



PAPER – OPEN ACCESS

Survei Pasar Produk Transfer Board Di Upt. Binaan Lanjut Usia Tresna Werdha Binjai

Author : Rachel Friskila Purba dkk.,
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1069
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 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Survei Pasar Produk *Transfer Board* Di Upt. Binaan Lanjut Usia Tresna Werdha Binjai

Rachel Friskila Purba¹, Andika Aulia², M. Rizky Haditiya³, Rifa Zawarni⁴

¹Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara

Jl. Almamater Campus USU, Medan 20155

rachelpurba1407@gmail.com, , andika.aulia11@gmail.com, mrizkyhaditiya2@gmail.com, rifazawarni@gmail.com

Abstrak

Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam survei, informasi dikumpulkan dari responden yang menggunakan kuesioner. Umumnya pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Pengambilan data dilakukan dengan teknik *sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Teknik pengambilan ini adalah teknik *sampling* dimana anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dan sampel diambil secara acak. Penentuan jumlah sampel menggunakan metode *Nomogram Harry King*, sehingga diperoleh 30 orang sampel dari 50 orang populasi. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner yang disebar adalah kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner tersebut pada akhirnya akan menghasilkan keinginan konsumen pada produk yang akan dirancang. Rekapitulasi kuesioner tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya dengan cara manual maupun dengan menggunakan *Software SPSS*.

Kata Kunci: Survei, Kuesioner, Validitas, Reliabilitas

Abstract

Survey research is research that takes a sample from one population and uses a questionnaire as a primary data collection tool. In surveys, information is collected from respondents who use questionnaires. Generally the notion of survey is limited to research whose data is collected from a sample or population to represent the entire population. Data is collected by sampling technique. The sampling technique used is probability sampling, namely simple random sampling. This sampling technique is a sampling technique where members of the population have the same opportunity to be sampled and samples are taken at random. Determination of the number of samples using the Harry King Nomogram method, in order to obtain 30 samples from 50 population populations. The survey was conducted by distributing questionnaires to respondents. The questionnaire distributed was an open questionnaire and a closed questionnaire. The questionnaire will ultimately produce consumer desires on the product to be designed. The recapitulation of the questionnaire was tested for validity and reliability both manually and using SPSS Software

Keywords: Survey, Questionnaire, Validity, Reliability

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan industri menuntut setiap pengusaha industri kecil, menengah dan industri besar agar selalu dapat berkreasi sebagai upaya peningkatan daya saing terhadap industri kompetitor. Diantaranya yaitu dengan melakukan suatu inovasi kepada hasil produksi yang dipasarkan dan juga membuat suatu survei pasar sebelumnya, agar minat konsumen diketahui. Pada zaman sekarang ini banyak industri baru bermunculan dengan memberikan produk yang unggul [1].

Penelitian investigasi merupakan penelitian yang dapat dilakukan untuk memperoleh fakta yang relevan dari masalah yang ada dan menggali kebenaran untuk mendapatkan fakta [2]. Pemasaran adalah metode penyediaan berbagai informasi, memperkenalkan produk, barang dan jasa, menarik perhatian konsumen dan bahkan memberikan pandangan pribadi tentang citra produk [3]. Masalah yang ditemukan dalam teknik survei terkair dengan bagaimana membuat kuesioner yang digunakan karena memiliki hubungan secara langsung dengan tanggapan responden. Di samping itu dibutuhkan sebuah upaya untuk memberikan sebuah pengertian kepada responden sehingga respondeng mau memberi tanggapannya dan menyelesaikan kuesioner. Dikarenakan pentingnya permasalahan seperti yang telah diuraikan, maka dalam membuat kuesioner yang komprehensif untuk survei galangan supaya dapat diketahui sumber daya yang dapat digunakan dan lingkup pekerjaan dan pengalaman dari individu yang ambila bagian sehingga kapasitas produksi per-satuan waktu dari setiap kegiatan dapat ditentukan [4].

Survei pasar ini dilakukan terhadap produk *transfer board*, agar mengetahui bagaimana keinginan konsumen terhadap produk *transfer board* ini.

