



PAPER – **OPEN ACCESS**

Analisis Pengaruh Survey Pasar Terhadap Perancangan Produk Walking Helper

Author : Surya Indrawan, dan Josua Marganda Tua Samosir
DOI : 10.32734/ee.v6i1.1941
Electronic ISSN : 2654-7031
Print ISSN : 2654-7031

Volume 6 Issue 1 – 2023 TALENTA Conference Series: Energy and Engineering (EE)



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

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Analisis Pengaruh *Survey* Pasar Terhadap Perancangan Produk *Walking Helper*

Surya Indrawan^a, Josua Marganda Tua Samosir^b

^aProgram Doktorat, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Jln. Almamater Kampus USU, Medan 20155, Indonesia

^bDepartemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Jln. Almamater Kampus USU, Medan 20155, Indonesia

suryaindrawan03@gmail.com, josuamts95@gmail.com

Abstrak

Segmentasi pasar adalah proses memecah pasar menjadi bagian pelanggan yang serupa atau mempunyai jenis tertentu yang sama. Pasar yang telah disegmentasikan akan menjadi target dari perusahaan. Riset pasar dilakukan dengan tujuan mengetahui keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat berupaya untuk memenuhi permintaan konsumen, dan jika permintaan konsumen terpenuhi, branding perusahaan akan semakin baik dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Riset pasar dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yaitu wadah penampung informasi dari konsumen dengan memberikan pertanyaan terkait produk yang akan dipasarkan. Melalui riset pasar, peneliti berhasil mengumpulkan data dan informasi terkait keinginan konsumen terkait produk *Walking Helper*, yang kemudian data-data tersebut diolah dan diuji validitas dan reliabilitasnya, sehingga peneliti memperoleh kesimpulan bahwa merupakan produk yang diminati oleh konsumen, ditandai dengan nilai *Wish* = 8 yang lebih besar dari nilai *Demand* = 2. Peneliti dianggap mampu memahami dan memenuhi keinginan konsumen.

Kata Kunci: Survei; *Walking Helper*

Abstract

Market segmentation is the process of breaking a market into different customer groups that are similar or share certain features. The market that has been segmented will be the target of the company. Market research is done to understand consumer preferences, so that the company can strive to meet consumer demand, and if consumer demand is met, the company's branding will be better and bring profit to the company. Market research can be done by distributing questionnaires, which are a container for information from consumers by asking questions related to products to be marketed. Through market research, researchers have succeeded in collecting data and information related to consumer desires regarding *Walking Helper* products, which are then processed and tested for validity and reliability, so that the researcher concludes that the *Walking Helper* is a product that consumers are interested in, marked with the *Wish* value = 8 which is greater than the value of *Demand* = 2. Researchers are considered capable of understanding and fulfilling consumer desires.

Keywords: Survey; *Walking Helper*

1. Pendahuluan

Produk sendiri memiliki pengertian sesuatu yang diluncurkan kepada segmen tertentu dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sesuatu tersebut mencakup benda yang memiliki wujud, jasa, tempat, gagasan, maupun gabungan dari keempat hal yang telah disebutkan. Terdapat beberapa faktor yang penting yang sebaiknya

dipertimbangkan dalam menyusun strategi suatu produk, di antaranya adalah strategi pemilihan segmen pasar, hakikat produk bagi konsumen, strategi kombinasi produk, dan fokus pemasaran pada setiap tahap siklus hidup produk [1].

Segmentasi pasar adalah tindakan memecah pasar menjadi beberapa kelompok konsumen yang lebih homogen, dari mana masing-masing kelompok konsumen dapat dipilih sebagai target pasar untuk dikejar oleh bisnis dengan metode pemasaran tertentu. Perusahaan yang menggunakan segmentasi pasar dapat menyediakan produk yang lebih khusus disesuaikan dengan kebutuhan pasar sasaran.

