



PAPER – **OPEN ACCESS**

Pengembangan Produk Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage dengan Metode Survei Pasar

Author : Tazkia Izzaty Munaya Tafient, dkk.
DOI : 10.32734/ee.v7i1.2249
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 7 Issue 1 – 2024 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



Pengembangan Produk Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage dengan Metode Survei Pasar

Tazkia Izzaty Munaya Tafient*, Chayla Dennisa Surya, Dedi Candra Siahaan

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Jln. Dr. T. Mansyur No. 9 Padang Bulan, Medan 20155, Indonesia
chayladennisa99@gmail.com, dedisiahaan010904@gmail.com, kanayatafient@gmail.com

Abstrak

Dismenore yaitu satu permasalahan paling umum yang berhubungan dengan haid, merupakan nyeri perut yang biasanya dialami oleh wanita saat menstruasi, yang dapat berlangsung hingga dua hingga tiga hari, dimulai sehari sebelum haid. *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage* adalah produk yang dikembangkan untuk membantu mengurangi nyeri haid. Tujuan produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menggunakan survei pasar. Survei pasar adalah jenis penelitian sederhana yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan, harapan, dan keinginan konsumen terhadap produk yang akan diproduksi. Survei pasar berguna untuk mengetahui keinginan pelanggan terhadap *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage* karena membantu kompetitor mengetahui taktik yang paling efektif untuk memasarkan produk mereka. Strategi yang digunakan dalam riset pasar yaitu *segmentation, targetting, dan positioning*. Metode *sampling non-probability* dan *random sampling* sederhana digunakan dalam pengembangan ini. Semua unit *sampling* berpeluang sama untuk dipilih menjadi subjek yang dapat mewakili populasinya. Untuk mengukur sampel, rumus Slovin dipakai dan 37 orang dipilih sebagai responden. Untuk mengembangkan produk *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage*, kuesioner terbuka dan tertutup dibagikan kepada wanita yang sedang dalam fase menstruasi, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil produk *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage* telah menghasilkan inovasi baru dengan menempatkan bantal hangat di bawah perut dan alat pijat elektrik kecil untuk merelaksasi otot pinggang. Hasil survei pasar menunjukkan bahwa seluruh data yang dikumpulkan valid dan *reliable*.

Kata Kunci: Korset Menstruasi; Kuesioner; Pemasaran; Survei Pasar

Abstract

Dysmenorrhea is one of most common problems associated with menstruation, which is abdominal pain that women usually experience during menstruation, which can last up to two to three days, starting the day before menstruation. Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage is a product developed to help reduce menstrual pain. The aim of this product is designed to meet consumer needs and desires using market surveys. Market surveys are a simple type of research that aims to identify consumers' needs, hopes and desires for the products to be produced. Market surveys are useful for finding out customer desires for Menstrual Corsets with Warm Pillow and Massage because they help competitors find out the most effective tactics for marketing their products. Segmentation, targeting, and positioning are marketing strategies used in this market research. In this advancement, basic random sampling and non-probability sampling techniques were applied. There is an equal possibility for each sampling unit to be chosen as representative sample of population. To measure the sample, the Slovin formula was used and 37 people were selected as respondents. To develop the Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage product, open and closed questionnaires were distributed to women who were in the menstrual phase, then tested for validity and reliability. The results of the Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage product have produced new innovations by placing a warm pillow on the lower abdomen and a small electric massager to relax the waist muscles. The market survey results show all data collected are valid and reliable.

Keywords: *Menstrual Corset; Questionnaire; Marketing; Market Survey*

1. Pendahuluan

Dunia bisnis mulai berkembang dengan cepat, para pengusaha harus lebih inovatif untuk meningkatkan daya saing mereka dan bersaing dengan lebih baik dengan pesaing mereka. Beberapa di antaranya adalah mengembangkan produk yang dipasarkan dan terlebih dahulu melakukan survei pasar untuk mengetahui minat pelanggan terhadap produk tersebut[1]. Survei pasar adalah proses yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi untuk mengetahui respon pelanggan tentang barang yang ditawarkan, baik yang telah ada di pasaran atau yang baru[2]. Tujuan produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menggunakan metode survei pasar[15]. *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage* adalah produk yang dikembangkan untuk mengoptimalkan fungsi dan inovasi dari produk lainnya untuk mengurangi sakit pinggang dan nyeri pada area perut dengan menggunakan energi panasnya.