2. Metode Penelitian

Penelitian survei dilakukan dengan memilih beberapa sampel dan kuesioner dari populasi sebagai cara pengumpulan data utama. Selama proses survei, kuesioner yang dibagikan akan digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden. Secara umum, pentingnya survei terbatas pada studi yang mengumpulkan data dari sampel atau populasi untuk mewakili keseluruhan populasi. Survei pasti berbeda dengan sensus yang menggunakan seluruh data penduduk. Biasanya unit penelitian dan analisis adalah individu [4]. Yang menjadi perhatian dari suatu produk adalah kebutuhan produk itu sendiri, dimana barang yang dijual harus jelas dan memiliki kualitas yang bagi supaya setiap pembeli dapat memberi nilai kepada produk tersebut secara mudah [5].

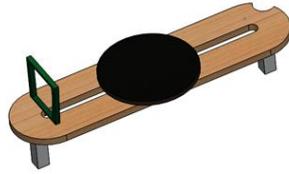
Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan yang dapat digunakan guna mendapatkan informasi dari responden, baik untuk arti maupun apa yang diketahuinya. Tujuan utama pembuatan kuisisioner adalah untuk mengumpulkan informasi yang sesuai, hal ini dapat dilakukan dengan mengisi pertanyaan-pertanyaan yang muncul di kuisisioner. Jenis kuesioner yang dibagikan adalah kuisisioner terbuka serta kuisisioner tertutup. Kuisisioner terbuka adalah kuisisioner dimana memungkinkan responden memiliki kesempatan untuk menjawab dengan bebas tanpa batasan. Sedangkan kuisisioner tertutup adalah kuisisioner dimana responden hanya memilih jawaban yang diberikan dalam kuisisioner tersebut [6]. Pada kuisisioner tertutup terdapat skala penilaian yang sudah ditentukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik suatu hala yang didasarkan pada ukuran yang ditentukan, sehingga dapat dibedakan, digolongkan dan diurutkan karakteristik tersebut [7].

Data yang didapat yang berasal dari kuesioner akan dilihat validitas serta reliabilitasnya. Validitas adalah ukuran dimana didasarkan pada kecocokan diantara kumpulan data serta data aktual didalam sumber data. Jika data yang dikumpulkan juga valid maka bisa dikatakan valid. Reliabilitas adalah alat ukur yang berkaitan dengan konsistensi serta stabilitas data, dimana diusulkan dari proses mengumpulkan data dengan menggunakan alat ini. Misalkan alat yang digunakan adalah kuisisioner.

Strategi adalah metode untuk menggapai tujuan jangka panjang. Didalam strategi pemasaran terdapat 3 elemen yaitu *segmentation*, *targetting*, dan *positioning*. Objek penting dari pemasaran yaitu untuk mengidentifikasi kebutuhan serta permintaan pasar [8]. Penetapan harga didasarkan pada mekanisme pasar dalam ekonomi Islam, yaitu harga ditentukan berdasarkan hubungan sukarela antara penawaran serta permintaan, sehingga tidak ada pihak yang akan rugi. Selain itu, penentuan dampak tempat yang mudah dijangkau dan terlihat akan memudahkan konsumen dalam memahami, mengamati dan memberikan pemahaman terhadap produk atau jasa yang ada [9].

3. Hasil Dan Pembahasan

Dari hasil *brainstorming* yang telah dilaksanakan, maka sudah didapatkan bentuk rancangan produk *transfer board*. Hasil rancangan akhir produk ditunjukkan di Gambar 1.

Gambar 1. Hasil Rancangan Akhir Produk *Transfer Board*

Adapun atribut dari produk *transfer board* adalah sebagai berikut:

- Fungsi tambahan: Sebagai Meja Makan
- Jumlah kaki: 4 buah
- Bentuk papan transfer board: Oval
- Warna papan transfer board: Coklat Asli Kayu
- Motif papan transfer board: Polos
- Bahan pegangan transfer board: Kayu
- Warna Bantalan: Hitam
- Bentuk Bantalan: Bulat
- Bentuk Rel: Oval
- Ukuran Papan Transfer board: 1000 x 350 mm²

3.1. Penentuan Jumlah Sampel

Dalam hal ini teknik pengambilan sampel yang dilaksanakan adalah *probability sampling* yang merupakan *simple random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini adalah teknik pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi punya kesempatan yang setara untuk dijadikan sampel, dan sampel dipilih secara acak..