Penargetan adalah proses di mana perusahaan memutuskan bagian pasar mana yang akan ditembus setelah pasar dibagi menjadi kelompok pelanggan yang mungkin dengan perilaku serupa. Penargetan adalah proses memilih pasar terbaik untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan. Setelah mengecualikan pasar dan mengalokasikan sumber daya ke sektor yang dipilih sebelumnya, perusahaan harus membangun reputasi yang kokoh dengan pelanggan. Perusahaan harus menciptakan *branding* yang baik di benak konsumen [2]

Desain produk merupakan suatu cabang keilmuan yang mengimplementasikan serangkaian usaha untuk menghasilkan suatu produk yang fungsional dan memiliki nilai estetika sehingga produk memiliki nilai jual yang tinggi serta bermanfaat bagi konsumen. Dimensi, bentuk, bahan, warna, teks, dan brand atau merek adalah enam komponen desain produk yang semuanya harus diperhatikan saat membuat suatu produk. Saat mendukung komunikasi dalam bentuk kognitif bagi pelanggan, warna memainkan fungsi yang sangat penting. [3]

Target konsumen untuk produk *Walking Helper* adalah penyandang disabilitas, yaitu manusia yang memiliki hambatan dalam beraktivitas. Hambatan dalam beraktivitas disebabkan oleh adanya ketidaknormalan fungsi bagian tubuh. Menurut Laporan Nasional Riskesdas 2018, 22% dari total penduduk Indonesia menyandang disabilitas, yang didominasi oleh disabilitas fisik atau tunadaksa. Tunadaksa memerlukan bantuan orang lain atau alat dalam melakukan aktivitas, sehingga perancangan *Walking Helper* diharapkan dapat membantu mobilitas tunadaksa. [4]

Walking Helper dirancang dengan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah pengguna dalam menjalankan aktivitas secara normal. Atribut-atribut yang terdapat pada *Walking Helper* akan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Perancang *Walking Helper* harus menjadikan atribut sebagai faktor yang bersifat krusial dan merupakan daya tahan bagi konsumen. Atribut yang menyertai *Walking Helper* akan menjadi suatu identitas khusus yang membedakan produk *Walking Helper* dengan *walker* lain. Penyusunan atribut produk tidak terlepas dari inovasi dan gagasan produsen ketika melakukan perancangan.

Inovasi artinya memperkenalkan ide-ide atau metode terbaru yang memberikan lebih banyak manfaat. Inovasi produk adalah pengenalan produk yang baru yang secara substansial meningkat secara signifikan. Dengan kata lain, inovasi merupakan suatu pembaruan yang bersifat kualitatif, terdapat probabilitas akan adanya pembaruan-pembaruan pada bidang tertentu. [5]

Produk hendaknya dipromosikan agar dikenal luas oleh konsumen, di mana promosi juga dikenal dengan istilah komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan upaya penyebaran informasi, memengaruhi dan mengingatkan target pasar akan produk, agar mau membeli serta loyal kepada produk yang ditawarkan. [6]

2. Metodologi Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memaparkan kegunaan *Walking Helper* agar tunadaksa dapat bergerak atau beraktivitas lebih mudah. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengetahui keinginan responden terkait atribut-atribut yang terdapat pada *Walking Helper*.

2.1. Sampling

Sampling adalah cara dari seorang peneliti untuk memilih secara sistematis sejumlah individu sebagai perwakilan dari sebuah populasi yang telah ditentukan untuk dijadikan subjek atau sumber data untuk diobservasi sesuai tujuan penelitian. Peneliti melakukan *sampling* karena tidak mungkin bagi peneliti untuk melakukan pengujian setiap

individu di dalam sebuah populasi. Sebagian individu yang telah dijadikan subjek akan mewakili populasi dan cocok untuk penelitian dalam segi biaya, efisiensi, dan waktu. [7]

2.2. Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang memiliki sifat dan kualitas tertentu. Populasi merupakan target atau sasaran dari sampel (objek penelitian). [8]

2.3. Ukuran Sampel

Ukuran sampel merupakan kuantitas dari jumlah subjek yang ditentukan dalam sebuah penelitian. Dari segi statistik, ukuran sampel yang lebih besar akan menghasilkan hasil yang lebih tepat atau akurat. Sampel yang besar akan meningkatkan kemungkinan bahwa rata-rata dan standar deviasi sangat cocok dengan populasi. [9]

2.4. Teknik Sampling

Pengambilan sampel dapat digunakan untuk menarik generalisasi berdasarkan teori yang ada atau untuk menarik kesimpulan tentang populasi. Pilihan teknik sampel pada akhirnya menentukan pengambilan sampel. Pengambilan sampel probabilitas dan non-probabilitas adalah dua kategori di mana teknik pengambilan sampel biasanya dibagi.

