

LAPORAN KUESIONER RESEARCH MARKET
CAMILAN PELAKOR
Manajemen dan Kewirausahaan
Kelas B



Disusun Oleh :

Lintang Aura Syufee	212410101002
Ardhi Zakhirul Qolby	212410101022
Dera Eka Ardita	212410101075
Selvi Aulia Nilasari	212410101098

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS JEMBER
2022

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian	1
1.4 Manfaat Penelitian	2
BAB II	3
KAJIAN TEORI	3
2.1 Deskripsi Produk	3
2.2 Tujuan	3
2.3 Manfaat	3
2.4 Metode Penelitian	4
BAB III	5
PEMBAHASAN	5
3.1 Analisis Data	5
3.2 Penafsiran Data	14
BAB IV	15
PENUTUP	15
4.1 Kesimpulan	15
4.2 Saran	15

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan zaman dan teknologi saat ini banyak sekali masyarakat yang berlomba-lomba untuk membuka peluang usaha yang dapat menghasilkan bisnis kreatif yang menguntungkan. Bidang bisnis yang sedang populer di tengah kalangan masyarakat saat ini salah satunya adalah bisnis produk makanan. Produk makanan masih menjadi produk yang paling diminati untuk dijadikan sebuah bisnis. Persaingan antar pebisnis pun semakin ketat untuk menjualkan produk mereka. Salah satu jenis produk makanan yang dijadikan bisnis adalah camilan atau *snack* (makanan ringan).

Camilan atau *snack* (makanan ringan) adalah makanan dalam porsi kecil yang dimakan di antara dua waktu makan. Kebanyakan orang menganggap bahwa camilan adalah penyebab obesitas, padahal camilan berfungsi untuk menjaga metabolisme tubuh selama jeda menuju jam makan besar. Camilan pada umumnya banyak disukai oleh anak-anak dan orang dewasa, yang umumnya dikonsumsi kurang lebih 2-3 jam di antara waktu makan utama atau pada saat waktu bersantai. Camilan biasanya juga disajikan dalam berbagai rasa seperti manis, asin, gurih hingga pedas.

Namun dengan banyaknya usaha-usaha camilan diluar sana masih terdapat masalah yang mengakibatkan sebagian dari masyarakat masih kesulitan untuk merasakan camilan atau *snack* (makanan ringan) salah satunya yaitu rasanya yang tidak cocok dengan lidah mereka dan juga harganya yang cukup mahal. Maka dari itu kelompok kami berniat untuk merintis sebuah usaha camilan bernama “ Camilan Pelakor “, dimana dengan adanya camilan ini diharapkan agar permasalahan yang ada dapat teratasi dan dengan harapan pelanggan akan tertarik untuk membeli “ Camilan Pelakor” kami dengan rasanya yang terjamin dan harganya yang dapat terjangkau.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah masyarakat tertarik dengan camilan dengan cita rasa pedas?
2. Jenis camilan pedas seperti apa yang diminati oleh masyarakat?
3. Media promosi seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat?
4. Metode pembayaran apa yang sering digunakan oleh masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang kami lakukan antara lain :

1. Untuk menuntaskan tugas dari mata kuliah Manajemen dan Kewirausahaan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat pada camilan dengan cita rasa pedas.
3. Untuk mengetahui siapa sasaran utama dari produk yang akan dipasarkan.

4. Untuk mengetahui metode pemasaran serta promosi seperti apa yang diminati oleh pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang kami lakukan diantaranya yaitu :

1. Mendapat data kuantitatif mengenai minat pelanggan terkait dengan produk yang kami pasarkan.
2. Mempermudah kami dalam menyusun strategi marketing sesuai dengan keinginan pelanggan.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Deskripsi Produk

Camilan Pelakor merupakan brand usaha camilan yang akan dirintis oleh kelompok kami. Pengolahan Camilan Pelakor secara alami tanpa bahan pengawet dengan ciri khas yang renyah dan gurih sehingga sangat cocok dikonsumsi bagi masyarakat. Camilan Pelakor sangat cocok dikonsumsi kalangan remaja pada saat bersantai, mengerjakan tugas, maupun mengisi waktu luang bersama teman. Produk Camilan Pelakor memiliki beberapa jenis camilan yang dijual berupa seblak kering, mie kriuk, cimol kering dan keripik kaca. Dimana Camilan Pelakor memiliki 5 level kepedasan, yaitu dari level 1, 2, 3, 4 sampai dengan level 5 yang paling pedas. Dengan rasa yang renyah dan gurih, maka dapat menarik perhatian konsumen untuk mencoba serta membeli produk Camilan Pelakor. Camilan Pelakor juga memiliki packaging yang menarik bagi kalangan remaja serta packaging nya sangat ramah lingkungan, dengan memiliki berat yaitu 100 gr. Harga dari produk camilan ini, sangat terjangkau bagi kalangan remaja, termasuk pelajar serta mahasiswa dengan harga yang dibandrol yaitu kisaran Rp 5.000 - Rp 10.000.