Penentuan jumlah sampel menggunakan *Nomogram Harry King* dimana rumus menentukan jumlah sampel, yaitu:

$$n = P \times N \quad (1)$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

P = persentase besar sampel

d = tingkat kesalahan yang dikehendaki

Perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan *Nomogram Harry King* diatas dengan nilai setiap variabelnya yaitu, N = 50, P = 60 %, dan d = 5%.

Sehingga diperoleh, n = 0,6 x 50 = 30. Jadi, sampel yang diperoleh adalah 30 orang

3.2. Uji Validitas

Dalam uji validitas perhitungan yang digunakan yaitu teknik korelasi "*Product Moment*" seperti 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 tiap pertanyaan

Y : Total jawaban pertanyaan tiap responden

N : Total responden

r_{xy} : Koefisien *Product Moment*

Sedangkan untuk menguji validitas ini akan dibutuhkan korelasi *Product Moment*. Langkah dalam pengujian ini yaitu seperti berikut:

- H₀ : Kuisisioner adalah alat yang *valid* serta bisa digunakan untuk mengumpulkan data
- H₁ : Kuisisioner adalah alat yang tidak *valid*
- Tingkat signifikan terpilih senilai α = 0,05
- Daerah kritis *Product Moment* dengan α = 0,05 serta N = 30 yaitu r = 0,362
- Perhitungan r_{hitung}:

$$r_{hitung} = \frac{(30 \times 3463) - (101)(1004)}{\sqrt{[(30 \times 375) - (101)^2][(30 \times 34546) - (1004)^2]}}$$

$$= 0,4261$$

- Kesimpulan : dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka kuesioner adalah alat yang *valid* serta bisa berguna untuk mengumpulkan data.

Hasil perhitungan validitas dari seluruh atribut produk *transfer board* bisa dilihat di Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Atribut Produk *Transfer Board*

| Atribut | R | Keterangan |
|-----------------|--------|------------|
| Bentuk Papan | 0.4261 | Valid |
| Warna Produk | 0.4558 | Valid |
| Dimensi Produk | 0.4835 | Valid |
| Bentuk Rel | 0.3759 | Valid |
| Warna Bantalan | 0.5309 | Valid |
| Bentuk Bantalan | 0.5661 | Valid |
| Motif Papan | 0.4625 | Valid |
| Jumlah Kaki | 0.4721 | Valid |
| Bahan Pegangan | 0.4526 | Valid |
| Fungsi Tambahan | 0.6267 | Valid |

3.3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada kuesioner tertutup bisa dihitung dengan cara menggunakan perhitungan sebagai berikut :
 Sajkdhsjkh

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

Perhitungan untuk uji reliabilitas kuesioner tertutup produk *transfer board* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Rekapitulasi Nilai Reliabilitas Produk *Transfer Board*

| Atribut | σ_x^2 hitung |
|-----------------|---------------------|
| Bentuk Papan | 1,0100 |
| Warna Produk | 1,1122 |
| Dimensi Produk | 1,1822 |
| Bentuk Rel | 1,3433 |
| Warna Bantalan | 1,1433 |
| Bentuk Bantalan | 0,9289 |
| Motif Papan | 1,3567 |
| Jumlah Kaki | 1,4622 |
| Bahan Pegangan | 0,8100 |
| Fungsi Tambahan | 1,3122 |

$$\sigma_b^2 = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + \sigma_3^2 + \dots + \sigma_{10}^2$$

