



PAPER – OPEN ACCESS

Survei Pasar Alat Bantu Duduk untuk Disabilitas

Author : Zahra Nurhadi dkk.,
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1058
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 3 Issue 2 – 2020 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Survei Pasar Alat Bantu Duduk untuk Disabilitas

Zahra Nurhadi¹, Josua Alek Sandro Sebayang², Andreas Marpaung³, Ummi Balqis Sitompul⁴

Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Jl. Almamater Campus USU, Medan 20155

zahrnurhadi2001@gmail.com, Josuasby01@gmail.com, andreasmarpaung@gmail.com, ummibalqisstp@gmail.com

Abstract.

Penelitian survei ialah suatu penyelidikan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual untuk mendapatkan kebenaran. Penelitian survey juga dimanfaatkan untuk melakukan evaluasi. Hasil survey juga dapat digunakan untuk mengadakan prediksi mengenai suatu fenomena sosial tertentu. Survei dilakukan untuk identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah (dan peluang) dalam bidang pemasaran. Dalam melakukan survei berkaitan dengan pembuatan kuesioner yang mana kuesioner digunakan untuk pengambilan sebagian populasi dari seluruh populasi di dalamnya. Pengambilan data melalui teknik sampling, yang dimana pengambilan data tersebut menggunakan metode *probability sampling* yaitu *simple random sampling* yang diartikan yaitu setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dan penentuan sampel dari populasi yang berjumlah 32 orang didapat dengan metode *Slovin* yang mana hasil perhitungan menggunakan metode tersebut mendapatkan sampel sebanyak 30 orang. Langkah selanjutnya yaitu pembuatan dan mendistribusikan kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner tersebut merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang berfungsi untuk memperoleh data dan informasi yang berasal dari responden. Data yang didapatkan hasil kuesioner di uji validitas dan reabilitas untuk mendapatkan hasil dari data tersebut. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan metode manual dan dengan software *SPSS*. Pengujian validasi menggunakan rumus korelasi *product moment* yang mendapatkan hasil *Rhitung*, *Rtabel* dan kesimpulan. Hasil validasi digunakan untuk uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbach* yang mendapatkan hasil σ_x^2 hitung. Uji reabilitas peringkat yang menggunakan skala *likert* dan metode *Spearman Brown* yang menghasilkan bobot produk dan hasil digunakan untuk membuat peta produk yang berguna untuk tingkat utilitas dan performansi setiap produk.

Kata Kunci : Survei , Kuesioner, Validitas ,Reliabilitas, dan Peta Produk

Abstract.

Survey research is an investigation conducted to obtain the facts of the symptoms that exist and look for factual information to get the truth. Survey research is also used to conduct evaluations. The survey results can also be used to make predictions about a particular social phenomenon. Surveys are conducted to identify, collect, analyze, disseminate, and use information systematically and objectively to help management make decisions relating to the identification and resolution of problems (and opportunities) in the marketing field. In conducting surveys related to making a questionnaire in which the questionnaire is used to take part of the population of the entire population in it. Retrieval of data through sampling techniques, in which the retrieval of the data using the method of probability sampling is simple random sampling which means that every member of the population has the same opportunity to be elected as a sample member. And determination of a sample of a population of 32 people was obtained by the Slovin method where the results of calculations using these methods get a sample of 30 people. The next step is making and distributing open and closed questionnaires. The questionnaire is a number of written questions that function to obtain data and information from respondents. The data obtained from the results of the questionnaire were tested for validity and reliability to get the results from that data. Testing the validity and reliability using manual methods and with SPSS software. Validation testing uses the product moment correlation formula that gets the results of Rhitung, Rtabel and conclusions. The validation results are used for the reliability test using the Cronbach alpha method which gets the results of σ_x^2 arithmetic. The rank reliability test using the Likert scale and the Spearman Brown method which yields product weights and results are used to create a product map that is useful for the utility level and performance of each product.