2.2 Tujuan

Tujuan dari usaha penjualan produk Camilan Pelakor, yaitu:

1. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan
2. Untuk menambah penghasilan yang dapat kami gunakan untuk menunjang kebutuhan ekonomi
3. Memasarkan produk usaha kita ke masyarakat sekitar, terutama di daerah Jember, Banyuwangi, Lumajang, Situbondo, Gresik, Malang, Tulungagung dan sekitarnya.
4. Menciptakan lapangan pekerjaan baru.
5. Menarik minat konsumen untuk merasakan produk yang kami rintis, agar mencapai target penjualan.

2.3 Manfaat

Manfaat dari usaha penjualan produk Camilan Pelakor, yaitu:

1. Membantu kita untuk berpikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang dirintis
2. Menumbuhkan semangat kemandirian dan kreativitas dalam berwirausaha
3. Sebagai alat komunikasi dalam memaparkan sebuah ide/gagasan kepada orang lain dengan cara berwirausaha
4. Mendapatkan keuntungan secara maksimal

2.4 Metode Penelitian

Untuk metode penelitian yang kami gunakan yaitu Form Kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner akan otomatis terekam. Hasil data ini merupakan data primer bagi penelitian kami. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden secara random via google form sehingga kami dapat memperoleh informasi mengenai proses inovasi usaha yang akan kami rintis dari segi rasa, harga, jenis camilan yang paling diminati, dan kualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, kami bisa mengetahui seberapa besar minat daya beli masyarakat pada camilan yang akan kami rintis, dan metode pembelian seperti apa yang menurut masyarakat paling efektif. Metode ini kami gunakan karena dapat menghemat waktu dan menghemat biaya.

BAB III

PEMBAHASAN

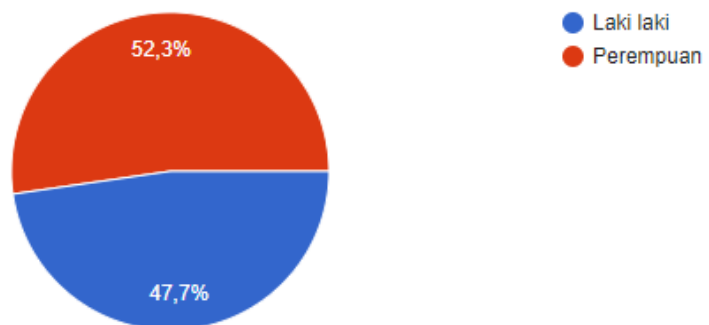
3.1 Analisis Data

- **Jumlah responden yang mengisi kuesioner kami adalah 109 responden**
- **Data berdasarkan Jenis kelamin**

Hasil responden yang mengisi kuesioner berjenis kelamin laki laki dengan persentase 47,7%, dan berjenis kelamin perempuan dengan persentase 52,3%

Jenis Kelamin

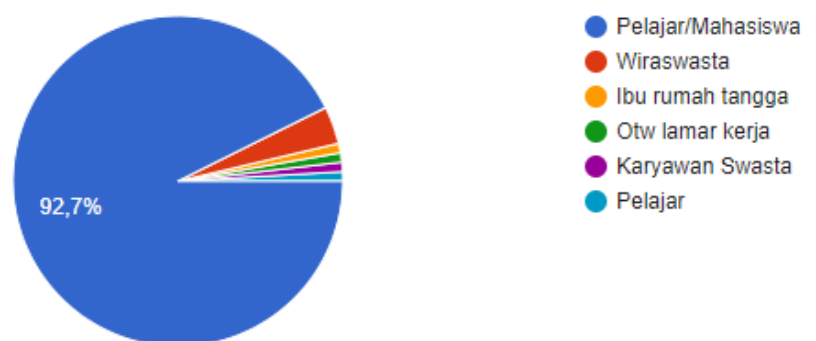
109 jawaban



- **Data berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan Anda Saat Ini