Probability sampling memiliki arti bahwa objek dalam sebuah populasi mempunyai kesempatan yang serupa untuk masuk ke dalam sampel, sedangkan *non-probability sampling* artinya sampel objek tidak harus representatif, tetapi diperlukan alasan yang jelas untuk memasukkan objek tertentu daripada objek yang lain. [10]

2.5. Kuesioner

Dalam melakukan *survey*, pengumpulan data merupakan suatu hal yang bersifat sangat krusial dalam menemukan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data memerlukan suatu wadah berguna untuk menemukan data dan informasi dari responden. Wadah pengumpul data adalah kuesioner.

Dengan mengajukan pertanyaan terstruktur kepada responden tentang variabel yang diteliti, kuesioner merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan banyak data. [11]

2.6. Uji Validitas

Uji validitas adalah *test* yang memperlakukan tingkat ketepatan pengukuran objek yang diteliti. Validitas dapat dibuktikan dengan beberapa bukti, seperti validitas konten; memberikan bukti mengenai komponen alat ukur yang tunduk pada analisis logis dan validitas konstruk; berfokus pada tingkat ketepatan hasil pengukuran dan definisi, dan validitas kriteria; berkonsentrasi pada membandingkan objek yang dikembangkan dengan objek lain yang dapat dibandingkan dengannya dan mengevaluasi objek yang dikembangkan. [12]

2.7. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang memperlihatkan tingkat kepercayaan dari pengukuran. Tingkat kesalahan pengukuran yang hanya dapat disimpulkan melalui estimasi juga ditunjukkan oleh reliabilitas. [13]

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan analisa dari *survey* pasar yang telah diteliti dengan melakukan penyebaran kuesioner terkait atribut-atribut dari *Walking Helper* dapat dilihat pada penjelasan berikut ini.

3.1. Modus Kuesioner Terbuka

Hasil ringkasan dari atribut bahan kerangka *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Atribut Bahan Kerangka Walking Helper

No.	Bahan Kerangka	Jumlah	Keterangan
1.	Aluminium	16	Modus
2.	Baja	3	-
3.	Plastik	2	-
4.	Rotan	1	-
5.	Besi	5	-
6.	<i>Stainless Steel</i>	2	-
7.	Resin	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut sumber energi untuk penggerak otomatis (sensor) dan pengatur gerakan (kontrol) *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Atribut Sumber Energi untuk Penggerak Otomatis (Sensor) dan Pengatur Gerakan (Kontrol) *Walking Helper*

No.	Sumber Energi	Jumlah	Keterangan
1.	Listrik	16	Modus
2.	Baterai	13	-
3.	Charger	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut pergerakan *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Atribut Pergerakan *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Manual	10	-
2.	Otomatis	13	Modus
3.	Fleksibel	6	-
4.	Semi-Otomatis	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut bahan pegangan *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Atribut Bahan Pegangan *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Busa	3	-
2.	Karet	16	Modus
3.	Plastik	5	-
4.	Aluminium	3	-
5.	Kulit Sintesis	1	-
6.	Kain	1	-

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
7.	<i>Stainless Steel</i>	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut ukuran *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Atribut Ukuran *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	50 cm x 70 cm x 100 cm	7	-
2.	50 cm x 60 cm x 100 cm	16	Modus
3.	40 cm x 65 cm x 95 cm	2	-
4.	40 cm x 60 cm x 100 cm	3	-
5.	50 cm x 40 cm 70 cm	1	-
6.	50 cm x 60 cm x 90 cm	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut warna *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Atribut Warna *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Silver	2	-
2.	Merah	1	-
3.	Hitam	3	-
4.	Abu-abu	9	Modus
5.	Putih	8	-
6.	Coklat	2	-
7.	Hijau Neon	1	-
8.	Biru	3	-
9.	Neon	1	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut motif *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Atribut Motif *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Kotak-kotak	2	-
2.	Polos	17	Modus
3.	Garis-garis	4	-
4.	Alam	1	-
5.	Polkadot	1	-
6.	Batik	4	-
7.	Minimalis	1	-

Total	30
--------------	-----------

Hasil rekapitulasi dari atribut jumlah roda *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Atribut Jumlah Roda *Walking Helper*

No.	Jumlah Roda	Jumlah	Keterangan
1.	0	1	-
2.	4	25	Modus
3.	6	1	-
4.	8	1	-
5.	2	2	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut posisi papan pijakan *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Atribut Posisi Papan Pijakan *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Di Bawah Tiang	1	-
2.	Di Tempat Pijakan Kaki	9	Modus
3.	Di Antara Kaki	1	-
4.	Di Bawah Dekat Kaki	3	-
5.	Di Belakang Tongkat	2	-
6.	Di Tengah Bawah	4	-
7.	Di Atas Kaki	1	-
8.	Di Depan	3	-
9.	Di Bawah	6	-
Total		30	