Keywords: Survey, Questionnaire, Validity, Reliability, and Product Map

1. Pendahuluan

Penelitian survei adalah suatu kegiatan yang sudah umum terjadi dalam masyarakat, dan umum diantaranya cukup memiliki pengalaman pada penelitian ini dan dijadikan sebagai suatu bentuk yang tersendiri atau yang lainnya. Di samping survei pasar, perusahaan seharusnya menyelaraskan desain produk yang dihasilkan dengan selera dan kemauan calon konsumen, dikarenakan desain adalah bagian dari produk yang dilihat dan diukur oleh calon konsumen secara langsung, dengan desain yang menarik, maka dapat meluaskan pemasaran produk tersebut. Desain suatu produk adalah faktor yang dapat membedakan satu produk dengan produk lain yang merupakan pesaingnya, dimana konsumen secara langsung dapat melakukan penilaian terhadap bentuk dari suatu produk dan melakukan observasi. Desain produk ini dapat bertujuan untuk daya tarik yang dapat memengaruhi minat dan beli konsumen, dan bertujuan juga untuk menyokong kinerja produk tersebut [1].

Survei pasar merupakan proses mencari, menemukan, mengumpulkan, menganalisis, serta menggunakan suatu informasi agar membantu perusahaan dalam menentukan keputusan yang berkaitan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah pada bidang pemasaran. Survei Pasar pada praktikum ini dilakukan terhadap produk Alat Bantu Duduk Disabilitas. Produk Alat Bantu Duduk Disabilitas yang akan dirancang merupakan kesimpulan hasil dari *brainstorming* yang telah dilakukan. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui spesifikasi Alat Bantu Duduk Disabilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen dan kemudian membandingkannya dengan spesifikasi dari perancang lain. Hal ini dilakukan agar produk Alat Bantu Duduk Disabilitas yang dirancang sesuai dengan keinginan daripada konsumen. Survei yang dilakukan yaitu di SLB dengan jumlah populasi sebanyak 32 orang dan sampel sebanyak 30 orang [2].

2. Metode Penelitian

Survei pasar dilakukan untuk mengetahui strategi pasar Alat Bantu Duduk Disabilitas. Langkah awal yang dilakukan ialah dengan melakukan penelitian survei di salah satu SLB di Medan. Survei pasar adalah suatu aktivitas sistematis yang memiliki tujuan untuk mengidentifikasi masalah, peluang, mengumpulkan data, mengolah data, menganalisa data, menyebar informasi yang memiliki manfaat untuk membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dan menemukan pemecahan masalah yang efektif dan efisien di perusahaan. Hasil survey juga dapat bertujuan untuk memprediksi suatu fenomena atau keadaan sosial [3]. Survei pasar dilakukan biasanya dilanjutkan dengan strategi pemasaran dengan langkah-langkah : Segmenting, Targeting, dan Positioning [4].

Strategi Pemasaran, Pemasaran adalah kegiatan bisnis yang dibuat untuk menyalurkan barang yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon pembeli dan memiliki hubungan yang besar terhadap lingkungan eksternal perusahaan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mengolah barang dan jasa yang bernilai. Faktor penting yang dapat membuat nilai tersebut yaitu produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi tali antara kegiatan produksi dan konsumsi [5].

Bauran Pemasaran, Bauran pemasaran yang digunakan dalam analisis yaitu konsep 7P yang terdiri dari 4P tradisional, yaitu: *product, price, place, dan promotion*. Ditambah dengan 3P untuk pemasaran jasa, yaitu: *people, physical evidence, dan process*. [6].

Kuesioner, Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari narasumber mengenai hal pribadinya atau informasi yang diketahui. Kuesioner yang dibuat dan disebar ada dua kategori yaitu [7] :

- Kuesioner terbuka, ialah suatu responden yang diberikan dengan memakai kalimat yang mudah dipahami dan tanpa adanya batasan.
- Kuesioner tertutup, ialah responden diberikan pertanyaan dan memilih jawaban sesuai yang telah disediakan peneliti.

Pada suatu penelitian, kuesioner mempunyai peran penting pada pengumpulan data. Tujuan utamanya ialah mendapatkan informasi dengan menjawab pertanyaan dari peneliti terhadap responden. Dan selanjutnya mencari Skala Penilaian, tujuannya ialah agar dapat mengetahui karakteristik suatu hal berdasarkan ukurannya tersebut.