109 jawaban

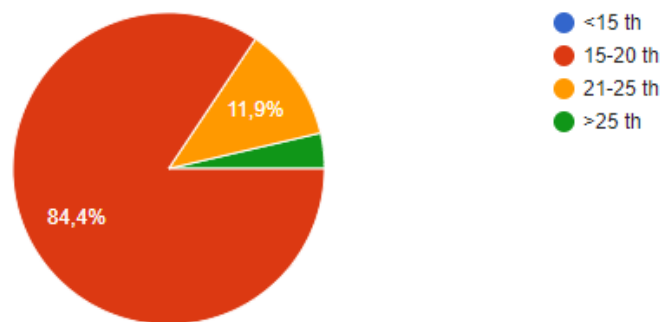


- **Data berdasarkan umur**

Hasil responden yang mengisi kuesioner memiliki rentang usia kisaran 15-20 tahun memiliki persentase sebesar 84,4%, rentang usia 21-25 tahun yaitu memiliki persentase 11,9%, dan sisanya memiliki persentase 3,7% dengan rentang usia lebih dari 25 tahun

Umur

109 jawaban



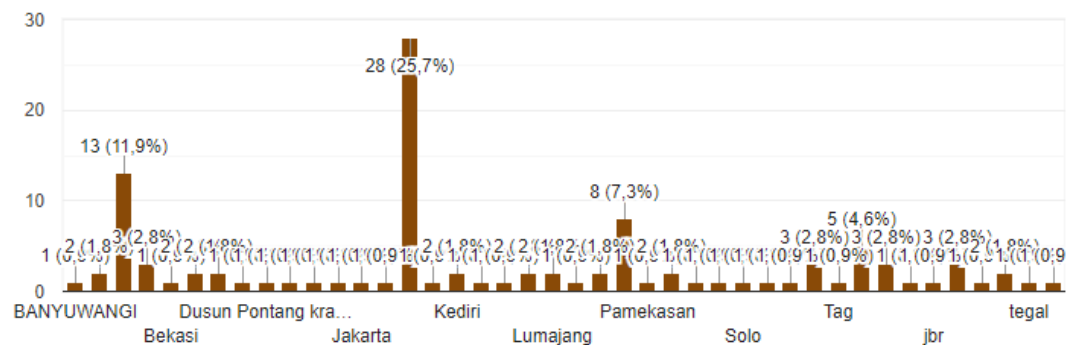
• Data berdasarkan domisili

Kebanyakan responden yang mengisi kuisioner yaitu berasal dari Jember dengan persentase 25,7%, Banyuwangi dengan persentase 11,9%

Domisili Saat Ini

Salin

109 jawaban



Berikut adalah pertanyaan yang kami berikan kepada para responden dan hasilnya :

• Apakah anda suka camilan pedas?

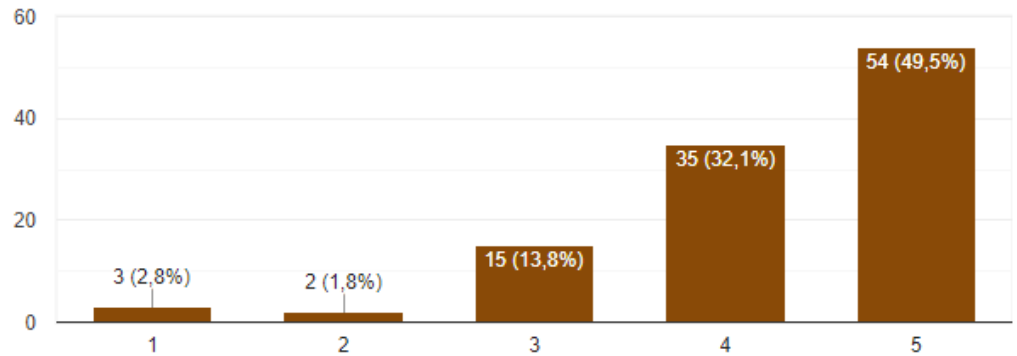
Untuk responden yang sangat menyukai pedas level 5 yaitu sebanyak 54 responden atau setara dengan 49,5%, kemudian untuk responden yang menyukai pedas level 4 sebanyak 35 responden atau setara dengan 32,1%, sedangkan pedas level 3 sebanyak 15 responden atau setara dengan 13,8%, pedas level 2 sebanyak 2 responden atau setara dengan 1,8% dan yang memilih

pedas level 1 sebanyak 3 responden atau setara dengan 2,8%

Apakah anda suka camilan pedas ?

