



PAPER – OPEN ACCESS

Pengembangan Produk E-Fold Whisktula (Electrical Foldable Whisk Spatula) dengan Menggunakan Metode Survei Pasar

Author : Alya Zhafira Nasution, dkk
DOI : 10.32734/ee.v8i1.2583
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 8 Issue 1 – 2025 TALENTA Conference Series: Energy & 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 *E-Fold Whisktula (Electrical Foldable Whisk Spatula)* dengan Menggunakan Metode Survei Pasar

Alya Zhafira Nasution^{a*}, Cut Tari Shavira^b, Hazira Salsabila Arzli^c, Anang Mutawalli^d

^aProgram Studi Teknik Industri, Universitas Sumatera Utara, Jln. Dr. T. Mansyur No.9 Padang Bulan, Medan, 21055, Indonesia

^bProgram Studi Manajemen, Universitas Sumatera Utara, Jln. Dr. T. Mansyur No.9 Padang Bulan, Medan, 21055, Indonesia

^cProgram Studi Sastra Arab, Universitas Sumatera Utara, Jln. Dr. T. Mansyur No.9 Padang Bulan, Medan, 21055, Indonesia

^dProgram Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Negeri Medan, Jln. William Iskandar Ps. V Kenangan Baru, Medan, 20221, Indonesia
alyazhafiranst07@gmail.com, cuttarishavira@gmail.com, mintziraa@gmail.com, mutawalianang@gmail.com

Abstrak

E-Fold Whisktula (Electrical Foldable Whisk Spatula) atau spatula dan pengaduk adonan elektrik yang dapat dilipat. Produk ini merupakan alat dapur yang dapat digunakan untuk mengaduk adonan martabak dan adonan lainnya. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai spatula yang berfungsi untuk mengangkat martabak atau masakan lainnya. Survei pasar adalah untuk mencari tahu seberapa besar target pasar, untuk menyesuaikan seluruh aktivitas pemasaran serta menentukan hal apa saja yang menjadi prioritas target pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang disurvei dengan menggunakan teknik sampling dan memperoleh data melalui kuesioner sehingga dapat menentukan spesifikasi produk yang dibutuhkan. Pengujian data hasil kuesioner dilakukan melalui uji *validitas* dan *reliabilitas* guna mengidentifikasi tingkat skor serta konsistensi data yang diperoleh. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Harry King*. Adapun target pasar yang dipilih yaitu Medan Tembung, Kota Medan. Sedangkan usia yang dipakai adalah rentang usia 18-63 tahun dan berasal dari kelas sosial ekonomi kebawah. Produk *E-Fold Whisktula* terdapat pada kuadran B yang berarti menunjukkan tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi, Produk pesaing I dan II terdapat pada kuadran C, menunjukkan produk memiliki utilitas rendah namun performansi tinggi. Sementara itu, produk pesaing III terdapat pada kuadran D, dengan utilitas dan performansi sama-sama rendah.

Kata Kunci: Kuesioner; Survei Pasar; Whisk.

Abstract

E-Fold Whisktula (Electrical Foldable Whisk Spatula) is a foldable electric whisk and spatula. This product is a kitchen tool designed for mixing martabak batter and other types of dough. Additionally, it functions as a spatula for lifting martabak or other cooked foods. The market survey aims to identify the size of the target market, align all marketing activities accordingly, and determine the key priorities of the target market. The objective of this study is to determine the sample size from the surveyed population using a sampling technique and to collect data questionnaires, in order to define the required product specifications. The data collected from the questionnaires were tested for validity and reliability to assess the accuracy and consistency of the responses. The sample size was determined using the *Harry King* method. The selected target market is Medan Tembung, Medan City, with respondents aged between 18 to 63 years old, primarily from lower socioeconomic classes. Product *E-Fold Whisktula* is positioned in Quadrant B, indicating a high level of utility (performance) and high expectations (desirability). Competitor Products I and II are in Quadrant C, meaning they have low utility but high performance. Meanwhile, Competitor Product III is positioned in Quadrant D, representing both low utility and low performance.