Hasil rekapitulasi dari atribut posisi penggerak otomatis (sensor) dan pengatur gerakan (kontrol) *Walking Helper* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10. Atribut Posisi Penggerak Otomatis (Sensor) dan Pengatur Gerakan (Kontrol) *Walking Helper*

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
1.	Di Dekat Lengan Bawah	1	-
2.	Di Dekat Tangan	1	-
3.	Di Samping Kanan	1	-
4.	Di Samping Kiri	6	-
5.	Di Pegangan Depan	2	-
6.	Di Kanan	2	-
7.	Di Pegangan Tangan	8	Modus
8.	Di Samping	3	-
9.	Di Kanan dan Kiri	1	-

No.	Pergerakan	Jumlah	Keterangan
10.	Di Tiang	2	-
11.	Di Atas Dekat Tangan	1	-
12.	Di Tangan	1	-
13.	Di Bawah Tongkat	1	-
Total		30	

Berdasarkan Tabel 1 hingga Tabel 10, atribut *Walking Helper* yang diperoleh berdasarkan kuesioner adalah:

- Bahan kerangka *Walking Helper* adalah aluminium
- Sumber energi untuk penggerak otomatis (sensor) dan pengatur gerakan (kontrol) *Walking Helper* adalah listrik
- Pergerakan *Walking Helper* adalah otomatis
- Bahan pegangan *Walking Helper* adalah karet
- Ukuran *Walking Helper* adalah 50 cm x 60 cm x 100 cm
- Warna *Walking Helper* adalah abu-abu
- Motif *Walking Helper* adalah polos
- Jumlah roda *Walking Helper* adalah 4 roda
- Posisi papan pijakan *Walking Helper* berada di tempat pijakan kaki
- Posisi penggerak otomatis (sensor) dan pengatur gerakan (kontrol) *Walking Helper* berada di pegangan tangan

3.2. Uji Validitas

Uji validitas diteliti dengan membuat kalkulasi dari korelasi antara jumlah setiap pertanyaan dengan total nilai sehingga diperoleh nilai *Product Moment*.

Hasil pengujian validitas kinerja untuk masing masing atribut *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Validitas Kinerja *Walking Helper*

Atribut	R	Keterangan
Warna <i>Walking Helper</i>	0,4036	<i>Valid</i>
Motif <i>Walking Helper</i>	0,5977	<i>Valid</i>
Ukuran <i>Walking Helper</i>	0,5308	<i>Valid</i>
Pergerakan <i>Walking Helper</i>	0,3661	<i>Valid</i>
Sumber Energi <i>Walking Helper</i>	0,3865	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka <i>Walking Helper</i>	0,4467	<i>Valid</i>
Bahan Pegangan <i>Walking Helper</i>	0,3709	<i>Valid</i>
Jumlah Roda <i>Walking Helper</i>	0,4971	<i>Valid</i>
Posisi Penggerak Otomatis dan Kontrol <i>Walking Helper</i>	0,3718	<i>Valid</i>
Posisi Papan Pijakan <i>Walking Helper</i>	0,3995	<i>Valid</i>

Hasil pengujian validitas harapan untuk setiap atribut *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Perhitungan Validitas Harapan *Walking Helper*

Atribut	R	Keterangan
Warna <i>Walking Helper</i>	0,4798	<i>Valid</i>
Motif <i>Walking Helper</i>	0,4458	<i>Valid</i>
Ukuran <i>Walking Helper</i>	0,3786	<i>Valid</i>

Atribut	R	Keterangan
Pergerakan <i>Walking Helper</i>	0,3786	<i>Valid</i>
Sumber Energi <i>Walking Helper</i>	0,5657	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka <i>Walking Helper</i>	0,3764	<i>Valid</i>
Bahan Pegangan <i>Walking Helper</i>	0,5322	<i>Valid</i>
Jumlah Roda <i>Walking Helper</i>	0,3999	<i>Valid</i>
Posisi Penggerak Otomatis dan Kontrol <i>Walking Helper</i>	0,5505	<i>Valid</i>
Posisi Papan Pijakan <i>Walking Helper</i>	0.4118	<i>Valid</i>

