

**PERENCANAAN RISET PASAR PRODUK ROTI BERBAHAN DASAR SINGKONG****Kamilus Marianus Moa**

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: kamilusmoa@gmail.com

**Abstrak**

Salah satu usaha yang mulai berkembang di Indonesia adalah usaha bakery. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) oleh Kementerian Pertanian (Kementan), konsumsi roti dan kue di Indonesia cenderung meningkat. Pada tahun 2010-2011 terjadi peningkatan konsumsi roti tawar per-bungkusnya sebesar 4.27% pertahun, sedangkan konsumsi kue kering per-ons bertambah sebanyak 6.56% pertahun. Secara keseluruhan konsumsi roti dan kue menempati peringkat ketiga dalam pertumbuhan konsumsi makanan pokok. Data tersebut membuktikan bahwa roti merupakan komoditas pangan pokok yang potensial selain beras. Melihat pertumbuhan konsumsi roti yang meningkat, maka kebutuhan akan bahan baku pembuatannya pun bertambah dan dikarenakan kebutuhannya yang tinggi maka negara harus mengimpor terigu untuk mencukupi kebutuhannya. Pemilik usaha membuat roti dengan bahan dasar singkong yang memiliki harga lebih lebih murah dibandingkan dengan tepung terigu dan mudah untuk didapatkan. Bersumber perbedaan harga dan kemudahan untuk mendapatkan singkong pemilik berusaha untuk mengenalkan produk roti berbahan singkong pada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan rancangan kuesioner yang nantinya akan disebarakan sesuai target konsumen. Hasil kuesioner dari penelitian kali ini adalah mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data minat masyarakat khususnya pelajar dan mahasiswa mengenai pembuatan roti baru berbahan dasar singkong. Manfaat dari penelitian ini adalah memperkenalkan dan mengetahui seberapa besar minat masyarakat terhadap produk roti berbahan dasar singkong kepada responden. Perencanaan riset pasar diawali melalui metode pengumpulan data dengan cara wawancara dengan pemilik usaha. Kemudian menganalisis data melalui tahapan pengisian Lembar Kerja (Worksheet). Selanjutnya Lembar Kerja (Worksheet) digunakan sebagai pedoman dasar dalam penyusunan kuesioner. Terdiri dari 8 (delapan) Lembar Kerja (LK) yang terdiri dari Describing Your Target Customer (Menetapkan Target Konsumen), Formulating Your Basic Research Questions (Menetapkan Hipotesis dan Pertanyaan Dasar), Secondary Data (Mengumpulkan Data Sekunder), Additional Question Arising From Your Research (Menetapkan Pertanyaan Tambahan), Checking Your Hypothesis (Memeriksa Hipotesis), What You Already Know About Your Business (Menjabarkan Kompetensi tentang Produk/Bisnis yang Direncanakan), Your Competition (Menjabarkan Kompetisi Bisnis yang Sama), Your Competitors (Menjabarkan Kompetitor). Hasil penelitian ini adalah 21 butir jumlah pertanyaan kuesioner, 5 pertanyaan dari lembar kerja 1 yang digunakan untuk menganalisis target customer, 14 pertanyaan dari lembar kerja 2 yang digunakan untuk menganalisis pertanyaan dasar dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, dan 2 pertanyaan dari lembar kerja 4 yang digunakan untuk menganalisis pertanyaan tambahan dari hasil pencarian data sekunder.

**Kata kunci:** usaha roti, roti singkong, riset pasar,

**1. PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang**

Roti Moa merupakan salah satu usaha kecil di kecamatan Muntilan, kabupaten Magelang yang bergerak di bidang pangan khususnya produksi roti. Usaha ini memproduksi kue kering seperti putri salju, dahlia, lidah kucing, nastar, chocolate chip cookies dan kastangel, serta roti basah seperti roti tawar, cake, bolu pisang, dll. Salah satu roti basah yang dibuat menggunakan singkong sebagai bahan utama pembuatan roti. Selain bahan singkong yang sangat mudah didapatkan, jenis roti ini sendiri masih baru di daerah Magelang karena penggunaan singkong sebagai bahan roti masih sangat jarang digunakan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, roti ini hanya dijual jika ada pesanan khusus sehingga pesanan untuk roti singkong ini tidak menentu dan

juga karena belum banyak orang yang mengetahui mengenai roti singkong tersebut. Berdasarkan masalah inilah pemilik ingin memasarkan roti singkong nya ke pasar yang lebih luas sehingga pemasukan lebih stabil dan masyarakat lebih mengenal penggunaan roti berbahan singkong.

