

PERENCANAAN RISET PASAR PRODUK KUE UKEL

Aloysius Hari Sadewo

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: aloysiushari15@gmail.com

Abstrak

UMKM Fia merupakan salah satu produsen makanan ringan yang terdapat di daerah Alun-Alun Kidul Yogyakarta. UMKM ini didirikan oleh keluarga Bapak Agung pada tahun 1994 dan memproduksi berbagai jenis makanan ringan, salah satu produk dari UMKM Fia ini adalah kue ukel. Produksi kue ukel di UMKM Fia ini masih belum stabil dikarenakan kue ukel belum dikenal masyarakat luas, promosi dari mulut ke mulut, hanya ditiptkan di warung-warung sekitar rumah. Keadaan tersebut membuat produksi kue ukel sangatlah terbatas (1 tungku dalam 1 minggu), susah mencari karyawan saat permintaan banyak, stock terbatas. Produk kue ukel hanya memiliki satu jenis varian rasa dan dikemas dengan sangat sederhana menggunakan plastik bening dan label merk UMKM Fia, dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, dibutuhkan suatu pengembangan produk yang meliputi varian rasa yang berbeda, kemasan yang lebih menarik, harga penjualan dan tempat penjualan yang tepat dan strategi pemasaran yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil rancangan kuesioner berupa butir – butir pertanyaan yang nantinya akan di jawab oleh target konsumen supaya mendapatkan gambaran yang baik dalam pemasaran kue ukel ini. Manfaat dari penelitian ini supaya UMKM Fia dapat memasarkan dan memperkenalkan produk dengan baik kepada responden, dan mengurangi kesalahan dalam membuat pertanyaan kuesioner yang akan membawa pada kegagalan dalam pengumpulan data primer. Penelitian ini menggunakan metode wawancara pada pemilik usaha pembuatan kue ukel dan kemudian dilanjutkan dengan mengisi Lembar Kerja (Worksheet) sebagai pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner. Semua langkah - langkah yang dilakukan dan data yang diperoleh akan digunakan untuk menyusun kuesioner untuk memperoleh data primer. Hasil akhir penelitian ini adalah berupa Lembar Kuesioner yang berisi sebanyak 22 butir pertanyaan, pada lembar kerja 1 menghasilkan 4 butir pertanyaan, pada lembar kerja 2 menghasilkan 7 butir pertanyaan, pada lembar kerja 3 menghasilkan 5 butir pertanyaan, dan pada lembar kerja 5,6 dan 7 menghasilkan 5 butir pertanyaan . Hasil akhir penelitian ini menghasilkan kuesioner yang siap disebarakan kepada responden untuk mengetahui minat masyarakat dan wisatawan terhadap produk kue ukel.

Kata kunci : kue ukel, data sekunder, lembar kerja

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata dan merupakan salah satu kota tujuan wisata yang paling diminati oleh wisatawan lokal ataupun mancanegara, dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang semakin naik dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014 wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta berjumlah 3,4 juta orang. Jumlah tersebut jauh melebihi target yang ditetapkan yakni sebesar 2,85 juta wisatawan dalam satu tahun. (Dinas Pariwisata DIY, 2014). Kawasan yang digemari para wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara diantaranya adalah kawasan Malioboro, Pantai Parangtritis, kawasan Keraton, Pasar Bringham, Candi Prambanan dan lain-lain. Banyaknya tempat-tempat pariwisata di Yogyakarta mendukung tumbuhnya peluang bagi masyarakat sekitar untuk berlomba-lomba membuat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian DIY tercatat bahwa kelompok UMKM meliputi lima kelompok besar, yaitu kelompok kerajinan (22%), kelompok kimia (5%), kelompok logam (9%), kelompok pengelolaan pangan (45%), dan kelompok sandang (19%) dengan total 2082 UMKM. Besarnya persentase UMKM kelompok pengelolaan pangan menuntut para pengusaha kecil dan menengah untuk semakin kreatif dalam meningkatkan daya saing terhadap para kompetitornya. Mereka saling beradu inovasi dan promosi

produk agar produk yang mereka buat dapat menarik dan disukai oleh masyarakat dan para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