Hasil pengujian validitas masing-masing atribut *Walking Helper* ditampilkan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Perhitungan Validitas *Walking Helper*

Atribut	R	Keterangan
Warna <i>Walking Helper</i>	0,5701	<i>Valid</i>
Motif <i>Walking Helper</i>	0,5914	<i>Valid</i>
Ukuran <i>Walking Helper</i>	0,5122	<i>Valid</i>
Pergerakan <i>Walking Helper</i>	0,4791	<i>Valid</i>
Sumber Energi <i>Walking Helper</i>	0,5092	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka <i>Walking Helper</i>	0,3815	<i>Valid</i>
Bahan Pegangan <i>Walking Helper</i>	0,3764	<i>Valid</i>
Jumlah Roda <i>Walking Helper</i>	0,4445	<i>Valid</i>
Posisi Penggerak Otomatis dan Kontrol <i>Walking Helper</i>	0,4609	<i>Valid</i>
Posisi Papan Pijakan <i>Walking Helper</i>	0.4073	<i>Valid</i>

Hasil pengujian validitas masing-masing atribut produk Pesaing I ditampilkan pada Tabel 14..

Tabel 14. Hasil Perhitungan Validitas Produk Pesaing I

Atribut	R	Keterangan
Warna <i>Walking Helper</i>	0,6249	<i>Valid</i>
Motif <i>Walking Helper</i>	0,5450	<i>Valid</i>
Ukuran <i>Walking Helper</i>	0,4921	<i>Valid</i>
Pergerakan <i>Walking Helper</i>	0,7800	<i>Valid</i>
Sumber Energi <i>Walking Helper</i>	0,8181	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka <i>Walking Helper</i>	0,5748	<i>Valid</i>
Bahan Pegangan <i>Walking Helper</i>	0,3631	<i>Valid</i>
Jumlah Roda <i>Walking Helper</i>	0,4589	<i>Valid</i>
Posisi Penggerak Otomatis dan Kontrol <i>Walking Helper</i>	0,8062	<i>Valid</i>
Posisi Papan Pijakan <i>Walking Helper</i>	0.7579	<i>Valid</i>

Hasil pengujian validitas masing-masing atribut produk Pesaing I ditampilkan pada Tabel 15.

Tabel 15. Hasil Perhitungan Validitas Produk Pesaing II

Atribut	R	Keterangan
Warna <i>Walking Helper</i>	0,5601	<i>Valid</i>
Motif <i>Walking Helper</i>	0,6063	<i>Valid</i>
Ukuran <i>Walking Helper</i>	0,6661	<i>Valid</i>
Pergerakan <i>Walking Helper</i>	0,6838	<i>Valid</i>
Sumber Energi <i>Walking Helper</i>	0,8639	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka <i>Walking Helper</i>	0,7080	<i>Valid</i>
Bahan Pegangan <i>Walking Helper</i>	0,6463	<i>Valid</i>
Jumlah Roda <i>Walking Helper</i>	0,7652	<i>Valid</i>
Posisi Penggerak Otomatis dan Kontrol <i>Walking Helper</i>	0,7124	<i>Valid</i>
Posisi Papan Pijakan <i>Walking Helper</i>	0.8107	<i>Valid</i>

Berdasarkan Tabel 11 hingga Tabel 15, nilai r didapatkan lebih besar dari 0,361, maka kuesioner dinyatakan *valid*.

3.3. Uji Reliabilitas

Variabel dikatakan *reliable* jika mempunyai hasil *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari nilai r, yaitu 0,361. Hasil pengujian reliabilitas ditampilkan pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kinerja <i>Walking Helper</i>	0,5276	<i>Reliable</i>
Harapan <i>Walking Helper</i>	0,5447	<i>Reliable</i>
<i>Walking Helper</i> Kelompok I/B	0,6135	<i>Reliable</i>
Produk Pesaing I	0,8329	<i>Reliable</i>
Produk Pesaing II	0,8838	<i>Reliable</i>

3.4. Hasil Survey Pasar

Melalui tahap ini, dilakukan perbandingan antara penetapan atribut dengan *brainstorming* dan hasil rekapitulasi kuesioner terbuka. W (*Wish*) artinya atribut berasal dari produsen, sedangkan D (*Demand*) artinya atribut berasal dari konsumen. Spesifikasi dari *Walking Helper* Kelompok ditampilkan pada Tabel 17..