### **1.2 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan lembar kuesioner untuk mengetahui minat pasar terhadap produk roti berbahan dasar singkong

### **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 agar tidak terjadi 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 dengan pemilik usaha produk roti berbahan singkong untuk menentukan area pemasaran dan para pembeli roti berbahan singkong ini.

## **2. METODOLOGI**

Adapun tahap- tahap penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

### **2.1 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah diawali dengan mengadakan wawancara dengan pemilik dari usaha. Wawancara dilakukan untuk menetapkan arah riset dan menentukan hipotesis sesuai dengan masalah yang ada dan sesuai dengan keinginan dan harapan dari pemilik usaha. Informasi yang dibutuhkan kemudian diidentifikasi berdasarkan hasil wawancara.

### **2.2 Studi Literatur**

Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan referensi mengenai teori-teori tentang riset pasar, inovasi roti, dan bahan-bahan yang digunakan untuk mendukung penelitian. Referensi didapatkan dari buku-buku yang ada dan dari sumber-sumber lain yang menyediakan informasi yang dibutuhkan.

### **2.3 Studi Lapangan**

Informasi di lapangan yang dibutuhkan adalah mengenai kompetisi dari usaha pada bidang panganan khususnya roti dan bagaimana selama ini penerimaan masyarakat terhadap ini. Hal ini dilakukan sebagai penelitian pendahuluan sebelum nantinya didapatkan data dari kuesioner. Penelitian pendahuluan dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kota Magelang dengan melakukan wawancara terhadap masyarakat umum.

### **2.4 Menetapkan Target Customer**

Target customer ditetapkan berdasarkan hasil dari brainstorming dengan pemilik usaha. Target customer yang ditetapkan di sini adalah anak muda yang masih duduk di bangku SMA dan Universitas

### **2.5 Menetapkan Hipotesis**

Setelah melakukan identifikasi masalah, studi pustaka, dan studi lapangan, hipotesis awal ditetapkan sebagai dasar dari perencanaan riset pasar ini dan akan diuji kebenarannya dalam tahap selanjutnya.

### **2.6 Menyusun Pertanyaan Dasar**

Pertanyaan dibuat berdasarkan keraguan dan ketidaktahuan yang muncul setelah hipotesis awal dibuat. Nantinya, pertanyaan-pertanyaan dasar ini akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun kuesioner.

## **2.7 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 jumlah pelajar SMA dan Mahasiswa di kota Magelang dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah toko roti di kota Magelang dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, serta harga bahan baku roti dan harga roti dari pesaing. Data sekunder didapatkan melalui pencarian di dinas-dinas terkait, melalui website, dan lain sebagainya.

## **2.8 Membuat Daftar Pertanyaan Tambahan**

Analisis dilakukan terhadap data sekunder. Kemudian jika masih muncul pertanyaan yang muncul dari data sekunder maka setiap pertanyaan tersebut akan dimasukkan di dalam kuesioner maupun melakukan survey tambahan.

## **2.9 Memeriksa Hipotesis**

Hipotesis awal akan diperiksa menggunakan data-data yang diperoleh dari pencarian data sekunder. Proses ini akan menunjukkan apakah hipotesis awal yang dibuat masih valid atau tidak. Jika masih valid, maka hipotesis awal masih dapat digunakan sampai akhir proses riset. Jika tidak valid, maka dapat menetapkan hipotesis baru yang akan digunakan sebagai hipotesis yang akan diuji menggunakan data primer dalam proses riset pasar.

## **2.10 Membuat Pertanyaan Awal Mengenai Bisnis yang Akan Diriset**

Pertanyaan-pertanyaan awal dibuat untuk mengetahui bagaimana bisnis ini di mata masyarakat. Data didapatkan dari wawancara kepada saudara, kerabat, dan orang yang tidak dikenal.

## **2.11 Penjabaran Kompetensi**

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.

## **2.12 Penyusunan Kuesioner**

Kuesioner disusun berdasarkan dari hal-hal yang ingin penulis dapatkan dari riset yang dilakukan dan dari pertanyaan-pertanyaan yang muncul setelah mendapatkan data sekunder. Kuesioner disusun mengikuti syarat menyusun kuesioner yang baik.

