

PERANAN RISET PASAR DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PEMASARAN PRODUK PERUSAHAAN WAJAN

Oleh,
Siti Rani Nurani

Alumni Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
email: siti.rani.fe@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada Peranan Riset Pasar dan Desain Produk terhadap Pemasaran Produk (Suatu Studi pada Perusahaan Bintang Wajan Ciamis). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sedangkan desain yang digunakan adalah desain penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa riset pasar dan desain produk berperan positif terhadap pemasaran produk, itu terlihat dari terus meningkatnya barang yang terjual setiap tahunnya. Diharapkan Perusahaan Bintang Wajan dapat mempertahankan keadaan tersebut dan selalu memperbaharui riset pasar dan desain produknya supaya mengikuti tren yang ada dan terus diminati konsumennya.

Keywords: *Riset Pasar, Desain Produk dan Pemasaran Produk*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia industri yang sangat pesat menuntut para pengusaha baik industri kecil, industri menengah maupun industri besar untuk semakin kreatif dalam meningkatkan daya saing dengan para kompetitornya. Beberapa di antaranya adalah dengan melakukan inovasi terhadap produk yang dipasarkan serta melakukan riset pasar terlebih dahulu agar dapat mengetahui minat konsumen terhadap produk tersebut. Saat ini industri baru pun banyak bermunculan dengan menawarkan produk-produk unggulannya.

Menurut Apri Budianto dalam buku Manajemen Pemasaran (2013:4) pemasaran adalah “bagaimana memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara yang menguntungkan baik bagi konsumen maupun bagi produsen”. Jadi Pemasaran menyangkut semua usaha menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Pemasaran dimulai dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, memutuskan tujuan pemasaran yang dapat dilayani organisasi dengan baik dan mengembangkan proposisi nilai. Bagi produsen, keuntungannya adalah laba yang optimal untuk kelangsungan perusahaan sertapencapaian

tujuan perusahaan lainnya. Sedangkan bagi konsumen, keuntungantersebut berupa kepuasan atas terpenuhinya kebutuhan dan keinginan mereka.

Riset pasar adalah proses 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 (Malhotra, 2005). Perusahaan perlu melakukan riset pasar saat akan memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Riset pasar juga menghindarkan perusahaan dari risiko produk tidak laku (Doman, 1997). Sebuah riset pasar harus mempunyai tujuan yang jelas sehingga fokus kepada hal-hal yang harus dicari.

Perusahaan Bintang Wajan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang usaha daur ulang peleburan aluminium. Produk perusahaan ini adalah berupa wajan atau penggorengan, yaitu wajan dengan beberapa variasi bentuk. Perusahaan Bintang Wajan sebagai perusahaan yang belum lama berdiri, melihat adanya peluang untuk mengembangkan variasi wajan yang sangat ceper dinilai memiliki potensi pasar yang baik sehingga

dibutuhkan riset untuk melihat potensi tersebut. Riset pasar dilakukan sebelum wajan tersebut diproduksi, untuk menilai seberapa besar minat pasar terhadap ide pengembangan produk oleh Perusahaan Bintang Wajan yang akan memproduksi wajan cekung.

Di samping riset pasar, sebuah perusahaan harus selalu menyesuaikan desain produk mereka dengan selera dan keinginan calon konsumen, hal ini karena desain merupakan suatu unsur produk yang dapat dilihat dan dinilai oleh konsumen secara langsung, dan melalui desain produk yang menarik, diharapkan pada saat itu juga dapat mengembangkan pemasaran produk tersebut. Perusahaan akan selalu berlomba-lomba untuk menghasilkan produk terbaik dan sesuai dengan harapan konsumen.

Pada saat ini calon konsumen memiliki pola pikir yang semakin dinamis dan semakin selektif dalam melakukan evaluasi alternatif produk yang ada. Desain produk wajan yang dapat dilihat secara langsung oleh calon konsumen sangat mempengaruhi minat beli mereka, dimana para calon konsumen sangat mengharapkan suatu desain yang sesuai dengan harapan dan keinginan mereka.

Secara umum sebagian besar calon konsumen menyukai desain produk yang cekung. Untuk saat ini pangsa Pasar di kuasai oleh wajan dari Perusahaan Bunga Matahari karena bentuknya yang standar dan mulus menambah kualitas wajan tersebut menjadi alasan konsumen meminatinya. Sedangkan penilaian calon konsumen terhadap desain produk Perusahaan Bintang Wajan, dianggap kurang menarik dan terkesan menjadi pengekor dari produk Perusahaan Bunga Matahari, calon konsumen juga menilai wajan yang dibuat oleh Perusahaan Bintang Wajan belum memiliki ciri khas, kurang mulus permukaannya dan kurang tebal.