$$= 11,6611$$

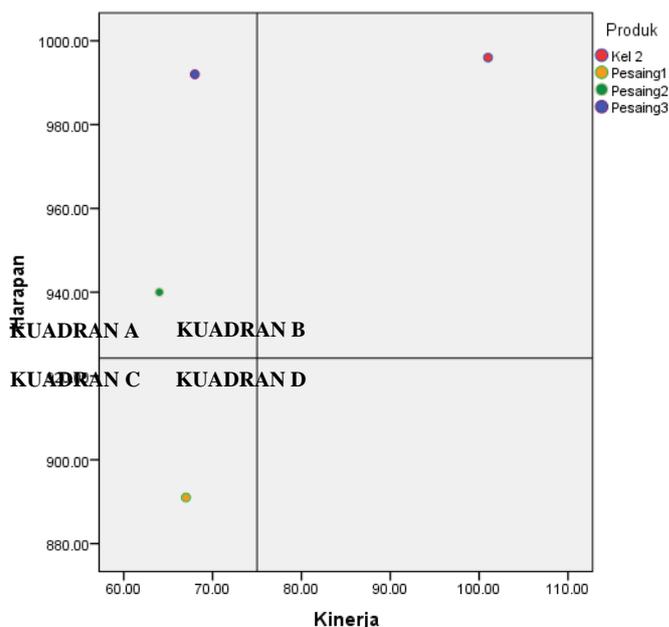
$$\text{Variansi total} = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}}{n} = \frac{33931 - \frac{997^2}{30}}{30} = 26,5789$$

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left(\frac{10}{10-1} \right) \left(1 - \frac{11,6611}{26,5789} \right) = 0,6236$$

Dari perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwasanya data *reliable* atau bisa dipercayai, dikarenakan nilai koefisien reliabilitas hasil perhitungan lebih besar daripada koefisien reliabilitas yaitu senilai 0,63.

3.4. Peta Posisi Produk

Peta posisi produk *transfer board* dan 3 pesaing lainnya dengan menggunakan *software SPSS* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta Posisi Produk Transfer Board

Dari peta posisi produk *transfer board* dapat diketahui bahwa:

- Produk *Transfer Board* kelompok II berada pada kuadran B yang menandakan bahwa produk memiliki tingkat utilitas (kinerja) dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi. Artinya produk *Transfer Board* Kelompok II Kelas C memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.
- Produk *Transfer Board* untuk pesaing II dan III berada pada kuadran A yang menandakan bahwa produk pesaing II dan III dianggap penting oleh pelanggan, hanya saja pada kenyataannya faktor – faktor belum diharapkan oleh pelanggan.
- Produk *Transfer Board* untuk pesaing I berada pada kuadran C yang menandakan bahwa produk *Transfer Board* pesaing I dianggap penting oleh pelanggan tetapi belum diharapkan.

4. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilaksanakan, kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- Teknik *sampling* yang dilaksanakan seperti *probability sampling* yang merupakan *simple random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini yaitu adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasi punya kesempatan yang setara untuk dijadikan sampel, dan pengambilan sampel dilakukan secara acak. Dan menggunakan metode *Harry King Nomogram* untuk menentukan jumlah sampel, sehingga didapatkan sebanyak 30 responden.
- Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat ditemukan bahwa data yang digunakan adalah data yang *valid*.
- Peta posisi menunjukkan posisi masing – masing produk di mata konsumen, untuk produk *transfer board* berada pada kuadran B, pesaing II dan III berada pada kuadran A, dan pesaing I berada pada kuadran C.

Referensi

- [1] Nuran1. Siti. 2015. *Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan*. Jurnal Ilmu Manajemen **2**(2)
- [2] Sinulingga. Sukaria. 2015. *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.
- [3] Selang. Christian A. D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall*. Jurnal EMBA. **1**(3)
- [4] Sandjaja. Irfan Eko. 2017. *Perancangan Kuesioner Survei Galangan*. Technology Science and Engineering Journal. **1**(1)
- [5] Singarimbun. Masri dan Sofian Efendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES
- [6] Amrin. Abdullah. 2019. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Makassar: Cikal Sakti
- [7] Ginting. Rosnani. 2020. *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Medan: USU Press
- [8] Ginting. Rosnani. 2013. *Perancangan Produk..* Yogyakarta: Graha Ilmu
- [9] Yuliana. Rahmi. 2013. *Analisis Strategi serta Pengaruhnya pada Produk Sepeda Motor Berupa Segmentasi. Targetting dan Positioning serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang*. Jurnal STIE Semarang. **5**(2)
- [10] Saleh. Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.