Selanjutnya yaitu pengambilan data yang dilakukan adalah dengan metode *sampling*. Dan metode *sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* dimana setiap anggota populasi memiliki peluang untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel menggunakan metode *Slovin* dan dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 32 responden.

Metode *sampling* merupakan metode pengumpulan data yang sangat umum karena memiliki keuntungan besar dalam menghemat waktu dan biaya serta pengumpulan data. Metode pengambilan sampel dibedakan menjadi dua macam, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Perbedaan antara kedua metode ini adalah target pengambilan sampel. Jika sampel dipilih secara acak dalam pengambilan sampel probabilitas agar lebih mewakili karakteristik keseluruhan, maka pengambilan sampel dalam pengambilan sampel non-probabilitas bukanlah pengambilan sampel acak. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *judgement sampling*. Gunakan metode ini dengan memilih orang yang tepat berdasarkan karakteristik yang akan digunakan sebagai anggota sampel [8].

Uji Validitas dan Reliabilitas, *Content Validity* merupakan suatu tipe validitas yang memakai pembuktian logika. Suatu pengukuran bisa dikatakan memiliki *content validity* apabila dimana pengukuran tersebut dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai ranah konseptual yang akan dirancang untuk alat ukur tersebut. Sedangkan Reliabilitas adalah level suatu

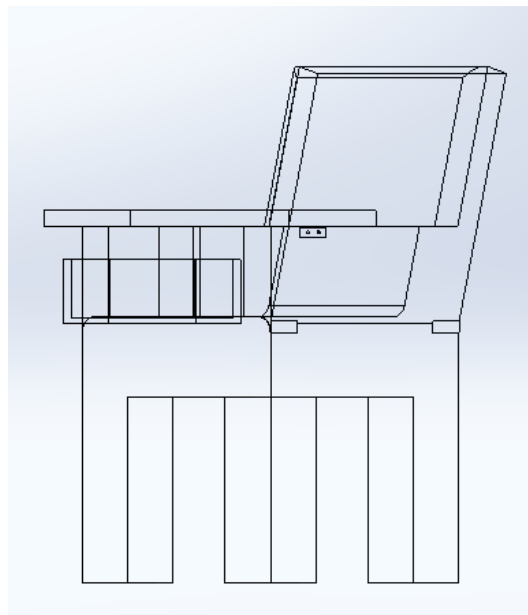
komposisi yang memberikan hasil yang sama apabila hasil tersebut digunakan berkali-kali pada populasi atau fenomena yang tidak berubah walaupun pada situasi yang berbeda [9].

Peta Posisi Produk, dengan menggunakan diagram *cartesius*, dapat menghitung rata-rata dari penilaian kepentingan/ekspektasi yang merupakan dimensi *ServQual* dan kinerja dari tiap variabel atribut. Kemudian dilanjutkan dengan mencari rata-rata total dengan penilaian harapan dan ekspektasi tersebut. Lalu data tersebut digambarkan dengan empat kuadran [9]

Importance Diagram dan *Performance Matrix*, Pada teknik ini responden dapat menilai tingkat kepentingan dari berbagai atribut yang relevan dan tingkat kinerja pada suatu perusahaan. Dari nilai tersebut akan dianalisis kembali pada *Importance Performance Matrix* [10].

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner terbuka didapatkan spesifikasi produk Alat Bantu Duduk Disabilitas. Adapun hasil rekapitulasi kuesioner terbuka produk Alat Bantu Duduk Disabilitas adalah sebagai berikut: Hasil dari rekapitulasi tersebut akan digunakan untuk membuat kuesioner tertutup.



Gambar 1.. Produk Alat Bantu Duduk Disabilitas

Tabel 1. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Terbuka Produk Alat Bantu Duduk Disabilitas

No.	Primer	Sekunder	Tersier
1		Bahan Kursi	Kayu
2		Warna Kursi	Biru
3		Kemiringan sandaran	100°
4	Desain Utama	Bahan sandaran dan dudukan	Busa
5		Bahan sekat	Kayu
6		Bentuk Meja	Persegi
7		Jumlah kaki kursi	4
8		Jumlat tempat alat tulis	Satu
9	Desain Tambahan	Bahan tempat alat tulis	Kayu
10		Warna tempat alat tulis	Kuning

3.1. Penentuan Jumlah Sampel

Metode sampling yang digunakan simple random sampling. Dalam simple random sampling, pada setiap individu dari populasi ini mempunyai peluang yang sama agar menjadi anggota sampel. Jumlah sampel yang menjadi penelitian adalah 30 orang di SLB. Rumus untuk menentukan populasi pengamatan dengan metode Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan :

Ket : n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi sebesar 32 orang
e = Persen kelonggaran ketidaktelitian yang dapat ditolerir atau diinginkan = 5 %

$$\text{Sampel untuk } N=30 \text{ adalah : } n = \frac{32}{1+32(0.05)^2}$$

$$n = 29,6 = 30 \text{ sampel}$$

Perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *Slovin*. Dengan jumlah populasi sebanyak 32 data dan tingkat kepercayaan 5%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 30.

3.2. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan analisis korelasi yang memakai rumus Korelasi *Product Moment*, dikembangkan oleh Pearson karena pertanyaan diukur dengan menggunakan skala interval dan menggunakan aplikasi *SPSS 26*. Rumus yang akan digunakan adalah teknik korelasi "*Product Moment*" sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2][(N \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (2)$$

Dimana :

X : Total jawaban responden per pertanyaan
Y : Total jawaban seluruh pertanyaan per responden
N : Total seluruh responden
 r_{xy} : Koefisien *Product Moment*

Pengujian ini menggunakan korelasi *Product Moment*. Hasil perhitungan validitas kinerja untuk setiap Data Kuisioner ini didapatkan yaitu valid.

3.3. Uji Reabilitas

Pengujian menggunakan metode *Alpha Cronbach* dan aplikasi *SPSS 26*. metode *Alpha Cronbach* seperti rumus tersebut.

$$\sigma_x^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (3)$$

Perhitungan untuk uji reliabilitas kuisioner tertutup produk Alat Bantu Duduk Disabilitas ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Uji Reliabilitas *Ranking*

Produk	Bobot X	Bobot Y	Rank X	Rank Y	D	D ²
Kelompok IV	90	1065	1	1	0	0
Pesaing I	74	1046	2	2	0	0
Pesaing II	52	1021	4	3	1	1
Pesaing III	80	1003	3	4	-1	1
Total	296	4135				2

Langkah-langkah pengujian reliabilitas:

- Ho : Kuisioner adalah data yang reliabel dan dapat digunakan
- Ha : Kuisioner bukan merupakan data yang reliabel
- Taraf signifikan yang dipilih $\alpha = 0,05$.
- Menentukan wilayah kritis.
- Dari tabel harga kritis *Spearman Brown* dengan $\alpha = 0,05$ dan $N = 32$ diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,361$, maka wilayah kritis adalah $r > 0,361$.

Perhitungan r :

$$\begin{aligned} rho &= 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2-1)} \\ &= 1 - \frac{6 \times 2}{32((32)^2 - 1)} \end{aligned} \quad (4)$$

$$rho = 0,99963$$

Kemudian dari angka korelasi *Spearman* tersebut dicari koefisien reliabilitas sebagai berikut:

$$r = \frac{2 \times rho}{1 + rho} \quad (5)$$

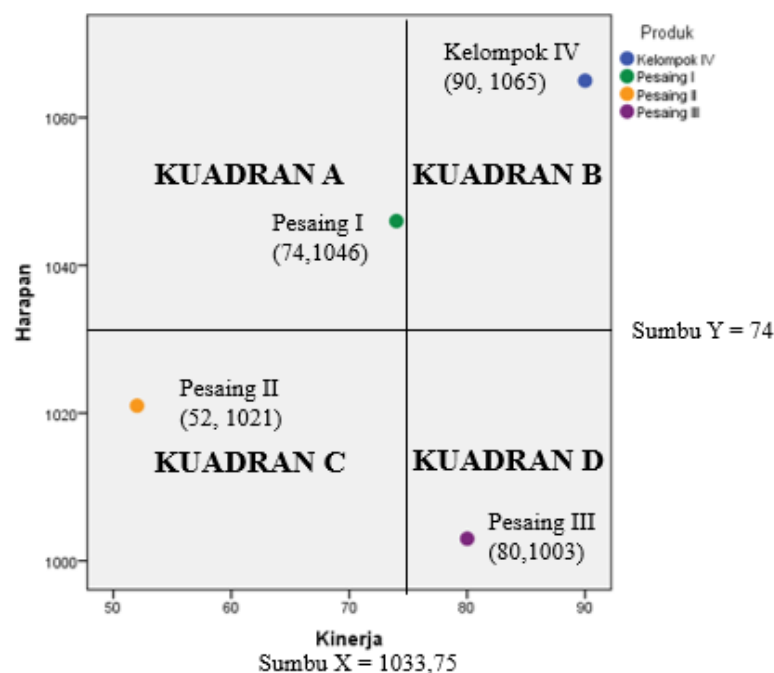
$$r = \frac{2 \times 0,99963}{1 + 0,99963}$$