Desain produk merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh produsen dalam menciptakan sebuah produk, karena desain produk dapat membentuk citra atau pengenalan pada suatu produk sehingga dapat menjadi ciri khas pada produk tersebut yang pada akhirnya dapat membedakan dengan produk-produk sejenis merek lain dari pesaing. Desain produk berhubungan dengan bentuk dan fungsi, desain mengenai bentuk berhubungan dengan perencanaan dan penampilan dari produk tersebut, sedangkan desain mengenai fungsi berhubungan dengan bagaimana produk tersebut dapat digunakan. Salah satu fungsi manajemen terpenting dalam sebuah perusahaan adalah menjamin bahwa masukan-masukan informasi yang diterima oleh perusahaan mampu diolah secara optimal sehingga dapat diproduksi sebuah produk yang memenuhi harapan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2000) yang mendefinisikan desain atau rancangan

produk sebagai totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

Desain pada sebuah produk merupakan faktor pembeda dari suatu produk terhadap pesaingnya, dimana konsumen dapat secara langsung melihat bentuk dari suatu produk dan melakukan penilaian. Desain produk selain berfungsi sebagai daya tarik produk yang mempengaruhi minat beli konsumen, juga berfungsi untuk mendukung kinerja dari produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan memberi keunggulan bersaing yang kuat dipasar sasaran. Desain yang baik adalah desain yang menyenangkan untuk dilihat, mudah untuk digunakan, mudah diperbaiki, mudah dibuang atau dijual kembali dan tidak mahal.

Berdasar uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana riset pasar dan desain produk, berperan terhadap pemasaran produk wajan di perusahaan Bintang Wajan. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : "Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Wajan (Studi Kasus Di Perusahaan Bintang Wajan)".

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana riset pasar yang dilakukan pada Perusahaan Bintang Wajan?
2. Bagaimana desain produk wajan di Perusahaan Bintang Wajan ?
3. Bagaimana peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk ?

II. METODOLOGI

2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Sifat penelitian usulan penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengertian Penelitian deskriptif menurut sugiyono (2012:3) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Desain penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah desain penelitian kualitatif. Sugiyono (2014:38) adalah sebagai berikut : "Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat

kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.”

2. 2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah data internal yang didapat dari perusahaan Perusahan Bintang Wajan yang berupa informasi gambaran umum mengenai perusahaan dan data jumlah karyawan.

Alat pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yakni Wawancara dan Studi Kepustakaan.

2. 3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif. Adapun langkah – langkah yang digunakan dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa secara deskriptif variabel independen yaitu riset pasar dan desain produk yang dilakukan Perusahan Bintang Wajan.
2. Menganalisa secara deskriptif variabel dependen yaitu Pemasaran Produk Perusahan Bintang Wajan.
3. Menganalisa secara kualitatif peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk Perusahan Bintang Wajan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3. 1 Peranan Riset Pasar terhadap Pemasaran Produk

Menurut Armstrong dan Kotler (2008:123) riset pemasaran merupakan desain, kumpulan, analisis dan laporan sistematis tentang data yang berhubungan dengan situasi pemasaran tertentu yang dihadapi sebuah organisasi.

Riset pasar yang dilakukan oleh Perusahan Bintang Wajan dengan menerima keluhan dan saran dari konsumen yang disampaikan melalui perantara yakni pemasok atau pemasar.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa riset pasar yang dilakukan oleh Perusahan Bintang Wajan telah dilaksanakan dengan baik karena unsur – unsur dari riset pasar sudah dilakukan dengan baik dan benar. Karena dengan data riset tersebut perusahaan mendapatkan peluang dan hambatan yang dihadapi dan dapat menentukan pemasaran yang akan ditempuhnya, dengan begitu teori tentang riset pasar bisa relevan dengan kenyataan yang ada.

3. 2 Peranan Desain Produk terhadap Pemasaran Produk

Dalam menanggapi peluang, perusahaan berusaha membuat desain produk sesuai dengan apa yang di

inginkan konsumen sehingga apa yang ditargetkan perusahaan dapat tercapai. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:274) “Desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya.”

Setelah dilakukannya desain produk pada produk yang diproduksi dan perusahaan tak melupakan mutu dan kualitas, maka dengan desain produk yang menarik dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen akan dapat meningkatkan hasil penjualan perusahaan.