## **2.13 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)**

<b>MENJABARKAN TARGET CUSTOMER KITA</b>	
Jenis Kelamin (Laki-laki/Perempuan)	laki-laki dan Perempuan
Rentang Usia (anak-anak, remaja, anak muda, dewasa, orang tua)	Anak muda usia 15 - 25 tahun
Tipe pekerjaan (eksekutif, pegawai kantor, sales, teknis, pelajar, mahasiswa, pemilik bisnis, pensiunan)	Pelajar dan mahasiswa
Pekerjaan khusus (jika diperlukan)	
Rentang Pendapatan/Uang Saku	>Rp 10.000 / hari
Hobi	Membeli camilan, penyuka roti
Karakteristik penting lainnya	Menyukai roti dengan jenis olahan yang berbeda
Keuntungan/manfaat yang didapatkan jika customer ini membeli produk/jasa kita	Menyadari singkong dapat digunakan sebagai bahan roti dan memberikan rasa baru

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)**

<b>HIPOTESIS DAN PERTANYAAN DASAR</b>	
Bisnis/Produk/Jasa saya adalah	Roti berbahan dasar singkong
Hipotesis yang akan diuji	Produk ini akan diminati oleh pelajar dan mahasiswa dengan kisaran harga Rp 2.500 – Rp 4.000 / pcs
<b>No. Pertanyaan dasar riset</b>	<b>Kemungkinan jawaban (Diisi setelah kuesioner)</b>
1 Berapa harga yang bisa diterima oleh konsumen ?	
2 Apakah pasar suka terhadap roti berbahan dasar singkong ?	
3 Apakah roti ini diminati oleh pelajar SMA dan mahasiswa ?	
4 Bagaimana model kemasan yang disukai konsumen ?	
5 Apakah konsumen suka jika bagian tengah roti diisi tambahan perasa ?	
6 Apa tanggapan konsumen mengenai produk roti berbahan singkong ini ?	

Pada lembar kerja 2 di atas, berisi hipotesis awal yang terbentuk dari hasil wawancara dengan pemilik usaha roti berbahan singkong dan para pembeli yang pernah merasakan roti tersebut. 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)**

<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.	
Statistik Demografi :	Jumlah pelajar SMA dan Mahasiswa di kota Magelang dan D.I.Y
Data studi ilmiah :	Jurnal <i>food quality</i>
Informasi paten dan merek dagang :	Merek Produk
Informasi legal :	Dinas PerindustrianMagelang
Alamat & nomor telepon :	Toko roti Jogja-Muntilan-Magelang, Dinas PerindustrianMagelang, Dinas Kesehatan Magelang
Prosedur dan informasi bisnis :	Ijin edar (PIRT), standar pengolahan pangan, bahan tambahan pangan
Spesifikasi dan harga :	Supplier singkong, gula, telur, brownies singkong

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)**

<b>PERTANYAAN TAMBAHAN YANG MUNCUL DARI RISET DATA SEKUNDER</b>				
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 masyarakat dapat menerima roti yang belum memiliki ijin edar ? apakah porsi roti ini sedikit,cukup, atau lebih sebagai makanan ringan atau cemilan ?	x		Survey
2	Apakah masyarakat dapat menerima roti yang belum memiliki merk ?	x	x	Survey dan polling
3	Daerah mana yang memiliki toko roti paling sedikit ?	x	x	Survey dan polling
4	Apakah perlu mencantumkan komposisi roti pada kemasan?	x		Survey

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 roti berbahan dasar singkong.

### 3.5 *Checking Your Hypothesis* (Memeriksa Hipotesis)

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

<b>MEMERIKSA HIPOTESIS</b>	
Hipotesis yang diperiksa adalah :	Produk ini akan diminati oleh pelajar dan mahasiswa dengan kisaran harga Rp 2.500 – Rp 4.000 / pcs
<b>No.</b>	<b>Temuan Penting dari Riset Anda</b>
1	Sebagian besar roti memakai coklat untuk variasi rasa
2	Semua roti yang dijual di toko memiliki ijin edar
3	Harga singkong lebih murah daripada tepung
	<b>Kesimpulan Hipotesis</b>
1	Apakah hipotesis masih valid? <span style="float: right;">YA</span>
2	Jika YA, apakah masih ada bagian yang akan diteliti kembali? <span style="float: right;">TIDAK</span>
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 kota Magelang dan D.I.Y masih memiliki potensi untuk produk roti berbahan dasar singkong.