UMKM Fia merupakan salah satu produsen makanan ringan yang terdapat di daerah Alun-Alun Kidul Yogyakarta. UMKM ini didirikan oleh keluarga Bapak Agung pada tahun 1994 dan memproduksi berbagai jenis makanan ringan, salah satu produk dari UMKM Fia ini adalah kue ukel. Produk kue ukel hanya memiliki satu jenis varian rasa dan dikemas dengan sangat sederhana menggunakan plastik bening dan label merk UMKM Fia, dari hasil brainstorming dengan pemilik usaha, dibutuhkan suatu pengembangan produk yang meliputi varian rasa yang berbeda, kemasan yang lebih menarik, serta harga dan tempat menjual yang tepat guna menghadapi persaingan dengan kompetitor-kompetitor lain. Namun untuk merealisasikan ide tersebut dibutuhkan biaya yang cukup besar, khususnya dalam hal kemasan yang baru dan menarik. Produksi kue ukel di UMKM Fia ini masih belum stabil dikarenakan kue ukel belum dikenal masyarakat luas, promosi dari mulut ke mulut, hanya dititipkan di warung-warung sekitar rumah. Keadaan tersebut membuat produksi kue ukel sangatlah terbatas (1 tungku dalam 1 minggu), susah mencari karyawan saat permintaan banyak, stock terbatas. Kondisi tersebut mendorong UMKM Fia untuk meningkatkan daya saing kue ukel tersebut, untuk dapat mempertahankan usaha yang telah dirintis dari tahun 1994 tersebut maka diperlukan riset pasar agar mengetahui tempat-tempat yang strategis dalam penjualan kue ukel, berapa gram kemasan yang disukai masyarakat, berapa harga yang pantas untuk produk tersebut, bagaimana cara bersaing dengan kompetitor yang sudah ada, inovasi apa yang harus dikembangkan diproduk kue ukel ini.

Riset pasar adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen menentukan keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah dalam bidang pemasaran (Malhotra). Riset pasar juga dapat membantu menentukan apakah produk tersebut disukai atau tidak oleh masyarakat dan wisatawan. UMKM perlu melakukan riset pasar saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Riset pasar juga menghindarkan perusahaan dari risiko produk tidak laku (Doman, 1997). Oleh sebab itu riset pasar sangat berperan penting pada situasi yang dihadapi oleh UMKM Fia supaya UMKM Fia dapat bersaing di pasaran, produknya disukai masyarakat dan wisatawan, produknya dapat dikenal masyarakat luas dan wisatawan, dapat mengetahui tempat-tempat yang strategis dalam penjualan produk UMKM Fia tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi perumusan masalah adalah mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk kue ukel.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengidentifikasi minat dan potensi masyarakat terhadap produk kue ukel sebagai makanan khas Yogyakarta
2. Memperoleh alternatif dan rencana pengembangan produk kue ukel agar UMKM Fia dapat bersaing dipasaran dan berkembang.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah;

1. Obyek penelitian berfokus pada UMKM Fia dengan produk kue ukel.
2. Lokasi penelitian berfokus pada Daerah Istimewa Yogyakarta, mengingat lokasi UMKM Fia terletak di daerah Yogyakarta.

2. METODE

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 menjadi produsen 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. Hal tersebut bertujuan 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.

- 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 perpustakaan).

- 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)

(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

Penelitian ini mengikuti alur proses dan prosedur penelitian sebagai berikut :

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan langsung dengan cara mewawancarai pemilik UMKM kue ukel tersebut untuk dapat langsung mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dan melakukan observasi di toko oleh-oleh guna mengetahui kompetitor yang sudah ada.

2. Brainstorming

Brainstroming dilakukan langsung dengan cara mewawancarai pemilik UMKM kue ukel tersebut untuk dapat langsung mengidentifikasi masalah-masalah yang ada, melakukan observasi di toko oleh-oleh guna mengetahui kompetitor yang sudah ada dan untuk mencari

inovasi inovasi, gagasan baru untuk mencukupi kriteria penjualan makanan ringan khas Yogyakarta.