 Salin

109 jawaban



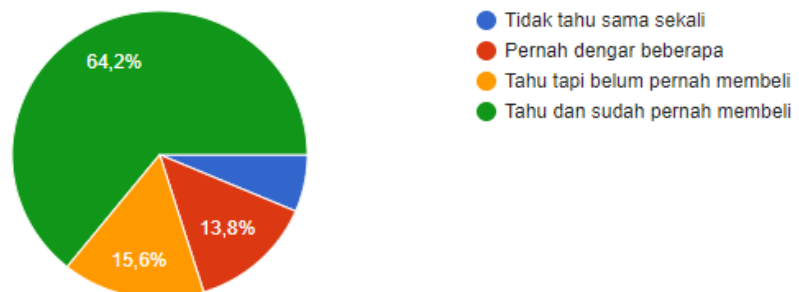
- **Apakah anda tahu sebring (seblak kering), mie kriuk, cimol kering dan keripik kaca?**

Untuk responden yang mengetahui camilan sejenis dengan produk kami dan sudah pernah membeli sebanyak 64,2%, untuk responden yang mengetahui produk sejenis produk kami namun belum pernah membeli sebanyak 15,6%, untuk responden yang hanya pernah mendengar beberapa jenis produk camilan sejenis produk kami sebanyak 13,8% dan responden yang tidak mengetahui sama sekali produk kami sebanyak 6,4%

Apakah Anda Tahu Sebring (Seblak Kering), Mie Kriuk, Cimol Kering dan Keripik Kaca ?

 Salin

109 jawaban



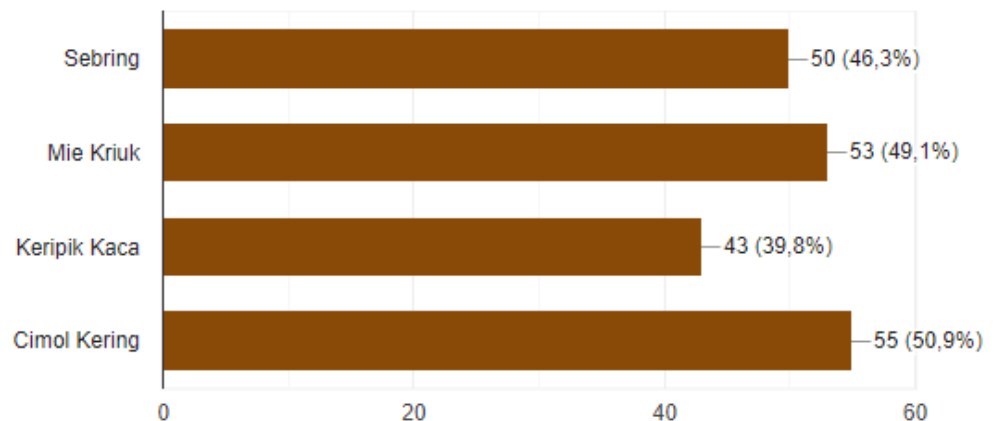
- **Mana yang lebih anda suka?**

Berdasarkan data yang didapat dari ke 4 produk yang kami tawarkan sebanyak 55 responden atau setara dengan 50,9% lebih memilih keripik kaca, sedangkan sebanyak 53 responden atau setara dengan 49,1% memilih mie kriuk, sebanyak 50 responden atau setara 46,3% memilih seblak kering dan sebanyak 43 responden atau setara dengan 39,8% memilih cimol kering

Mana Yang Lebih Anda Suka?

 Salin

108 jawaban



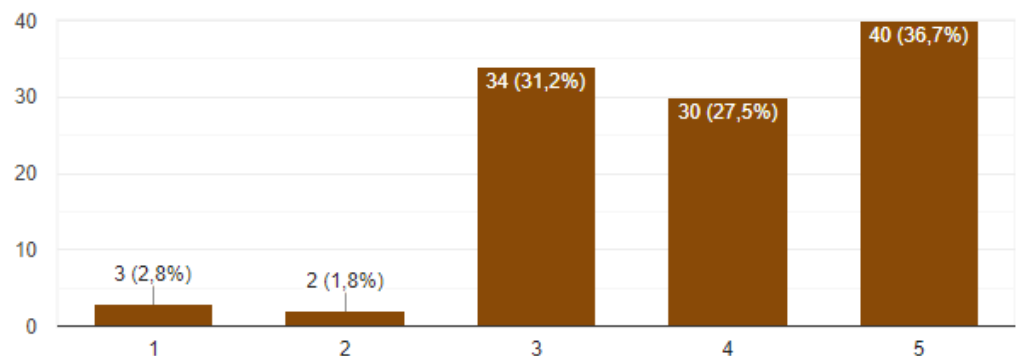
- **Apakah anda tertarik membeli jika kami menjual camilan tersebut?**

