

# **CARA SEDERHANA DALAM MELAKUKAN RISET PEMASARAN PRODUK BARANG ATAU JASA**

**July 24, 2022**

**Ditulis Oleh : Opep Cahya Nugraha, A.Md.RO., S.K.M., M.M.**

Hal yang harus dilakukan dalam melakukan riset pemasaran baik produk maupun jasa kita harus menentukan beberapa tahapan diantaranya adalah :

## **1. Perumusan Masalah**

Bagian pengembangan pemasaran baik produk atau jasa harus mempunyai capaian dalam pencapaian penjualan salah satunya dengan menentukan pokok masalah contoh :

“Apakah dengan menerapkan sistim pemberian hadiah kepada konsumen produk atau jasa “A” mampu meningkatkan nilai jual?”.

### **Tujuan Riset :**

- Mengetahui sejauh mana tingkat penerimaan konsumen terhadap produk “A”
- Mengetahui sejauh mana minat konsumen terhadap pembelian produk “A” setelah diadakan sistem pemberian hadiah secara undian
- Mengetahui tingkat pangsa pasar “A” dengan adanya pemberian hadiah kepada para konsumen

## **2. Mengembangkan Rencana Riset**

### ***a. Sumber Data :***

1. Data Primer -> data yang langsung diambil dari sasaran penelitian (didapat dari sumber pertama) baik individu maupun perseorangan yaitu hasil kuesioner atau wawancara responden yang ada bersinggungan dengan produk kita .
2. Data Sekunder -> data primer yang telah diolah dan disajikan dalam bentuk table/diagram dan digunakan peneliti untuk diproses lebih lanjut dan data yang berasal dari literatur/media baik cetak maupun elektronik seperti buku dan internet, dapat berupa dasar teori atau data-data lain yang mendukung

### ***b. Pendekatan Riset***

Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan survey tempat yang telah ditentukan.

### ***c. Instrument Riset***

Instrument yang digunakan untuk melakukan penelitian ini berupa kuesioner/angket, yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan bersifat tertutup, artinya alternatif jawaban telah disediakan dimana setiap kuesioner/angket terdiri dari 12 pertanyaan.

### ***d. Pengambilan Sampel***

1. Unit Pengambilan Sampel dari penelitian ini adalah responden (konsumen) di tempat dilakukannya penelitian.
2. Ukuran Banyaknya Sampel yang dijadikan responden adalah  $\pm 20-30$  orang.
3. Prosedur Pengambilan Sampel/responden diambil secara acak, siapapun konsumen yang ada dipasar terutama mahasiswa, mempunyai peluang besar untuk dijadikan responden.

### ***e. Metode Kontak***

Komunikasi yang terjadi dilakukan secara langsung kepada responden pada saat pembagian/penyebaran angket/kuesioner.

## **3. Mengumpulkan Informasi**

Dibuatkan table Hasil Analisa Data Riset Pemasaran

- 1) Apakah anda tahu tentang produk A ?
- 2) Pernahkah anda membeli produk A ?
- 3). Menurut anda, apa yang menarik dari produk A ?
- 4) Menurut anda, apa yang kurang menarik dari produk A ?
- 5). Apakah anda setuju dengan harga A yang ditawarkan sekarang ?
- 6) Menurut anda, apakah sistim pemberian hadiah akan mendongkrak nilai jual A ?

## **4. Analisis Informasi**

Dalam kegiatan ini dilakukan riset pemasaran tentang pemberian hadiah kepada konsumen produk A yang merupakan salah satu produk dari Perusahaan A terhadap pangsa pasar atau nilai jual dari produk itu sendiri, apakah mendongkrak nilai jual atau sebaliknya, akan menjatuhkan nilai jual.

## **5. Mempresentasikan temuan**

Dari hasil riset pasar dan analisa data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan rata-rata konsumen mengetahui dan berminat terhadap produk.

## **6. Mengambil Keputusan**

Dengan sistem pemberian hadiah dan penentuan ulang harga produk A apakah diketahui akan meningkatkan pangsa pasarnya, sehingga perlu dilakukan pengambilan keputusan :

1. Menentukan harga penjualan yang mudah dan terjangkau oleh kalangan ekonomi kebawah.
2. Pemberian hadiah merupakan tolak awal untuk meningkatkan pangsa pasarnya.