Keywords: Market Survey; Questionnaire; Whisk.

1. Pendahuluan

Sekarang ini banyak industri yang bermunculan dan industri-industri tersebut masih banyak menggunakan mesin konstruksi dengan sistem manual dalam pengoperasiannya. Seiring dengan berkembangnya teknologi industri dan kejelian masyarakat. Saat ini masih banyak UMKM yang mengandalkan tenaga manusia dalam memproduksi barang dagangannya. Di industri makanan seperti mertabak manis dan *crepes*, masih banyak yang menggunakan tenaga manusia untuk mengaduk adonan dalam proses produksi, Hal ini menyebabkan pengadukan menjadi kurang konsisten, sehingga menurunkan kualitas dan efisiensi waktu. Selain itu dalam proses pembuatannya juga membutuhkan alat masak lain seperti spatula [1]. Oleh karena itu dibuat produk pengaduk adonan yang memiliki banyak fitur sehingga dapat mempermudah penggunaanya seperti fitur pengatur kecepatan, dan timer.

Saat ini, pertumbuhan industri terjadi dengan pesat, mendorong pelaku usaha dari berbagai skala untuk berpikir lebih inovatif demi memperkuat daya saing. Salah satu usaha yang dapat diterapkan adalah melakukan pembaruan atau inovasi terhadap produk yang telah beredar di pasar, serta melakukan penelitian atau survei pasar untuk mengetahui minat pelanggan dengan produk yang ditawarkan. Saat ini, banyak industri baru yang muncul dan menjual barang berkualitas. Pemasaran adalah proses dalam memenuhi permintaan serta harapan konsumen dengan cara yang menguntungkan kedua pihak yaitu produsen dan pelanggan. Proses pemasaran diawali dari penetapan tujuan yang ingin dicapai dan merumuskan proposisi nilai yang akan dilayani sebaik mungkin oleh organisasi dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen [2]. Jika sebuah perusahaan ingin bertahan, baik produk maupun jasa, mereka harus berfokus pada pemasaran karena pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen.[3].

Survei pasar adalah strategi pemasaran yang biasanya diterapkan perusahaan sebelum menjual produk baru. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui keinginan pasar sasaran produk terhadap produk yang dijual [4]. Sehingga diterapkan strategi pemasaran sebagai sarana utama untuk mencapai tujuan perusahaan atau institusi pendidikan, dengan cara membangun keunggulan bersaing dalam menjangkau pasar yang dituju[5]. Strategi pemasaran merupakan alat utama untuk meraih tujuan perusahaan dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif dalam memenuhi kebutuhan target pasar.[6]. Strategi pemasaran yang tepat merupakan cara bersaing dalam produksi barang dan jasa, metode pemasaran yang efektif diperlukan untuk menarik perhatian pelanggan. Strategi pemasaran memiliki tujuan, sasaran, dan aturan yang menjadi pedoman upaya pemasaran dalam menyikapi kondisi persaingan yang dapat berubah sewaktu-waktu [7].

Tujuan utama dari melakukan survei pasar adalah untuk mengurangi ketidakpastian di pasar dan memperkecil kesalahan saat mengambil keputusan. Survei pasar menjadi dasar dalam merancang strategi dan langkah pemasaran dengan dukungan data yang akurat, relevan, terpercaya, objektif, dan tepat waktu, serta mendukung perusahaan dalam menjalankan pemasaran yang efektif [8]. Dalam strategi pemasaran, terdapat empat komponen utama yaitu: Produk, harga, tempat, dan promosi yang mana elemen-elemen tersebut sangat mempengaruhi pemasaran sebuah produk [9].