$$r = 0,99982$$

Kesimpulan : Karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,99982 > 0,361$) maka H_0 diterima. Artinya kuesioner adalah komposisi yang reliabel dan dapat digunakan.

3.4. Peta Posisi Produk

Peta posisi produk Alat Bantu Duduk Disabilitas dan pesaing lainnya dengan menggunakan *software SPSS* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Posisi Produk Alat Bantu Duduk Disabilitas

Analisis dari peta posisi produk Alat Bantu Duduk Disabilitas adalah sebagai berikut:

- Produk Alat Bantu Duduk Disabilitas pada kuadran B, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi. Artinya produk Alat Bantu Duduk Disabilitas memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan
- Produk pesaing I berada diantara kuadran A yang artinya produk memiliki tingkat performansi yang tinggi namun tingkat utilitas (kinerja) yang tidak terlalu tinggi.
- Produk pesaing II berada pada kuadran C yang artinya produk memiliki tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang rendah.
- Produk pesaing III berada pada kuadran D yang artinya produk memiliki tingkat utilitas (kinerja) yang tinggi namun performansi (harapan) yang rendah.

4. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dilakukan dengan pemilihan lokasi konsumen yang dekat dengan lokasi produksi yaitu kota Medan dan usia yang dipilih yaitu 8 – 16 tahun, serta tingkat ekonomi menengah. Metode *sampling* yang digunakan ialah *simple random sampling* dimana pada setiap populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel. Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel menggunakan metode *slovin* dan dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 30 responden. Hasil pengujian validitas dan uji reabilitas baik secara manual maupun dengan *software SPSS* didapatkan hasil yang sama terhadap

pengujian validitas dan reabilitas. Peta posisi produk merupakan alat untuk melihat atau mengetahui posisi produk di mata konsumen. Untuk posisi produk dari masing-masing kriteria di mata konsumen adalah produk Alat Bantu Duduk Disabilitas Kelompok IV D berada pada kuadran B (Kuadran II), produk pesaing I berada pada kuadran A (Kuadran I), produk pesaing III berada pada kuadran D (Kuadran IV) dan produk pesaing II berada pada kuadran C (Kuadran III).

Referensi

- [1] Adiyanta, F.C. Susila. (2019) "Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris." *Administrative Law and Governance Journal*, Volume 2, ISSN: 2621 – 2781.
- [2] Rani Nurani,Siti. (2015) "Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan." *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 02, No. 02, ISSN: 2355-6099.
- [3] Sunarta. (2007) "Diktat Mata Kuliah Riset Pemasaran." Program Studi Pemasaran Diploma 3, Jurusan Manajemen Fise UNY.
- [4] Hartono, Hendry. (2012) "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada Perusahaan dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian." *Binus Business Review*, Vol. 3 No. 2, ISSN: 882-897.
- [5] Desi Anggraini. (2015) "Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis."
- [6] Elat, Tisye Pingkan. (2014) "Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hello Tours." *Jurnal EMBA 399*, Vol.2 No.3, ISSN 2303-1174.
- [7] Ginting, Rosnani. (2013) "Perancangan Produk ." Yogyakarta, Graha Ilmu.
- [8] Sinulingga, Sukaria. (2011) "Metode Penelitian." Medan, USU Press.
- [9] Ginting, Rosnani . (2013) "Rancangan Teknik Industri." Medan, USU Press.
- [10] Selly Destria. (2013) "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Minimarket Intimart Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Matrix. " Vol 1 No. 4.