Berdasarkan data yang didapat apabila kami menjual produk tersebut sebanyak 40 responden atau setara dengan 36,7% sangat tertarik untuk membeli, sebanyak 30 responden atau setara dengan 27,5% tertarik untuk membeli, sebanyak 34 responden atau setara dengan 31,2% cukup tertarik, sebanyak 2 responden atau setara dengan 1,8% tidak begitu tertarik dan sebanyak 3 responden atau setara dengan 2,8% sangat tidak tertarik untuk membeli produk kami

Apakah Anda Tertarik Membeli Jika Kami Menjual Camilan Tersebut?

 Salin

109 jawaban



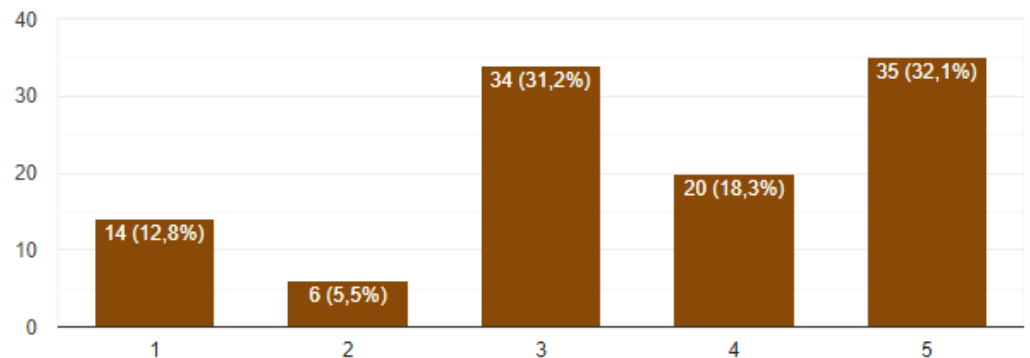
- **Berapa level pedas yang anda inginkan?**

Berdasarkan data yang kami peroleh sebanyak 35 responden atau setara dengan 32,1% sangat menyukai pedas, sebanyak 20 responden atau setara dengan 18,3% menyukai pedas, sebanyak 34 responden atau setara dengan 31,2% cukup menyukai pedas, sedangkan sebanyak 6 responden atau setara dengan 5,5% tidak terlalu suka pedas dan sebanyak 14 responden atau setara dengan

12,8% sangat tidak menyukai pedas

Berapa Level Pedas Yang Anda Inginkan?

109 jawaban

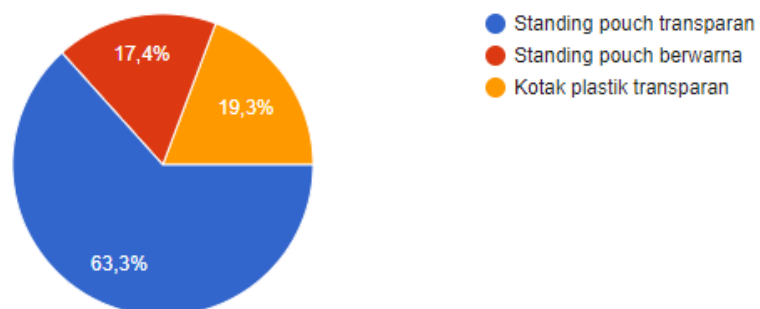


- **Desain kemasan apa yang cocok untuk produk kami?**

Berdasarkan data yang kami peroleh sebanyak 63,3% responden lebih memilih standing pouch transparan sebagai kemasannya, sedangkan sebanyak 19,3% memilih kotak plastik transparan dan yang terakhir sebanyak 17,4% responden memilih standing pouch berwarna sebagai kemasan produk kami

Desain Kemasan Apa Yang Cocok Untuk Produk Kami?

109 jawaban

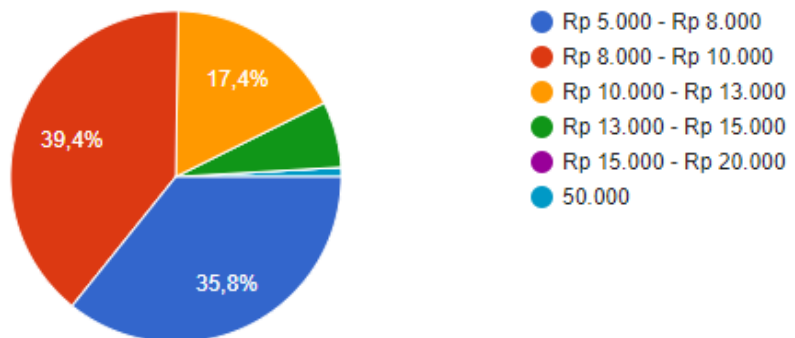


- **Berapa kisaran budget yang anda keluarkan untuk membeli cemilan ?**

Berdasarkan data yang kami dapat dari kisaran harga yang kami tawarkan, sebanyak 35,8% responden lebih memilih pada kisaran harga Rp 5.000-Rp 8.000. Sebanyak 39,4% responden memilih kisaran harga Rp 8.000-Rp 10.000. 17,4% responden Rp 10.000- Rp 13.000. Dan sisanya memilih pada kisaran harga Rp 13.000-Rp 15.000

Berapa Kisaran Budget Yang Anda Keluarkan Untuk Membeli Camilan?

109 jawaban

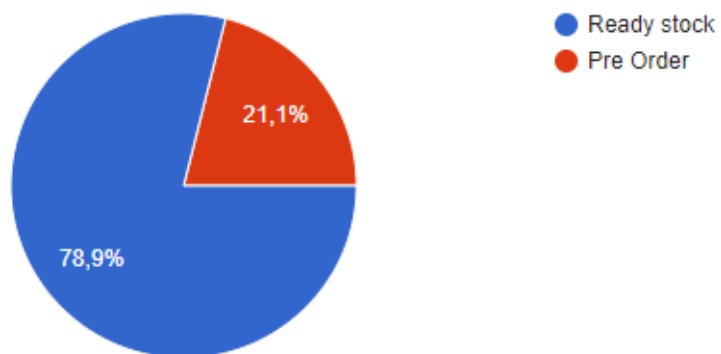


- **Sistem pemasaran seperti apa yang cocok untuk produk kami ?**

Dari data responden yang kami dapat, sebanyak 78,9% responden lebih memilih sistem pemesanan ready stock, dan 21,1% responden memilih sistem pemesanan pre order

Sistem Pemesanan Seperti Apa Yang Cocok untuk Produk Kami?

109 jawaban



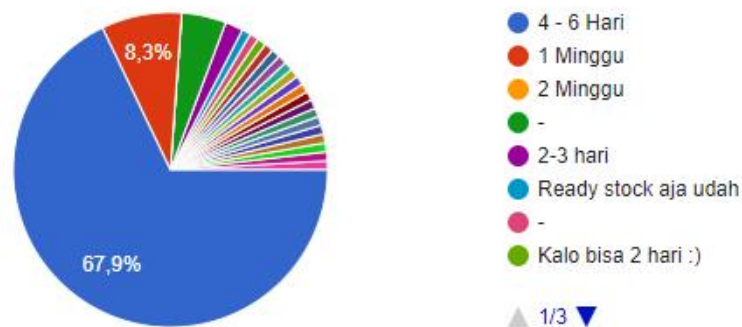
- **Rentang waktu yang cocok untuk pre-order?**

Dari data responden yang kami dapatkan sebanyak 67,9% responden lebih memilih rentang waktu selama 4-6 hari, dan sebanyak 8,3% memilih rentang

waktu selama 1 minggu.

Rentang Waktu Yang Cocok Untuk Pre-Order

109 jawaban



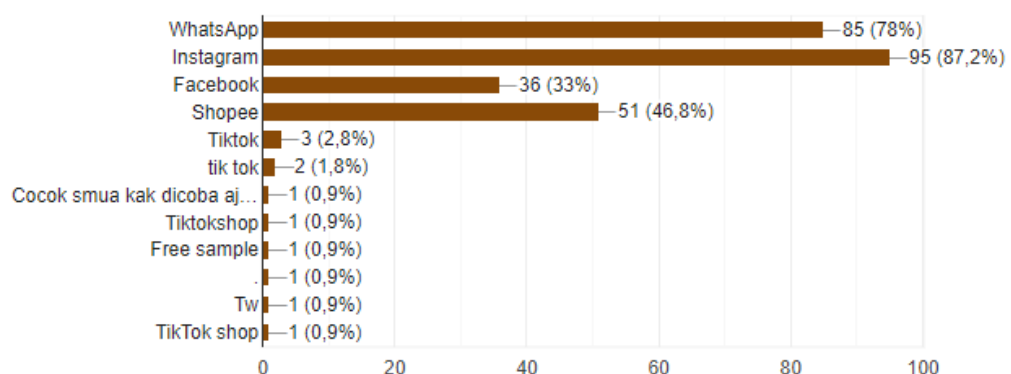
Media promosi apa yang cocok menurut anda untuk menarik minat pelanggan ?

Berdasarkan data yang kami peroleh, sebanyak 95 responden atau setara dengan 87,2% memilih Instagram, sebanyak 85 responden atau setara dengan 78% memilih WhatsApp, sebanyak 51 responden atau setara dengan 46,8% memilih shopee, sebanyak 36 responden memilih Facebook dan masih banyak saran dari responden tentang media promosi seperti apa yang cocok untuk kami gunakan.

Media Promosi Apa Yang Cocok Menurut Anda Untuk Menarik Minat Pelanggan?

[Salin](#)

109 jawaban



Promosi yang cocok dan menarik untuk produk kami?

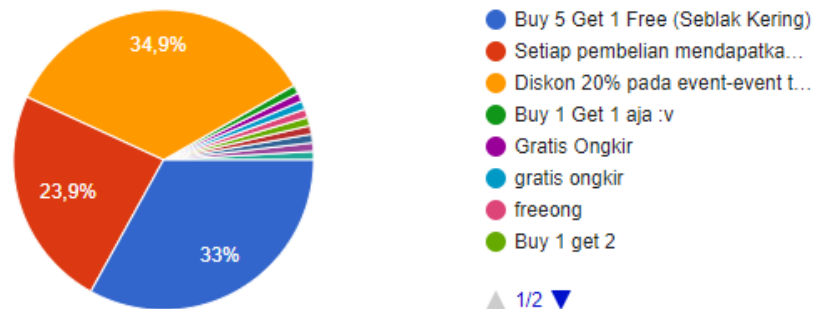
Berdasarkan data yang kami peroleh kebanyakan dari responden atau sekitar 34,9% lebih memilih diskon pada saat event-event tertentu. Sebanyak 23,9% responden lebih memilih setiap pembelian mendapatkan voucher, sebanyak 33% memilih promosi buy 5 get 1 free sebring dan yang lain menyarankan

untuk membuat promosi gratis ongkir.

Promosi Yang Cocok dan Menarik Untuk Produk Kami?

Salin

109 jawaban



● Kritik dan Saran Untuk Usaha Rintisan Kami?

Beberapa kritik dan saran dari responden yang kami dapatkan adalah sebagai berikut :

- Usahakan produk ngga hancur saat dikemas
- Semoga lancar dan penjualannya sistem ready stock
- ada produk signature dari usaha kalian jadi ada sesuatu yang cuma ada di tempat kalian
- Banyakin promosi, bikin kemasan yang menarik, jangan mau menerima harga teman :v
- Cari referensi bisnis yang lain untuk melihat bagaimana sistem kerja, produksi, promosi, dll sebagai bahan untuk mengembangkan bisnis kita
- Kualitas jangan sampai turun supaya minat konsumen juga tidak turun
- Beri label yang menarik pembeli untuk membeli produk
- Mengutamakan quality control dari produk agar dapat menarik minat pembeli untuk repurchase
- Semoga usahanya lancar dan tetap menerima masukan-masukan yang diberikan oleh para pelanggan karena itu juga sangat penting.
- Utamakan kualitas rasa kak, karena sudah banyak beredar camilan yang seperti ini. Konsisten, is the key. Terus semangat lop u
- Quality control itu penting, jadi pastikan rasa tetap terjaga. Isi juga harus konsisten, jangan lama kelamaan tambah sedikit isinya. Kalo harga bahan naik, mending naikkan harga drpd menurunkan isinya
- Snack pedas memang punya jangkauan pasar yang luas, jika produk anda berhasil tambahkan varian mild atau bahkan tidak pedas guna menjangkau konsumen anak-anak, ataupun yang kurang suka pedas.
- Banyakin bumbunya, kan biasa suka ada yg jual pellet bumbu yah jadi agak kurang nampol
- semoga cepat terealisasi, mungkin bisa kasih banyak variasi pedas pada produknya, mulai original - super pedas
- Semoga dapat testing produk