3. Kesimpulan

Hasil akhir dalam penarikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengumpulan data tersebut dapat digunakan untuk menyusun kuesioner yang siap dibagikan kepada responden-responden untuk mengetahui minat pasar terhadap produk kue ukel yang akan diarahkan sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta dan membantu menentukan inovasi-inovasi baru tentang produk kue ukel serta membantu menentukan strategi penjualan produk kue ukel.

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 Perempuan
Rentang Usia (anak-anak, remaja, anak muda, dewasa, orang tua)	19 th - 50 th
Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknisi, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Semua Pekerjaan
Pekerjaan khusus (jika diperlukan)	
Rentang Pendapatan	500.000-
Hobi	jalan-jalan,ngemil
Karakteristik penting lainnya	menyukai makanan gurih,renyah
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	kepuasan membeli kue ukel yang unik sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta

Pada tabel 1. lembar kerja 1 ini ditetapkan masyarakat yang berada di Yogyakarta dan wisatawan yang pernah berwisata ke Yogyakarta dan berumur 19th sampai 50th sebagai target customer pada penelitian ini. Lembar kerja 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.

Tabel 2. Lembar Kerja 2

HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR		
Bisnis/Produk/Jasa saya adalah :	Kue Ukel	
Hipotesis yang akan diuji :	Masyarakat menyukai kue ukel yang diarahkan menjadi oleh-oleh khas jogja	
No.	Pertanyaan dasar riset	Kemungkinan jawaban (diisi nanti)
1	Apakah pasar sudah mengetahui produk kue ukel?	
2	Brapaakan harga yang pantas untuk produk kue ukel ini?	
3	Apakah kue ukel disukai oleh masyarakat dan wisatawan ?	
4	Apakah produk kue ukel layak dijadikan oleh-oleh khas jogja?	
5	Bagaimana model kemasan yang disukai masyarakat?	
6	Bagaimana pemasaran yang efektif?	
7	Dimana saya dapat menjual produk saya ini?	
8	Apakah kue ukel dapat bersaing dengan kompotitor yang sudah ada?	
9	Kemasan berapa gram yang diminati masyarakat dan wisatawan?	
10	Apakah ada kompetitor produk kue ukel ?	
11	Bagaimana pendapat masyarakat dan wisatawan terhadap kue ukel?	

Tabel 2. lembar kerja 2 ini berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dan brainstorming dengan pemilik UMKM kue ukel. 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

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.	
<input type="checkbox"/> Statistik Demografi :	Data statistik jumlah penduduk DIY dan data statistik jumlah wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta
<input type="checkbox"/> Data studi ilmiah :	Kandungan gizi kue ukel, jurnal strategi pemasaran . dan makanan
<input type="checkbox"/> Data survei media :	
<input type="checkbox"/> Polling publik :	
<input type="checkbox"/> Informasi paten dan merek dagang :	Prosedur hak paten merk Label halal MUI, Ijin depkes, ijin Badan Pengawas
<input type="checkbox"/> Informasi legal :	Obat dan Makanan (BPOM), ijin produksi
<input type="checkbox"/> Alamat & nomor telepon :	Tempat pemasaran, tempat peroduksi
<input type="checkbox"/> Prosedur dan informasi bisnis :	tanggal kadaluarsa
<input type="checkbox"/> Spesifikasi dan harga :	Harga Produk kue ukel kompotiror, kualitas rasa produk kompetitor

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	Dimana lokasi yang tepat untuk menjual kue ukel ?	√		Survey, polling
2	Kemasan berapa gram yang diminati masyarakat?	√	√	Survey, polling
3	Apakah perlu menambah produksi kue ukel dalam event-event tertentu?	√		Survey
4	Apakah perlu menambah varian rasa pada kue ukel ?	√		Survey
5	Apakah perlu menambahkan logo khas Yogyakarta pada kemasan?	√		Polling
6	Legalitas apa saja yang perlu ditambahkan dalam kemasan ?		√	Polling
7	Kemasan yang seperti apa yang diminati para wisatawan ?	√	√	Survey, polling