Tabel 17. Spesifikasi *Walking Helper*

No.	Hasil <i>Brainstorming</i>	W/D	Hasil Kuesioner
1.	<i>Walking Helper</i> memiliki warna abu-abu	W	<i>Walking Helper</i> memiliki warna abu-abu
2.	<i>Walking Helper</i> memiliki motif polos	W	<i>Walking Helper</i> memiliki motif polos
3.	<i>Walking Helper</i> memiliki ukuran 50 cm x 60 cm x 100 cm	W	<i>Walking Helper</i> memiliki ukuran 50 cm x 60 cm x 100 cm
4.	<i>Walking Helper</i> memiliki pergerakan secara manual	D	<i>Walking Helper</i> memiliki pergerakan secara otomatis
5.	<i>Walking Helper</i> memiliki sumber energi dari baterai	D	<i>Walking Helper</i> memiliki sumber energi dari listrik

No.	Hasil Brainstorming	W/D	Hasil Kuesioner
6.	<i>Walking Helper</i> memiliki bahan kerangka aluminium	W	<i>Walking Helper</i> memiliki bahan kerangka aluminium
7.	<i>Walking Helper</i> memiliki bahan pegangan dari karet	W	<i>Walking Helper</i> memiliki bahan pegangan dari karet
8.	<i>Walking Helper</i> memiliki jumlah roda sebanyak 4 roda	W	<i>Walking Helper</i> memiliki jumlah roda sebanyak 4 roda
9.	<i>Walking Helper</i> memiliki posisi pengatur pergerakan dan penggerak otomatis di pegangan tangan	W	<i>Walking Helper</i> memiliki posisi pengatur pergerakan dan penggerak otomatis di pegangan tangan
10.	<i>Walking Helper</i> memiliki posisi papan pijakan di tempat kaki	W	<i>Walking Helper</i> memiliki posisi papan pijakan di tempat kaki

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang didapatkan adalah perancangan produk sesuai dengan hasil *survey* pasar. Hal ini ditandai oleh perolehan W yang lebih tinggi dari D, dengan nilai W=8 dan nilai D= 2. Perancang dinilai mumpuni dan paham dalam melakukan perancangan prodyuk karena adanya kesesuaian dengan keinginan konsumen.

Acknowledgement

Author berterima kasih kepada Ibu Ir. Rosnani Ginting, M.T., Ph.D, IPU, ASEAN Eng. sebagai dosen pengampu mata kuliah Perancangan dan Pengembangan Produk karena sudah memberi bimbingan dan dukungan kepada *author* sehingga jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik.

Referensi

- [1] Yulianty, Popy. dkk. (2008) "Pengembangan Desain Produk Papan Tulis dengan Metode *Quality Function Deployoment* (QFD)." *Jurnal Ilmiah PASTI* **6** (1): 2.
- [2] Yuliana, Rahmi (2013) "Analisa Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang." *Jurnal STIE Semarang* **5** (2): 80.
- [3] Mufreni, Alfin N. F. (2016) "Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Ekonomi Manajemen* **2** (2): 49.
- [4] Hery Munawan dan Wiwin Widiasih. (2016) "Perancangan Produk Tongkat Manusia Berkebutuhan Khusus Ergonomis." *Seminar Internasional dan Konferensi Nasional IDEC 2016*: 86.
- [5] Suatma, Jasa (2013) "Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang." *Jurnal STIE Semarang* **5** (2): 20-23.
- [6] Ansah, Ardi (2017) "Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* **1** (2): 179.
- [7] Sharma, Gaganpreet (2017) "Pros and Cons of Different Sampling Techniques." *International Journal of Applied Research* **3** (7): 749.
- [8] Raharja, Surya (2008) "Studi Empiris Mengenai Penerapan Metode *Sampling* Audit dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Metode *Sampling* Audit oleh Auditor BPK." *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* **15** (1): 59.
- [9] Alwi, Idrus (2015) "Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir." *Jurnal Formatif* **2** (2): 140-141.
- [10] Taherdoost, Hamed (2016) "Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research." *International Journal of Academic Research in Management (IJRAM)* **5** (2): 20-22.
- [12] Yusup, Febrianawati (2018) "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kualitatif." *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* **7** (1): 17-19.
- [13] Yudi Suharsono dan Istiqomah (2014) "Validitas dan Reliabilitas Skala *Self-Efficacy*." *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* **2** (1): 147.