- Perbanyak analisis hasil lapangan untuk membuat evaluasi yang matang dan menghasilkan perbaikan yang diinginkan.... Semangat ☺
- Inovasinya mungkin ditambah lagi, biar jadi pembeda dengan jualan yang di tempat lain
- Bangun komunikasi yang baik dengan customer supaya bisa jadi langganan, sabar adalah kunci berdagang. Manfaatkan teman, kerabat, dsb untuk mempromosikan dagangan, bisa dibilang promosi tersembunyi

3.2 Penafsiran Data

Berdasarkan hasil analisis data, tingkat ketertarikan masyarakat terhadap camilan cukup tinggi. Melihat hal tersebut, sebagai bisnis yang akan dirintis maka Camilan Pelakor harus memperhatikan hal-hal penting untuk menjaga suatu kualitas produk dan memiliki daya tarik tinggi untuk masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian pada kuesioner, sebagian besar responden merupakan pecinta camilan dan dari data tersebut kebanyakan responden menyukai camilan dengan rasa pedas. Selanjutnya, sebagian besar dari responden memilih cimol kering, mie kriuk dan seblak kering sebagai camilan yang akan dibeli jika kami menjalankan usaha dan nantinya diharapkan ada inovasi varian camilan yang dijual, sehingga hal ini dapat menjadi tolak ukur bagi kami mengenai minat kebanyakan responden mengenai jenis camilan yang akan dijual. Sebagian besar responden juga memilih 2 level kepedasan yaitu level 3 dan level 5 yang paling pedas.

Sistem pemesanan yang cocok untuk produk kami yaitu ready stock, dikarenakan banyak responden yang memilih agar produk yang kami jual itu bisa langsung dikirimkan ke pembeli tanpa harus menunggu karena camilan yang dibeli itu ketika sangat ingin memakannya. Bila langsung menggunakan sistem ready stock untuk memulai bisnis makanan kering seperti ini takutnya disaat produk tidak laku maka akan rusak (produk makanan bisa menjadi tidak renyah, bahkan bisa berbau tengik jika sudah terlalu lama). Tetapi ada juga yang memilih pre order dikarenakan dengan sistem ini sebagai produsen kami bisa mengetahui berapa kuota produk yang dipesan oleh pembeli dan langsung habis sesuai jumlah produk yang dipesan. Dengan sistem pre order, Jenis produk yang ditawarkan bisa lebih beragam, karena jika ready stock biasanya produk terbatas & bergantung dengan ketersediaan stock.

Berdasarkan hasil analisis data pada kuesioner, sebagian besar responden menginginkan kemasan yang menarik. Kemasan yang menarik sangat dipertimbangkan karena menjadi salah satu faktor produk mau dibeli oleh customer. Media promosi yang cocok dalam menarik minat pelanggan yaitu melalui Whatsapp dan Instagram. Untuk harga, sebagian besar responden menginginkan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Harga produk per pcs nya akan disesuaikan dengan berat atau isi produk. Dan untuk promo atau diskon, kebanyakan responden memilih Buy 5 Get 1 Free (Seblak Kering), Setiap pembelian mendapatkan 1 voucher dan Diskon 20% pada event-event tertentu.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Camilan Pelakor merupakan merek dagang yang dirintis oleh kelompok kami. Camilan pelakor sendiri berfokus pada camilan kering dengan berbagai varian rasa, meskipun usaha yang kami rintis merupakan usaha dengan skala rumahan, Namun pada proses produksinya kami akan menggunakan bahan-bahan yang terbaik serta melakukan proses pengolahan yang higienis sehingga akan menjadi nilai lebih bagi produk kami. Camilan pelakor mendapat responden yang cukup baik dari masyarakat, karena mereka mengakui bahwa mereka merupakan penikmat camilan. Banyaknya varian rasa membuat pembeli lebih mudah untuk menentukan pilihan sesuai dengan selera mereka. Camilan pelakor sendiri menawarkan beberapa jenis produk berupa sebring, mie kriuk, keripik kaca, dan cimol kering.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, responden memberikan saran yang nantinya akan kami gunakan untuk kesuksesan produk yang kami pasarkan. Responden memberikan saran dalam beberapa hal, untuk pengemasan responden berharap supaya produk yang kami pasarkan tidak mudah hancur dan lembek saat dalam kemasan, dalam kegiatan pemasaran responden berharap supaya kami melakukan penjualan dengan sistem ready stock, serta menyarankan untuk menambah beberapa varian rasa dan memberi opsi rasa yang tidak pedas guna menjangkau masyarakat yang kurang suka makanan dengan rasa pedas. Responden juga memberikan saran untuk memberi level pedas pada tiap produk yang dikehendaki.