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

MEMERIKSA HIPOTESIS	
Hipotesis yang diperiksa adalah :	Masyarakat Yogyakarta dan wisatawan yang datang ke Daerah Istimewa Yogyakarta menyukai produk kue ukel dan membeli kue ukel sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta
No. Temuan Penting dari Riset Anda	
1.	Ditemukan kompetitor kue ukel didaerah Yogyakarta.
2.	Ditemukan kompetitor kue ukel dengan kemasan yang lebih kecil
3.	Harga kompetitor lebih murah.
4.	Belum ditemukan kue ukel ditoko oleh-oleh khas Yogyakarta.
5.	Data statistik dinas pariwisata DIY menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta semakin meningkat dari tahun ke tahun
Kesimpulan Hipotesis	
1.	Apakah hipotesis masih valid? <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali? <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
2.	
3.	Jika TIDAK, apakah Anda akan : <input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> TIDAK
	Menuliskan kembali hipotesis
a)	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 :
<p>Jika hipotesis Anda masih memiliki elemen yang perlu data pendukung atau tidak terbukti, atau Anda menuliskan kembali hipotesis, Anda perlu mengumpulkan informasi kembali.</p>	

Tabel 5. lembar kerja 5 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 kue ukel.

Tabel 6. Lembar Kerja 6

Apa yang sudah saya ketahui tentang industri kue ukel	
1	komentar positif : rasanya gurih, cocok dijadikan cemilan, harganya terjangkau Komentar negatif : kemasan kurang menarik, mudah remuk, hanya 1 varian rasa
2	Promosi kurang efektif (dari mulut ke mulut)
3	Penjualan hanya di sekitar lokasi pembuatan
4	Produksi tidak stabil karena takut produk tidak laku
5	Susah mencari pekerja saat permintaan banyak, karyawan keluar dan menjadi kompetitor
6	Permintaan meningkat saat hari libur karena banyak wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta
7	Harga lebih mahal dari kompetitor
8	Belum bisa menitipkan produk ditoko oleh-oleh khas Yogyakarta karena produk belum dikenal pasar
9	Belum mengikuti event-event atau pameran tentang makanan

Tabel 6. lembar kerja 6 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 KUE UKEL	
apa yang diketahui tentang kompetisi saya	
1	Harga yang ditawarkan kompetitor lebih murah.
2	kompetitor telah menitipkan produk di minimarket.
3	Kemasan kompetitor menggunakan plastik bening.
4	Hasil produksi kue ukel kompetitor lebih keras

Tabel 7. lembar kerja 7 ini berisi kompetisi dari produsen produk kue ukel yang ada. Lembar kerja ini berguna untuk membuat pertanyaan di kuesioner perihal pengetahuan responden tentang kompetitor, produk kue ukel dari kompetitor dan strategi penjualan yang digunakan.

Tabel 8. Lembar Kerja 8

KOMPETITOR USAHA KUE UKEL	
Hal yang diketahui tentang kompetitor saya	
1	Kemasan kue ukel 150gr
2	Harga 14.000/bungkus
3	Kemasan dari plastik bening.
4	Harga lebih murah

Tabel 8. lembar kerja 8 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 rasa dan kemasan kue ukel.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Dari tujuan penelitian ini kesimpulan yang didapatkan adalah masih besarnya potensi masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta untuk membeli produk kue ukel, hal ini di tunjukkan dalam data sekunder yang menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta bertambah setiap tahunnya dan meningkatnya jumlah penduduk.

Voting mengenai inovasi rasa, inovasi kemasan, harga yang pantas, kemasan berapa gram yang banyak diminati dan tempat penjualan yang strategis untuk produk kue ukel ini dapat diprediksi setelah kuesioner diisi oleh responden.

4.2. Saran

Penelitian ini hanya terbatas pada responden wisatawan lokal yang berlibur ke Yogyakarta dan masyarakat Yogyakarta sendiri. Untuk penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan mengambil responden wisatawan asing yang berkunjung ke Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Y. (2014). *Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu (Skripsi)*. Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 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
- McDaniel & Gates (2001), *Riset Pemasaran Kontemporer*, Jakarta, Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. (2005). *Riset Pemasaran. (Pendekatan Terapan)*. Terjemahan Soleh Rusyadi M. Jakarta PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Jurnal Dinamika Manajemen Vol.2 No.1 Januari–Maret 2014 ISSN:2355-8148
- Christian Lasander, *Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional* ISSN 2303-1174