Sebuah survei pasar dilakukan kepada UMKM penjual mertabak dengan metode penyebaran kuesioner kepada konsumen secara bertahap cara menyebarkan kuesioner. Dalam pengumpulan data, kuesioner digunakan untuk mengetahui pandangan, kepercayaan, perilaku, serta ciri-ciri individu tertentu yang memiliki keterkaitan atau terdampak oleh sistem yang sedang dirancang maupun yang sudah diterapkan. Adapun kuesioner yang disebarkan secara bertahap kepada konsumen yaitu kuesioner terbuka dan tertutup [10]. Kuesioner terbuka berfungsi sebagai langkah awal untuk merumuskan struktur pertanyaan yang akan menjadi bagian dari kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup digunakan untuk mendapatkan jawaban yang paling sering dipilih oleh responden (modus). Modus data tersebut selanjutnya diolah dan dirumuskan ulang ke dalam bentuk kuesioner tertutup yang dikembangkan serta diselaraskan dengan aspek kualitas layanan sebagai variabel penelitian, menggunakan skala interval untuk penilaiannya. [11].

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner selanjutnya akan diuji melalui *validitas* dan *reliabilitas*. Uji *validitas* merupakan proses pengujian terhadap isi suatu instrumen untuk menentukan tingkat keakuratan instrumen yang dipakai dalam penelitian. [12]. Uji *reliabilitas* berguna untuk menentukan sejauh mana suatu kuesioner dapat diandalkan dalam mengukur variabel penelitian, bahkan ketika kuesioner yang sama yang digunakan oleh peneliti diberikan berulang kali [13]. Adapun hasil dari rekap uji *validitas* dan *reliabilitas* akan melakukan pengujian ulang dengan menggunakan *software* SPSS. Pengambilan sampel pada produk E-Fold Whisktula diterapkan melalui pendekatan *simple random sampling*, yakni suatu teknik probabilistik yang menjamin setiap anggota populasi memiliki peluang yang setara untuk dipilih sebagai responden dalam penelitian. Setelah menyelesaikan riset pasar dengan menyebarkan kuesioner, langkah selanjutnya adalah merumuskan strategi pemasaran yang terdiri dari tiga yaitu *segmentation*, *targetting* dan *positioning*. *Segmentation* merupakan upaya mengelompokkan konsumen menurut kebutuhan atau aktivitasnya untuk membagi pasar heterogen yang terdiri dari produk menjadi unit yang homogen. *Segmentation* pada produk *E-Fold Whisktula* adalah UMKM penjual martabak mini, *waffle*, dan *crepes*, seperti toko Martabak Mini Medan, *Egg Waffle*, dan *MV Crepes*, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan. *Targetting* adalah identifikasi kelompok pembeli dengan kesamaan kebutuhan atau karakteristik, yang ingin dipenuhi oleh perusahaan. Tahap ini melakukan pengelompokan yang lebih kecil dibandingkan hasil segmentasi yang ada. Segmen yang dianggap potensial atau menjadi target pasar (*targetting*) untuk penjualan *E-Fold Whisktula* yaitu alamat Medan Tembung, Kota Medan, usia responden kisaran 18-63 tahun, dan dengan kelas sosial ekonomi kebawah. Dan *positioning* mengacu pada tindakan perusahaan merancang produk dan bauran pemasaran sedemikian rupa sehingga konsumen dapat secara konsisten menciptakan kesan yang diinginkan [14]. *Positioning* produk *E-Fold Whisktula* dilakukan dengan mengidentifikasi target pasar dan menentukan keunggulan produk, antara lain keterjangkauan, penggunaan yang mudah dipahami, desain kompak, dan fitur tambahan yang hebat. Sehingga produk dapat mencapai tujuan *positioning*-nya, yang dirancang untuk memberikan kesan tertentu pada konsumen [15]. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar *E-Fold Whisktula* dapat dirancang sesuai dengan keputusan dalam mencari solusi dari permasalahan mengaduk adonan yaitu memiliki *timer*, memiliki pengatur kecepatan dan whisk yang dapat dijadikan spatula yang mempermudah pengguna dalam efisiensi waktu dan tempat agar produk dapat menarik perhatian pembeli dari segi bentuk, fungsi utama, dan fungsi tambahan pada *E-Fold Whisktula* serta dapat dipasarkan dengan tepat.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian menguraikan serangkaian tahapan yang dibutuhkan untuk memastikan kelancaran proses penelitian dan dapat sejalan dengan tujuan yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan, yaitu:

- Perhitungan Sampel

Dalam penelitian, hal yang penting untuk diperhatikan adalah penguraian secara analisis kuantitatif beserta penyelesaiannya yaitu ukuran sampel atau total sampel. *Simple random sampling* digunakan dalam menentukan sampel, dimana terdapat peluang ataupun kesempatan yang sama besarnya pada masing-masing elemen untuk diambil menjadi bagian dari sampel [16]. Dalam penelitian ini, jumlah anggota suatu populasi sebanyak 40 orang. Penetapan populasi suatu pengamatan dihitung dengan metode *Nomogram Harry King*, dengan rumus:

$$n = N \times R \times \text{Faktor Pengali} \quad (1)$$

Keterangan: n = jumlah anggotan sampel
 R = besarnya *ratio* (%)

N = total jumlah populasi

- Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengevaluasi isi suatu instrumen guna menilai sejauh mana instrumen tersebut tepat digunakan dalam penelitian. Dalam konteks pengembangan model pembelajaran berbasis multimedia, uji ini bertujuan menilai kelayakan e-media sebagai media pembelajaran, sehingga dapat diketahui tingkat keakuratan dan kesesuaiannya [17]. Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut.

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

Keterangan:

X = Jumlah jawaban seluruh responden per pertanyaan
 Y = Jumlah jawaban seluruh pertanyaan per responden
 N = Jumlah seluruh responden
 r_{xy} = Koefisien *product moment*

- Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk menentukan konsistensi pada instrumen. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa instrumen yang digunakan bersifat andal, konsisten, stabil, dan dapat dipercaya, sehingga menghasilkan data yang sama jika digunakan berulang kali. Adapun rumus dari metode *E-Fold Whisktula* adalah sebagai berikut.

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (3)$$

Keterangan:

X = Jumlah jawaban seluruh responden per pertanyaan
 N = Total responden
 σ^2 = *Varians*

- Importance Diagram and Performance Matrix

Matriks Importance Performance adalah plot data dari indeks kinerja, tingkat kepentingan, dan kepuasan yang menunjukkan sebaran variabel dalam diagram kartesius, di mana setiap kuadran memiliki makna berbeda. Variabel-variabel yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan. Melalui *Importance Performance Matrix*, dapat diidentifikasi atribut kualitas pelayanan berdasarkan kombinasi tingkat kepentingan dan kepuasan: tinggi–tinggi, tinggi–rendah, rendah–tinggi, serta rendah–rendah. Atribut yang harus diprioritaskan untuk perbaikan adalah yang tergolong memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi menunjukkan tingkat kepuasa yang rendah. [18].

3. Hasil dan Pembahasan

- Tabulasi Kuesioner Terbuka

Rekapitulasi setiap data untuk masing-masing atribut *E-Fold Whisktula* dari hasil pembagian kuisisioner terbuka dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Modus Kuesioner Terbuka

No.	Atribut	Modus
1.	Warna <i>Whisk</i>	<i>Pink</i>
2.	Ukuran <i>Whisk</i>	20 cm
3.	Ukuran <i>Timer</i>	2 x 4 cm
4.	Panjang Kabel	1 meter
5.	Ukuran Pengatur Kecepatan	1 x 4 cm
6.	Berat <i>Whisk</i>	0,5 kg
7.	Bahan <i>Whisk</i>	Plastik dan Silikon
8.	Fitur Mengatur Waktu	<i>Timer</i>
9.	Fitur Mengatur Kecepatan	Pengatur Kecepatan
10.	Alat Tambahan	2 in 1

- Tabulasi Kuesioner Tertutup

Hasil kuesioner tertutup menunjukkan modus dari setiap jawaban responden terhadap setiap atribut produk *E-Fold Whisktula* dan produk pesaing. Hasil pengumpulan data dari kuesioner *E-Fold Whisktula* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Nilai Modus pada Kuesioner Tertutup

No.	Kriteria			Tingkat Kepentingan			
	Primer	Sekunder	Tersier	Produk <i>E-Fold Whisktula</i>	Pesaing 1	Pesaing 2	Pesaing 3
1	Desain	Warna <i>Whisk</i>	<i>Pink</i>	4	4	3	4
		Ukuran <i>Whisk</i>	20 cm	3	2	3	3
		Ukuran <i>Timer</i>	2 x 4 cm	3	2	3	2
		Panjang Kabel	1 meter	4	3	3	3
		Ukuran Pengatur Kecepatan	1 x 4 cm	3	3	2	3
		Berat <i>Whisk</i>	0,5 kg	5	3	3	3
		Bahan <i>Whisk</i>	Plastik dan Silikon	5	2	3	3
2		Fitur Mengatur Waktu	<i>Timer</i>	4	3	3	3

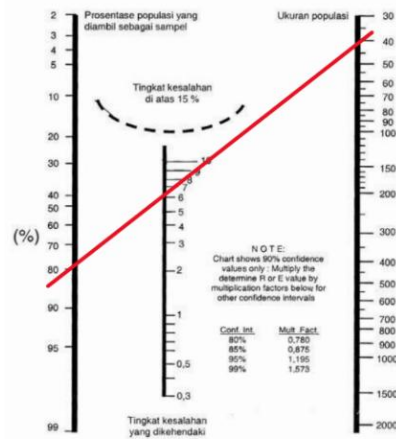
Fungsi Tambahan	Fitur Mengatur Kecepatan	Pengatur Kecepatan	3	3	2	4
	Alat Tambahan	2 in 1	5	3	3	3

- Hasil Perhitungan Sampel

Jumlah populasi penelitian adalah 40, dengan tingkat kepercayaan 95 persen atau tingkat kesalahan 5%. maka faktor pengalinya adalah 1,195. Sehingga, didapatkan dengan menggunakan rumus Metode *Harry king* sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 n &= N \times R \times \text{Faktor pengali} \\
 n &= 40 \times 80\% \times 1,195 \\
 n &= 38,24 \approx 39 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Maka, diperoleh jumlah sampel sebanyak 39 orang. Penentuan jumlah sampel dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tabel *Nomogram Harry King*

- Hasil Uji Validitas

Perhitungan uji validitas terhadap *E-Fold Whisktula*.

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{(39 \times 5760) - (157)(1413)}{\sqrt{[(39 \times 5760) - (157)^2][(39 \times 51925) - (1413)^2]}} \\
 r_{xy} &= 0,4623
 \end{aligned}$$

Hasil analisis validitas untuk setiap atribut *E-Fold Whisktula* pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Validitas Atribut *E-Fold Whisktula*

Atribut	Rhitung	Kesimpulan
Warna Whisk	0,4486	<i>Valid</i>
Ukuran Whisk	0,5717	<i>Valid</i>
Ukuran timer	0,3222	<i>Valid</i>
Panjang kabel	0,5152	<i>Valid</i>
Ukuran pengatur kecepatan	0,4655	<i>Valid</i>
Berat Whisk	0,3383	<i>Valid</i>
Bahan Whisk	0,3716	<i>Valid</i>
Whisk	0,3852	<i>Valid</i>
Pengatur kecepatan	0,3713	<i>Valid</i>
Whisk spatula	0,4316	<i>Valid</i>

- Hasil Uji Realibilitas

Perhitungan uji reliabilitas terhadap pertanyaan pertama terkait warna *E-Fold Whisktula*.

$$\sigma_{x1}^2 = \frac{502 - \frac{134^2}{39}}{39} = 1,0664$$

Tabel 4. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas *E-Fold Whisktula*

Atribut	σ_{x1}^2 Hitung
Warna <i>Whisk</i>	1,0664
Ukuran <i>Whisk</i>	1,0427
Ukuran <i>timer</i>	1,0427
Panjang kabel	1,0112
Ukuran pengatur kecepatan	1,0427
Berat <i>Whisk</i>	1,4254
Bahan <i>Whisk</i>	1,1256
<i>Timer</i>	0,9165
Pengatur kecepatan	1,3702
<i>Whisk</i> spatula	1,4727
Jumlah	11,5161

Perhitungan di atas menunjukkan bahwa data tersebut dapat dipercaya atau *reliable*, karena nilai koefisien reliabilitas hasil perhitungan melebihi nilai r_{kritis} yaitu sebesar 0,3160 ($0,4777 > 0,3160$).

Hasil perhitungan realibilitas untuk semua atribut *E-Fold Whisktula* dapat dilihat pada Tabel 5.

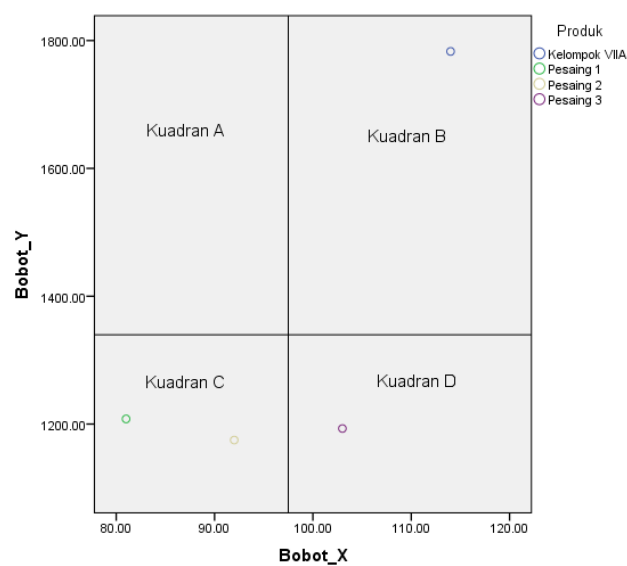
Tabel 5. Atribut *E-Fold Whisktula* Terhadap Pengujian Reliabilitas

Atribut	Rkritis	Rhitung	Keterangan
Produk <i>E-Fold Whisktula</i>	0,3160	0,4777	Realabel

Pesaing I	0,3160	0,5013	Realiablel
Pesaing II	0,3160	0,4165	Realiablel
Pesaing III	0,3160	0,3593	Realiablel
Kinerja	0,3160	0,3940	Realiablel
Harapan	0,3160	0,3724	Realiablel

- *Importance Diagram and Performance Matrix*

Peta posisi produk *E-Fold Whisktula* beserta pesaing-pesaingnya dengan bantuan *software* SPSS dapat dilihat pada Gambar 2.

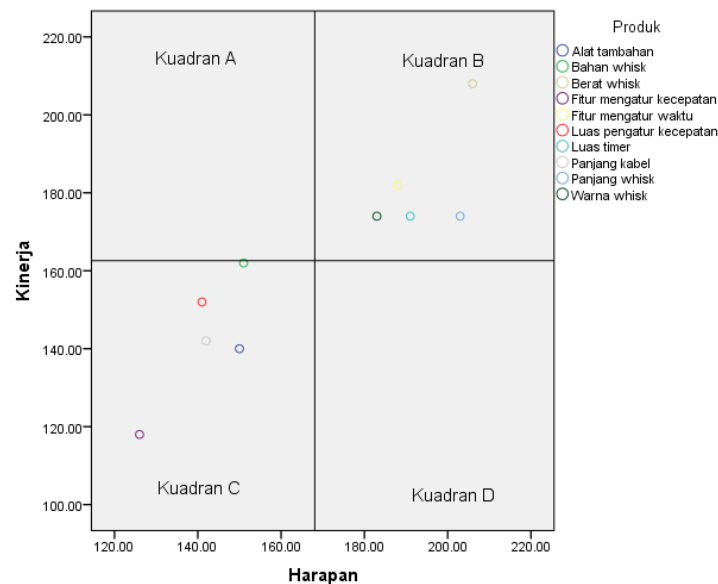


Gambar 2. Peta Posisi Produk *E-Fold Whisktula*

Analisis peta posisi produk *E-Fold Whisktula* adalah sebagai berikut.

- Produk *E-Fold Whisktula* berada di kuadran B, yang menunjukkan tingginya tingkat utilitas (kinerja) dan performansi (harapan) yang dicapai. Atribut ini sesuai dengan keinginan pelanggan dan mampu memberikan kepuasan.
- Pesaing I dan II terdapat di kuadran C, yang berarti memiliki utilitas rendah namun performansi tinggi.
- Pesaing III berada di kuadran D, menunjukkan utilitas dan performansi yang sama-sama rendah.

Peta posisi produk *E-Fold Whisktula* untuk setiap atribut seperti pada Gambar 3.

Gambar 3. Peta Posisi Atribut *E-Fold Whisktula*

Analisis peta posisi atribut produk adalah sebagai berikut.

- Kuadran A (prioritas utama) atau *attributes to improve* mencakup elemen-elemen yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi belum mampu memenuhi ekspektasi mereka, sehingga tingkat kepuasannya masih rendah..
- Kuadran B (kinerja dipertahankan) berisi atribut-atribut yang telah memenuhi harapan pelanggan dan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi. Atribut meliputi: berat whisk, fitur pengatur waktu, luas *timer*, warna, dan panjang whisk.
- Kuadran C (prioritas rendah) atau *attributes to maintain* mencakup atribut yang dinilai kurang penting oleh pelanggan dan memiliki kinerja yang biasa saja. Atribut meliputi: bahan, luas pengatur kecepatan, panjang kabel, alat tambahan, dan fitur pengatur kecepatan.
- Kuadran D (pelayanan berlebihan) atau *main priority* mencakup aspek-aspek yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun dirasakan terlalu berlebihan, di mana harapan terhadap atribut ini hampir terpenuhi dibandingkan variabel lainnya.

4. Kesimpulan

Strategi pemasaran diterapkan dengan cara memilih lokasi konsumen yang dekat dengan lokasi produksi yaitu dengan alamat Medan Tembung, Kota Medan, responden yang dipilih berusia 18 hingga 63 tahun dengan kelas sosial ekonomi bawah. Sampel diambil menggunakan metode *Harry King*, dan berdasarkan hasil perhitungannya, didapatkan sebanyak 39 responden dari total populasi yang berjumlah 40 orang. Setelah dilakukan survei pasar maka hasil atribut yang terpilih untuk produk *E-Fold Whisktula* yaitu, whisk berwarna pink, ukuran whisk 20 cm, ukuran

luas timer 2 cm × 4 cm, panjang kabel 1 m, ukuran luas pengatur kecepatan 1 cm × 4 cm, berat whisk 500 gram, bahan whisk silikon dan plastik, memiliki fitur untuk *timer*, memiliki fitur pengatur kecepatan, whisk bisa menjadi spatula. Dan hasil uji validitas dan realibilitas menyatakan bahwa data valid dan reliable atau dapat dipercaya. Peta posisi produk dapat membantu mengetahui bagaimana pelanggan melihat posisi suatu produk. Produk *E-Fold Whisktula* berada di kuadran B (Kuadran II) Berdasarkan setiap kriteria yang menunjukkan tingkat utilitas (kinerja) dan kinerja (harapan) yang tinggi. Dalam kuadran ini, atribut yang paling diinginkan dan mampu memuaskan pelanggan. Kuadran III menggambarkan produk pesaing I dan II, yang masing-masing menunjukkan utilitas rendah tetapi kinerja tinggi. Sementara itu, produk pesaing III terdapat pada Kuadran D (Kuadran IV), yang menunjukkan utilitas dan kinerja yang sama-sama rendah.