Melihat dari indikator desain produk, perusahaan Bintang Wajan melakukan desain produk sesuai dengan harapan pelanggan yang terkemuka saat riset pasar dilakukan. Desain produk yang dibuat oleh Perusahan memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen di pasar yakni membuat wajan cekung dengan daya tahan dan kehandalan bisa bertahun – tahun terkecuali ada cacat dari perusahaan. Dengan demikian, desain produk Perusahan Bintang Wajan bisa menarik minat konsumen dengan ciri khas dan keunggulan lainnya.

3. 3 Peranan Riset Pasar dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk

Menurut (Philip Kotler. 2005:13) mendefinisikan Pemasaran sebagai : proses sosial dan manajerial dimana masing – masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lainnya.

Untuk melihat respon yang diberikan oleh konsumen terhadap desain produk yang sebelumnya di riset terlebih dahulu, perusahaan harus melihat pada hasil penjualan per tahunnya, apabila hasil penjualan mengalami penurunan maka desain produk tersebut harus ditinjau kembali. Dan apabila penjualan meningkat berarti hasil dari riset pasar dan desain produk yang dijalankan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Berikut adalah volume penjualan lima tahun terakhir Perusahan Bintang Wajan yang tergambar pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 1. Volume Penjualan

Tahun	Banyak barang (Unit) dalam %
2009	309,23
2010	364,8
2011	395,06
2012	407,34
2013	491,46

Sumber : Perusahan Bintang Wajan

Berdasarkan tabel 4.3 volume penjualan yang keluar tiap tahunnya semakin meningkat. Pada tahun 2009 barang yang keluar sebanyak 30.923 unit, untuk tahun 2010 volume barang yang terjual mengalami kenaikan yakni 36.480 unit. Untuk tahun 2011 dan 2012 kenaikan tidak terlalu banyak itu terlihat dari banyaknya barang yang terjual berkisar 39.506 unit dan 40.734 unit. Tetapi pada tahun 2013 mengalami kenaikan yang tinggi yakni barang yang keluar adalah 49.146 unit.

Dengan peningkatan hasil penjualan dan banyaknya permintaan yang datang dari tahun ketahunnya, maka dapat disimpulkan bahwa antara riset pasar, desain produk dan pemasaran produk mempunyai kaitan erat satu sama lainnya atau riset pasar dan desain produk berperan dalam berlangsungnya pemasaran produk itu sendiri, karena riset pasar dibutuhkan untuk memodifikasi produk yang sudah ada atau mendesain ulang produk dan dapat mempengaruhi hasil pemasaran produk tersebut.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan riset pasar yang dilakukan pada Perusahaan Bintang Wajan telah dilaksanakan dengan baik. Hal ini terbukti telah dilaksanakannya semua indikator – indikator yang diteliti. Dengan hasil riset tersebut perusahaan dapat mengetahui peluang dan hambatan pemasaran serta bisa menentukan strategi pemasaran yang akan ditempuh. Maka dapat disimpulkan bahwa teori tentang riset pasar bisa relevan dengan kenyataan yang ada.
2. Desain produk wajan yang dipakai oleh Perusahaan Bintang Wajan adalah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen di pasar yakni membuat wajan cekung dengan daya tahan dan kehandalan bisa bertahun – tahun terkecuali ada cacat dari perusahaan. Dengan demikian desain produk Perusahaan Bintang Wajan menarik minat konsumen dengan ciri khas dan keunggulan lainnya.
3. Pelaksanaan Riset pasar dan desain produk di Perusahaan Bintang Wajan sudah dilaksanakan dengan baik. Dengan melihat peningkatan hasil penjualan dan banyaknya pesanan dapat disimpulkan bahwa riset pasar dan desain produk berperan secara aktif dalam meningkatkan efisiensi pemasaran produk pada Perusahaan Bintang Wajan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, Apri. 2013. *Diktat Kuliah Manajemen Operasional Edisi Revisi*. Universitas Galuh Ciamis
- Budianto, Apri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Ciamis: Galuh Nurani
- Churchill, Gilbert A. And Tom J, Bown.2005. *Dasar – Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ilmaya, Fahma. 2011. *Analisis Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Eka Batik Semarang*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Arsmtrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1* Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kusumawati, Agnes Sari. 2010. *Riset Pasar Produk Cokelat Praline Dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta*. Skripsi Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tersedia : <http://e-journal.uajy.ac.id/1669/1/OTI04951.pdf>
- Pramono, Rian. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*. Skripsi Pada Program Studi Ekonomika Dan Bisnis/Manajemen. Tersedia : <http://eprints.undip.ac.id/id/eprint/35903>
- Rosim. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Produk Motor Yamaha Mio Soul Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rusdiana M.M, Dr. H.A. 2014. *Manajemen Operasi*. Bandung. Cv Pustaka Setia.
- Sugiono, Prof. Dr.2009. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- 2012. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta.