya, Data Statistik industri kecil menengah Indonesia 2010 - 2014
Data studi ilmiah :	Jurnal analisis komponen kimia empat jenis Kayu Sumatera utara, Jurnal analisis Sifat Dasar Kayu Hasil Hutan Rakyat, Jurnal Analisis Composit fiber
Informasi paten dan merek dagang :	Desain Produk
Informasi legal :	Peraturan Perindustrian furniture
Alamat & nomor telepon :	Toko Pigura, Studio Foto, Dekorasi hotel, Supplier
Prosedur dan informasi bisnis :	
Spesifikasi dan harga :	Photo <i>frame</i> (Sesuai ukuran)

Lembar kerja ketiga berisi data sekunder yang diperlukan untuk melakukan uji 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.

3.4 Additional Question Arising From Your Research (Menetapkan Pertanyaan Tambahan)

Tabel 4. Lembar Kerja 4 : Additional Question Arising From Your Research (Menetapkan Pertanyaan Tambahan)

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	Apakah produk yang saya jual melanggar hak cipta ?	x	x	Survey dan polling
2	Apakah ada golongan pekerjaan lain yang cocok dengan produk yang saya tawarkan ?	x		Polling

3	Apakah produk saya cocok di jual di mall besar ?	x	x	Survey dan polling
4	Apakah produk yang saya tawarkan akan menyaingi produk lain yang serupa (<i>Frame</i>) ?	x	x	Survey dan polling
5	Apakah produk yang saya buat benar benar cocok untuk segala desain rumah / hotel ?	x	x	Survey dan polling

Lembar kerja keempat berisi pertanyaan-pertanyaan tambahan yang muncul setelah dilakukan analisa data sekunder. Daftar pertanyaan pada lembar kerja ini masuk dalam kuesioner untuk menggali lebih dalam potensi pasar yang ada dan minat target *customer* terhadap produk *modern photo frame*

3.5 Checking Your Hypothesis (Memeriksa Hipotesis)

Tabel 5. Lembar Kerja 5 : Checking Your Hypothesis (Memeriksa Hipotesis)

MEMERIKSA HIPOTESIS	
Hipotesis yang diperiksa adalah :	Produk <i>modern frame</i> ini akan diminati oleh semua elemen atau golongan masyarakat, terkhusus oleh dekorator hotel dan owner photo studio, dan dapat menguasai pasar <i>modern frame</i> karena harga lebih murah dari <i>modern frame</i> yang sudah ada yang terbuat dari plastik.
No.	Temuan Penting dari Riset Anda
1	Masih sedikitnya produsen (Pengrajin) <i>Modern frame</i> di kota Surakarta
2	Belum ada hak paten dari produk ini
3	Bahan Fiber lebih baik dari pada bahan kayu karena tahan terhadap rayap dan lapuk
4	Semakin banyaknya usaha photo studio di kota Surakarta
5	Dekorasi hotel yang sebelumnya klasik beralih ke dekorasi modern
6	Jenis dan type kayu maupun fiber semakin banyak variannya
Kesimpulan Hipotesis	
1	Apakah hipotesis masih valid? YA
2	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali? YA
3	Jika TIDAK, apakah Anda akan : a) Menuliskan kembali hipotesis Anda? b) Mencari informasi lagi? c) Membatalkan project ini?
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 Surakarta masih sangat potensial untuk produk lokal *Modern Photo Frame*

3.6 What You Already Know About Your Business (Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang Direncanakan)

Tabel 6. Lembar Kerja 6 : Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang Direncanakan)

APA YANG SUDAH ANDA KETAHUI TENTANG BISNIS ANDA
<p>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.</p> <p>1. Apa jenis reaksi yang saya dengar dari pelanggan dan/ atau penjual?</p> <p>a. Komentar positif Produk yang ditawarkan terlihat lebih menarik dan murah daripada Produk yang dijual di toko furniture. Produk yang ditawarkan lebih inovatif karena memiliki banyak desain yang baru untuk produk ini dan cocok untuk dekorasi rumah dan bingkai foto yang bernuansa modern. Produk yang ditawarkan lebih awet dan tahan rayap daripada produk yang terbuat dari kayu.</p> <p>b. Komentar Negatif Warna yang digunakan kurang meriah dan menarik karena warna yang digunakan cukup monoton (satu warna) Terdapat konsumen yang menyukai pigura klasik ketimbang modern. Tampilan tidak memiliki pola dan profil yang meriah.</p> <p>2. Apakah ada yang bertanya tentang konsistensi pasokan? Belum ada karena menurut hasil survey dengan toko yang menjual produk ini masih terlalu dini untuk dibuat terus menerus karena masih berpotensi untuk dikembangkan</p> <p>3. Apakah ada keluhan atau layanan permintaan yang telah diterima? Belum</p> <p>4. Jika ya, apa yang bisa saya lakukan untuk mengisi kebutuhan?</p> <p>5. Apa yang saya dengar di sekitar kantor dari karyawan atau mitra (dari anggota keluarga dan teman- teman jika Anda adalah operasi satu orang)? Peluang usaha modern frame terbuka lebar untuk di lakukan Sudah banyak yang mulai beralih dari bahan kayu ke fiber untuk membuat frame Desain untuk produk ini sudah semakin banyak dan semakin inovatif</p> <p>6. Artikel apa yang telah saya lihat baru-baru ini di jurnal perdagangan atau publikasi lainnya yang saya pikir akan berarti untuk bisnis saya? Majalah yang menyangkut tentang modern furniture yang membahas tentang asesoris rumah ideal atau semi modern dan mencari referensi tentang model terbaru dari modern frame</p> <p>7. Apa yang saya pelajari dari organisasi sejauh ini? Ada orang-orang di organisasi yang dapat membantu saya? Literatur, kelas, atau bantuan lain? Bertukar pikiran dengan pelaku bisnis produk ini sangat membantu dalam mengembangkan dan memasarkan produk baru ini, karena bisa mengetahui kelemahan produk ini dan dapat memperbaikinya. Harus banyak ke event - event seni untuk dapat mengetahui pasar yang cocok untuk produk ini</p> <p>8. Apa yang telah saya pelajari dari acara khusus, promosi, atau penjualan yang saya dapatkan di masa lalu?</p> <p>a. Promosi yang sukses Promosi dapat sukses ketika mengenalkan produk ini melalui brosur atau katalog dengan kreatif dan dapat dimengerti semua golongan masyarakat. Bisa juga pada event - event seni yang diadakan</p> <p>b. Promosi kurang sukses</p>

Lokasi usaha merupakan tempat dengan persaingan yang sangat tinggi karena tetangga dari usaha ini kebanyakan usaha dengan produk yang sama yaitu frame / pigura

9. Pilih musim, sehari dalam seminggu, atau beberapa kali dalam sehari yang terbaik untuk bisnis saya, dan mengapa?

Dalam seminggu dapat beberapa kali, karena masyarakat yang mencintai seni modern akan menyukai produk ini dan untuk dekorasi hotel maupun photo studio akan menjadi pelanggan setia

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?

3.7 Your Competition (Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama)

Tabel 6. Lembar Kerja 6 : Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama

Apa yang saya ketahui tentang persaingan saya ?
a. Persaingan pada produk <i>Frame</i> / pigura sudah banyak terdapat di kota Surakarta. Bahkan di sentra pembuat pigura terdapat 20 toko / pengrajin pigura. Produsen pigura ini meliputi desain klasik (kayu ukir - ukiran), desain untuk foto (bingkai kaca), dan desain modern (bingkai plastik). Produk <i>Modern frame</i> sendiri masih sedikit produsen di Surakarta, kebanyakan produsen besar produk ini dari luar kota seperti : <i>Piguraku</i> , <i>Inno photo frame</i> . Tercatat ada 4 toko besar yang menjual produk dari perusahaan besar tadi seperti : <i>Gramedia</i> , <i>Sekawan</i> , <i>Tunas Mekar</i> , <i>ACE Hardware</i> . Produsen <i>Modern frame</i> yang berada di kota Surakarta sendiri ialah : <i>Merry Frame</i> , <i>Cecilia</i> .
b. Sudah ada kompetitor yang memiliki industri dengan skala yang besar.
c. Harga yang ditawarkan kompetitor cukup kompetitif. Pada toko penjual <i>modern frame</i> dengan tipe ukuran 400 cm x 300 cm seperti <i>gramedia</i> kisaran Rp 330.000 - Rp 550.000 untuk ukuran, <i>Sekawan</i> kisaran Rp 280.000 - Rp 420.000, <i>Tunas Mekar</i> kisaran Rp 300.000 - Rp 480.000, <i>ACE Hardware</i> kisaran 550.000 - 760.000. Lalu Produsen <i>modern frame</i> sendiri berkisaran : <i>Piguraku</i> Rp 550.000, <i>Inno Photo frame</i> Rp 480.000, <i>Merry Frame</i> tidak menjual, <i>Cecilia</i> tidak menjual.
d. Beberapa kompetitor sudah menguasai pasar di daerah Surakarta dan sekitarnya. Seperti <i>Gramedia</i> dan <i>Sekawan</i> .
e. Produsen <i>frame</i> mulai banyak beralih menggunakan fiber untuk bahan dasar pembuatan <i>frame</i> .

3.8 Your Competitors (Menjabarkan Kompetitor)

3.8.1 Kompetitor : *Piguraku*

- a. Alamat : Jl Klampis Jaya 98 Ruko Klampis Jaya, Gebang Putih, Sukolilo, Surabaya
- b. Nomor telepon : 081.5924196
- c. Website : *Piguraku.com*

3.8.2 Kompetitor : *INNO Photo Frame*

- a. Alamat : Jl. Alun-alun I No. 58 RT. 04/02 Curug Kulon - Tangerang
- b. Nomor telepon : 0852 1037 9959
- c. Website : *innofoto.com*

3.8.3 Kompetitor : *Merry*

1. Alamat : Jalan Museum No.27 - 28, Surakarta
2. Nomor telepon : (0271) 733005
3. Website : -

3.8.4 Kompetitor : *Cecilia*

- a. Alamat : Jalan Museum Blok C No.16-17, Surakarta
- b. Nomor telepon : 0888-0281-1200
- c. Website : -

3.8.5 Kompetitor : *Gramedia*

- a. Alamat : Jl. Brigjen Slamet Riyadi No. 284, Sriwedari, Laweyan, Surakarta

- b. Nomor telepon : 0271 741888
- c. Website : www.gramedia.com

3.8.6 Kompetitor : ACE Hardware

- a. Alamat : Jl. Soekarno, Mall Hartono (Lantai 1), Sukoharjo
- b. Nomor telepon : 0271 731800
- c. Website : www.acehardware.com

4. KESIMPULAN

Perancangan kuesioner merupakan langkah penting dan memformulasikan sebuah rancangan riset. Pertanyaan pada kuesioner dirancang berdasarkan pada pertanyaan pada lembar kerja yang telah disusun sebelumnya. Dalam perancangan kuesioner telah disusun secara sistematis. Terdapat 25 buah pertanyaan yang meliputi 7 buah pertanyaan mengenai menetapkan target konsumen, 13 buah pertanyaan untuk menetapkan hipotesis dan pertanyaan dasar, 4 pertanyaan Mengenai data sekunder, 1 pertanyaan untuk saran dan kritik.

DAFTAR PUSTAKA

- Curchill, Jr., Gilbert, A., dan Iacobucci, D.I. (2005), *Marketing Research Methodological Foundation*. Edition 9. Prentice Hall : USA.
- Doman, Don, D. Dennison, & M. Doman (2002). *Market Research Made Easy* . Edition 9 Self Counsel Press : Canada.