Jika peneliti mengetahui faktor-faktor yang diukur dan harapan responden, maka kuesioner dapat menjadi alat yang berguna untuk mengumpulkan data [3]. Kuesioner terbagi menjadi dua kategori, kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka diberikan dalam bentuk paling sederhana, kemudian peserta memberikan jawabannya sesuai dengan keinginan. Kuesioner tertutup diberikan dalam bentuk yang memaksa peserta untuk menentukan jawaban yang sesuai dengan keinginan mereka sendiri dengan cara membuat tanda centang[4]. Sumber data penelitian sebenarnya adalah populasi yang disebut sebagai sampel. Untuk menghitung besar sampel, ada banyak cara, termasuk metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, serta rumus seperti nomogram Harry King, rumus Slovin, dan rumus Krejcie[5].

SPSS adalah bagian penting dari kategori proses analisis dan akses data. Ini menganalisis banyak jenis data dan memasukkan data ke editor data secara langsung[6]. Validitas yaitu pemeriksaan untuk mengetahui keakuratan alat ukur dalam mengukur sesuatu yang diukur[7].

Dilihat dari sudut pandang pengguna produk, analisis kinerja penting (IPA) adalah metode untuk menentukan karakteristik produk yang paling penting untuk pengembangan[8]. Metode ini dapat menampilkan informasi tentang komponen pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, dapat menunjukkan komponen pelayanan yang menurut pelanggan masih perlu untuk ditingkatkan lagi karena kondisi saat ini yang tidak memuaskan atau karena faktor-faktor tersebut dianggap tidak penting bagi mereka[9]. Metode ini meminta responden untuk menentukan relevansi setiap atribut dan kinerja perusahaan (persepsi kinerja) pada setiap atribut[10].

2. Metodologi Penelitian

Survei pasar dilakukan untuk berbagai tujuan penting, salah satunya yaitu mengetahui tingkat penerimaan pasar terhadap produk berkualitas tinggi yang dipasarkan untuk segmen dan target tertentu[11]. Metode yang digunakan yaitu:

2.1. Penetapan jumlah sampel

Perwakilan dari kelompok yang lebih kecil dapat digunakan sebagai representasi dari populasi (kelompok)[12]. Peneliti menentukan seberapa banyak sampel yang akan dipakai dengan rumus Slovin. Rumusnya yaitu:

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

$$n = \frac{40}{1 + 40 (0,5)^2} = 36,36 = 37$$

Di mana:

n = Sampel

N = Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian

2.2. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka yaitu kuesioner yang dibuat sederhana yang kemudian peserta dapat menjawab isian sesuai keinginan mereka[13]. Responden yang dituju adalah perempuan berumur 15-40 tahun. Responden berjumlah 37. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu rumus Slovin.

2.3. Kuesioner Tertutup

Kuesioner dengan jawaban yang sudah ada dan peserta hanya perlu memilih satu, disebut kuesioner tertutup[14]. Responden yang dituju ialah perempuan berumur 15-40 tahun dengan responden berjumlah 37 serta teknik *sampling* yang digunakan yaitu rumus Slovin.

2.4. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang menentukan kevalidan alat ukur. Rumus pada uji validitas ini yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \quad (2)$$

Di mana:

X : Jawaban responden per pertanyaan

Y : Jawaban pertanyaan per responden

N : Jumlah responden

R_{xy} : Koefisien *Product Moment*

2.5. Uji Reliabilitas

Salah satu cara untuk mengukur seberapa dapat diandalkan atau dipercaya suatu alat ukur yaitu dengan melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan tingkat konsisten alat ukur meskipun dilakukan pengukuran ulang. Alat ukur disebut reliabel apabila menunjukkan hasil yang konstan walaupun diukur berulang kali. Untuk uji reliabilitas ini, rumus berikut digunakan.

$$\sigma^2 = \frac{\Sigma x^2 - \frac{(\Sigma x)^2}{N}}{N} \quad (3)$$

Di mana:

n = Jumlah seluruh responden

x = Nilai skor yang dipilih

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan metode survei pasar ini berisi kuesioner tertutup dan terbuka, serta uji validitas dan reliabilitas khususnya:

3.1. Tabulasi Kuesioner terbuka

Kuesioner terbuka dirancang untuk mengumpulkan pertanyaan yang akan dimasukkan ke dalam atribut kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka disusun menjadi 10 pertanyaan dan diberikan kepada 37 responden. Responden diberi kebebasan dalam melakukan pengisian kuesioner.