Referensi

- [1] B. Artono, D. N. Prakoso, T. A. widya Lestari, and N. Setyo Putro, "Sistem Monitoring Mesin Pengaduk Adonan Roti Otomatis Berbasis Internet of Things (IoT)," *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [2] S. R. Nurani, "Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 2, no. 2, 2015.
- [3] D. N. S. Rambe and N. Aslami, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [4] A. Diocta, T. Bangun, M. Devin, and N. C. Purba, "Survei Pasar Perancangan Smart Seizure Detection Kit (The Market Survey of Smart Seizure Detection Kit Design)," *TALENTA Conference Series*, vol. 5, no. 2, 2022.
- [5] A. dkk Junnita, "Survei Pasar Online: Strategi Riset Pasar Untuk Mengembangkan Usaha Mikro Wanita di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan," *Jurnal Ilmiah*, vol. 3, no. 1, 2020.
- [6] M. Dayat, "Strategi Pemasaran DAN Optimasi Baruan Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan," *Jurnal Mu'allim*, vol. 1, no. 2, 2019.
- [7] Hardandi, "Penerapan Metode Survei Pasar pada Pembuatan Sikat Gigi Elektrik Biodegradable," *TALENTA Conference Series*, vol. 6, no. 1, 2021.
- [8] A. Nabilla, "Pengembangan Produk Resistance Band dengan Survei Pasar," *TALENTA Conference Series*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [9] C. Suharto *et al.*, "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran," *Nirmana*, vol. 2, no. 1, 2000.
- [10] M. Faiz, I. Arief, L. Nugraha, and H. S. Firdaus, "Visualisasi Peta Fasilitas Penunjang Wisata Religi Kabupaten Demak Menggunakan Aplikasi Carrymap (Studi Kasus Masjid Agung Demak Dan Makam Kadilangu)," *Jurnal Geodesi Undip Oktober*, vol. 6, no. 4, 2017.
- [11] J. Sistem Teknik Industri and C. Fajri Hasibuan, "Perancangan Shelter Bus Mebidang Dengan Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)," *Jurnal Sistem Teknik Industri (JSTI)*, vol. 22, no. 1, 2020.
- [12] A. dan H. Arsi, "Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS Dosen Pembimbing :Herianto 2 Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia," *Jurnal Ilmiah*, vol. 3, no. 2, 2019.
- [13] R. Al Hakim, I. Mustika, and W. Yuliani, "Validitas dan Realibilitas Angket Motivasi Berprestasi," *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, 2021.
- [14] S. Lavianto, "Analisis STP (Segmentation, Targetting, Positioning) Pada Lembaga Pendidikan XYZ," *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains*, vol. 4, no.1, 2022.
- [15] R. Yuliana, "Analisis Strategi Pemasara Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang," *Jurnal STIE Semarang*, vol. 5, no. 2, 2013.
- [16] D. Mario and J. Sipayung, "TALENTA Conference Series: Energy & Engineering Pengembangan Produk 3D Printer dengan Survei Pasar," *TALENTA, Conference Serien, Energi & Engineering*, vol. 5, no. 1, 2022.
- [17] N. Izar, "Uji Validitas dan Reliabilitas Paket Multimedia Interaktif," *Jurnal Ilmu Komputer*, vol. 4, no. 1, 2018.
- [18] M. R. Utama, "Usulan Peningkatan Pelayanan Kepuasan Layanan Dengan Metode Importance Performance (IPM)," *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, vol. 4, no. 2, 2014.