### 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)**

<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.
<b>1. Apa jenis reaksi yang saya dengar dari pelanggan dan/ atau penjual?</b>
<b>a. Komentar positif</b> Produk roti ini memiliki aroma dan rasa yang khas. Produk roti ini jarang ditemui dipasaran
<b>b. Komentar Negatif</b> Porsi roti ini terlalu besar kalau untuk sekedar cemilan Rasa singkong yang terdapat dalam roti tidak terlalu terasa
<b>2. Apakah ada yang bertanya tentang konsistensi pasokan?</b> Belum ada karena roti ini hanya dipesan saat ada acara khusus saja
<b>3. Apakah ada keluhan atau layanan permintaan yang telah diterima?</b> Belum
<b>4. Jika ya, apa yang bisa saya lakukan untuk mengisi kebutuhan?</b>

**5. Apa yang saya dengar di sekitar kantor dari karyawan atau mitra (dari anggota keluarga dan teman-teman jika Anda adalah operasi satu orang)?**

Di sekitar tempat produsen belum ada jenis roti ini namun tidak banyak yang mencoba membuat roti ini

**6. Artikel apa yang telah saya lihat baru-baru ini di jurnal perdagangan atau publikasi lainnya yang saya pikir akan berarti untuk bisnis saya?**

Pada majalah *Bareca* telah melakukan survey mengenai minat masyarakat khususnya di Bandung dan Jakarta yang hasilnya menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap roti dari tahun ke tahun semakin meningkat

**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 sesama pembuat roti menjadikan pengetahuan untuk pemasaran roti ini semakin luas

**8. Apa yang telah saya pelajari dari acara khusus, promosi, atau penjualan yang saya dapatkan di masa lalu?**

**a. Promosi yang sukses**

Promosi dapat menjadi sukses jika roti ini semakin banyak dipasarkan dan mendapat banyak komentar yang bagus. Selama ini komentar dari konsumen sudah baik hanya pemilik masih ragu untuk memasarkan lebih jauh

**b. Promosi kurang sukses**

Tidak berhasilnya promosi juga dikarenakan pemilik tidak mempunyai merek tersendiri untuk memasarkan produknya sehingga meskipun konsumen mengetahui produknya namun mereka tidak mengenal produsennya.

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

Tiap hari namun dititipkan di sekolah-sekolah agar dapat memproduksi tetap

**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. Produk roti di daerah Magelang sudah sangat banyak. Khusus di kecamatan Muntilan, tempat produsen roti berbahan singkong, produsen roti mencapai 16 dan 5 diantaranya sudah memiliki merek dagang tersendiri serta memiliki ijin edar.
b. Produk “Sari Roti” telah masuk ke kecamatan Muntilan dan peminatnya juga banyak sehingga terjadi peningkatan daya saing antar produsen roti.
c. Semua produsen menggunakan bungkus plastic untuk pengepakan rotinya.
d. terdapat 2 produsen roti yang menitipkan produk rotinya pada kantin-kantin sekolah
e. Penggunaan media sosial untuk sarana promosi belum menjadi tren di daerah Muntilan.
f. Belum ada produsen roti di kecamatan Muntilan yang membuka cabang di luar daerah seperti D.I.Y.

### 3.8 Your Competitors (Menjabarkan Kompetitor)

**Kompetitor : Moro Seneng**

**Tabel 7. Lembar Kerja 7 : Menjabarkan Kompetitor**

Apa yang saya ketahui tentang kompetitor saya ?
a. Produsen ini telah mempunyai toko tersendiri untuk menawarkan produknya
b. Produsen ini sering mendapat pesanan untuk acara-acara khusus
c. Memiliki 10 jenis roti unggulan dan paling sering dipesan
d. Memiliki 8 karyawan dan 10 oven besar untuk menunjang kapasitas produksi yang besar sehingga mampu menerima pesanan dalam jumlah besar
e. Telah menggunakan media social sebagai tempat mempromosikan produknya.

**4. KESIMPULAN**

Perancangan kuesioner yang baik dan benar merupakan langkah yang penting untuk sebuah riset pasar. Pertanyaan pada kuesioner dirancang berdasarkan pada pertanyaan pada lembar kerja yang telah disusun sebelumnya. Kesimpulan penelitian ini adalah 21 butir jumlah pertanyaan kuesioner, 5 pertanyaan dari lembar kerja 1 yang digunakan untuk menganalisis target customer, 14 pertanyaan dari lembar kerja 2 yang digunakan untuk menganalisis pertanyaan dasar dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, dan 2 pertanyaan dari lembar kerja 4 yang digunakan untuk menganalisis pertanyaan tambahan dari hasil pencarian data sekunder.