Tabel 1. Atribut Kuesioner Terbuka

No.	Atribut	Modus
1	Warna	Hitam
2	Bahan	Katun
3	Ukuran Lingkar Pinggang	90-110 cm
4	Sumber Energi	Baterai
5	Jenis Kaitan	Perekat <i>Velcro</i>
6	Waktu Penggunaan	45 menit

No.	Atribut	Modus
7	Berat Produk	700 gram
8	Jenis Penghangat	Bantal isi Air
9	Jenis Alat Pijat	Getar
10	Jenis Aromaterapi	Lavender

3.2. Tabulasi Kuesioner Tertutup

Setelah hasil kuesioner terbuka dikumpulkan, kemudian dibuat kuesioner tertutup dari data yang telah dikumpulkan. Patokan pembuatan kuesioner tertutup ini ialah modus dari kuesioner terbuka, dan hasil pengolahan modus dikompilasi dalam bentuk kuesioner tertutup yang disesuaikan dengan skala interval sebagai skala penilaian. 37 responden telah disebarkan kuesioner ini. Atribut kuesioner tertutup terdapat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Atribut Kuesioner Tertutup

No.	Atribut		
	Primer	Sekunder	Tersier
1	Fungsi Utama	Warna	Hitam
		Bahan	Katun
		Ukuran Lingkar Pinggang	90-110 cm
		Sumber Energi	Baterai
		Jenis Kaitan	Perekat <i>Velcro</i>
		Waktu Penggunaan	45 menit
		Berat Produk	700 gram
2	Fungsi Tambahan	Jenis Penghangat	Bantal isi Air
		Jenis Alat Pijat	Getar
		Jenis Aromaterapi	Lavender

3.3. Hasil Uji Validitas

Korelasi momen produk ini digunakan dalam uji validitas yang menghasilkan seluruh data valid. Hasil uji validitas produk dengan syarat $R > 0,3246$ untuk valid. Pada validitas kinerja produk didapatkan data keseluruhan dengan nilai r terbesar pada ukuran lingkar pinggang produk yaitu 0,6852. Pada validitas harapan produk didapatkan data keseluruhan dengan nilai r terbesar pada jenis alat terapi yaitu 0,6224. Pada validitas produk Kelompok XIV didapatkan data keseluruhan dengan nilai r terbesar pada warna produk yaitu 0,6612. Hasil uji validitas terdapat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Atribut	R hitung	Keterangan
Warna	0,6612	Valid
Bahan	0,3413	Valid
Ukuran Lingkar Pinggang	0,6438	Valid
Sumber Energi	0,5452	Valid
Jenis Kaitan	0,3810	Valid
Waktu Penggunaan	0,6388	Valid
Berat	0,4554	Valid
Jenis Penghangat	0,4886	Valid
Jenis Alat Pijat Mini	0,6269	Valid
Jenis Aromaterapi	0,6438	Valid

3.4. Hasil Uji Reliabilitas

Dalam reliabilitas dilakukan perhitungan *varians* yang dimana masing-masing atribut menghasilkan data yang *reliable*. Data dinyatakan valid apabila koefisien *Alpha Croanbach* nya lebih besar dari 0,3246 pada harga r kritis $N = 37$ juga taraf signifikansi 5%. Pada kinerja produk didapatkan keseluruhan data *reliable* dengan r yaitu 0,8868. Pada harapan produk didapatkan keseluruhan data *reliable* dengan r yaitu 0,6374. Pada produk Kelompok XIV didapatkan keseluruhan data *reliable* dengan r yaitu 0,7424. Hasil uji reliabilitas produk Kelompok XIV terdapat dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Atribut	σ^2	Keterangan
Warna	1,8992	Reliable
Bahan	0,5522	Reliable
Ukuran Lingkar Pinggang	1,5018	Reliable
Sumber Energi	1,2462	Reliable
Jenis Kaitan	0,5332	Reliable
Waktu Penggunaan	0,7495	Reliable
Berat	0,5858	Reliable
Jenis Penghangat	1,3250	Reliable
Jenis Alat Pijat Mini	1,7268	Reliable
Jenis Aromaterapi	1,5018	Reliable

4. Kesimpulan

Kesimpulan didapat dari perempuan yang merasakan nyeri haid di Medan. *Non-probability sampling* dimanfaatkan peneliti sebagai teknik *sampling*. Ditentukan banyak sampel dengan rumus Slovin dan hasil menunjukkan responden yang diperlukan sebanyak 37 orang.

37 responden telah disebarkan kuesioner terbuka, kemudian dikumpulkan data dan didapat modus. Modus yang didapat yaitu korset berwarna hitam, korset terbuat dari bahan katun, dimensi korset yaitu lingkar pinggang 90-110 cm, sumber energi korset adalah baterai, model korset yaitu perekat pinggang menggunakan *velcro*, waktu pemakaian korset adalah 45 menit, berat korset 700 gram, serta fungsi tambahan seperti bantal penghangat pada bagian perut, alat pijat pada bagian pinggang, aromaterapi beraroma lavender.

37 responden telah disebarkan kuesioner tertutup dan mempunyai skala penilaian. Kemudian, peringkat ditentukan berdasarkan respon dari 37 responden. Hasil pemeringkatan yaitu peringkat 1 kepada produk *Menstrual Corset with Warm Pillow and Massage* kelompok XIV, peringkat 2 diberikan kepada produk pesaing I, peringkat 3 diberikan kepada produk pesaing II, dan peringkat 4 diberikan kepada produk pesaing III.

Pengujian data dilakukan dengan validitas dan reliabilitas. Maka diperoleh kesimpulan bahwa seluruh data yang didapatkan valid.

Nilai r kritis dengan $n=37$ juga tingkat kepercayaan 0,05 dihitung sebesar 0,3246 digunakan untuk reliabilitas. Menurut hasil yang didapat, disimpulkan konsistensi internal instrument tersebut *reliable*.

Menurut hasil penyebaran kuesioner, produk yang diinginkan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan spesifikasi, yaitu korset berwarna hitam, korset terbuat dari bahan katun, dimensi korset yaitu lingkar pinggang 90-110 cm, sumber energi korset adalah baterai, model korset yaitu perekat pinggang menggunakan *velcro*, waktu pemakaian korset adalah 45 menit, berat korset 700 gram, serta fungsi tambahan seperti bantal penghangat pada bagian perut, alat pijat pada bagian pinggang, aromaterapi beraroma lavender.

Referensi

- [1] P. Wajan, "Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan," vol. 2, pp. 127–130, 2015.
- [2] R. M. Pasaribu, H. D. Hutapea, and ..., "Pendampingan Umkm: Bagaimana Melakukan Riset Pasar," *Citra Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 65–71, 2022.
- [3] N. Shabrina, D. Darmadi, and R. Sari, "Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, vol. 3, no. 2, pp. 164–173, 2020.
- [4] M. F. Afriansyah, "Tingkat Kepuasan Members Fitness Terhadap Pelayanan di Tempat Kebugaran Balai Kesehatan Olahraga dan Pusat Informasi Pencegahan Penyakit Metabolik (Bkor-Pippm) Kabupaten Lumajang," *Jurnal Kesehatan Olahraga*, vol. 6, no. 2, pp. 370–377, 2016.
- [5] N. F. Amin, S. Garancang, K. Abunawas, M. Makassar, I. Negeri, and A. Makassar, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam

- Penelitian,” vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2023.
- [6] H. Janna, Nilda Miftahul & Herianto, “Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan Spss [Preprint]. Open Science Framework.,” no. 18210047, pp. 1–14, 2021.
- [7] E. Rosita, W. Hidayat, and W. Yuliani, “Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial,” *Fokus Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan*, vol. 4, no. 4, p. 279, 2021.
- [8] G. A. Immanuel and R. Setiawan, “Implementasi Metode Importance Performance Analysis untuk Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Akademik,” *Kurawal - Jurnal Teknologi, Informasi dan Industri*, vol. 3, no. 2, pp. 181–190, 2020.
- [9] A. Suhendra and D. Prasetyanto, “Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis,” *Rekaracana: Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, vol. 2, no. 2, pp. 59–70, 2016.
- [10] S. Destria, H. Setyo Rukmi, and S. Susanti, “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Minimarket Intimart dengan Menggunakan Metode Importance Performance Matrix,” *Reka Integra*, vol. 1, no. 4, pp. 259–268, 2014.
- [11] A. Junita, I. I. K. Hasbulla, and M. F. Azhmy, “Survei Pasar Online: Strategi Riset Pasar untuk Mengembangkan Usaha Mikro Wanita di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 26, no. 4, p. 205, 2020.
- [12] R. Hardianto *et al.*, “Analisa Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Perkuliahan Daring pada Era Pandemi Covid-19,” *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 130–142, 2015.
- [13] M. B. K. Lumajang, S.-P. Kesehatan, F. I. Keolahragaan, and I. H. M. S, “Tingkat Kepuasan Member Fitness Terhadap Pelayanan di Tempat Kebugaran Balai Kesehatan Olahraga dan Pusat Informasi Pencegahan Penyakit Metaboli (Bokr-Pipm) Kabupaten Lumajang,” vol. 06, no. 2, 2016.
- [14] D. Damayani, “Sihapes (Sistem Informasi Hasil Penilaian Siswa) Bagi Sekolah Menengah Pertama di Smp Negeri 7 Semarang,” *Edu Komputika Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 52–62, 2014.
- [15] R. Utami and S. Atmojo, “Implementasi Metode Importance-Performance Matrix untuk Evaluasi dan Peningkatan Pelayanan Jasa Care Cleaners,” *Kinetik: Game Technology, Information System, Computer Network, Computing, Electronics, and Control*, vol. 2, no. 3, pp. 235–242, 2017.