



Universitas Al Azhar Indonesia

RISET PASAR SEDERHANA



Disusun Oleh :
Ditha Riyansa, S.E, M.S.M
Mitha Aulia



DAFTAR ISI

- I. Modul 1. Pengantar Riset Pasar
 - A. Pengertian Riset Pasar
 - B. Fungsi Riset Pasar
 - C. Penerapan Fungsi Riset Pasar
 - D. Metode Riset Pasar
 - E. Keterampilan Digital Pendukung Riset Pasar
 - F. Bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- II. Modul 2. Implementasi Riset Pasar
 - A. Langkah-Langkah Melakukan Riset Pasar
 - B. Tahapan Membuat Instrumen Riset
 - C. Kekurangan dan Kelebihan Riset Pasar
- III. Modul 3. Pengukuran Riset Pasar
 - A. Metode Analisis Riset Pasar
 - B. Visualisaai Riset Pasar
 - C. Contoh Instrumen Riset Pasar
 - D. Contoh Langkah-Langkah Melakukan Riset Pasar



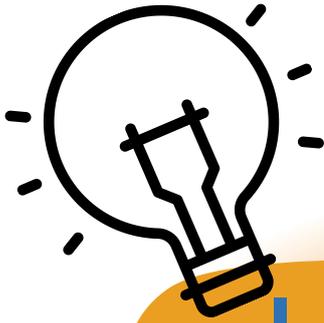
Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya modul dalam memahami konsep dasar riset pasar serta mengimplementasikannya secara praktis menggunakan teknologi yang tersedia.

Riset pasar merupakan elemen penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Melalui riset pasar yang baik, para pelaku usaha dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, mengidentifikasi peluang pasar, serta merancang strategi yang lebih tepat sasaran. Modul ini dirancang secara praktis dan aplikatif, dengan menggunakan Microsoft Forms, sebuah alat yang mudah diakses dan digunakan, guna mempermudah pelaksanaan riset pasar oleh pelaku usaha, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya.

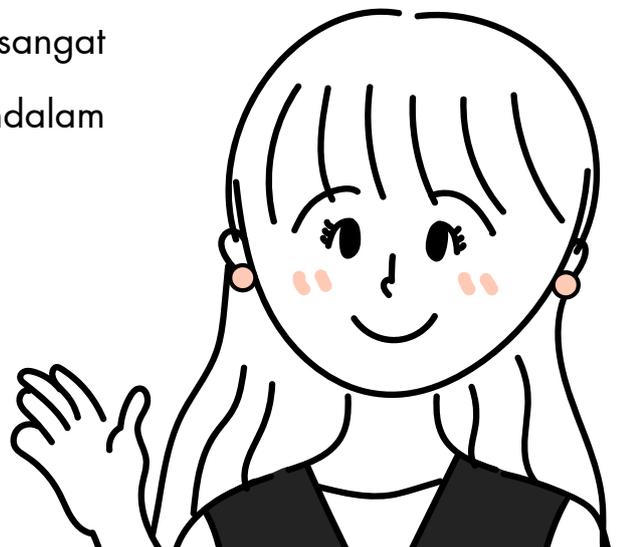
Kami berharap modul ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, khususnya dalam mengembangkan kemampuan riset pasar yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Tidak lupa, kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan dan penyempurnaan modul ini.

Semoga modul ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi para pelaku usaha, maupun masyarakat luas. Kami menyadari bahwa modul ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang.



I. Pengantar Riset Pasar

Dalam era digital saat ini, riset pasar menjadi semakin krusial bagi setiap bisnis untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen. Dengan berkembangnya teknologi, metode pengumpulan data pun mengalami transformasi signifikan, membuat proses riset menjadi lebih efisien dan tepat sasaran. Selain itu, dalam menjalankan usaha mikro, pemahaman yang baik tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan merupakan kunci sukses. Riset pasar menjadi alat yang sangat penting untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai pasar dan pelanggan.





Kesimpulan

Dasar-dasar riset pasar mencakup pemahaman mengenai pentingnya riset dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengukur perilaku pasar, dan mengenali peluang bisnis. Selain itu, konsep ini juga melibatkan segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan penempatan produk atau layanan dalam pasar (positioning).

Metode riset pasar merupakan fondasi utama dalam proses penelitian pasar, di mana pemilihan metode yang tepat sangat penting untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan. Metodologi riset pasar mencakup pemilihan metode riset yang tepat untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pasar, guna mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dalam bisnis.





GLOSARIUM

- Digital : Berkaitan dengan teknologi yang menggunakan sinyal elektronik atau komputer untuk menyimpan, memproses, dan mengirimkan informasi.
- Riset pasar : Proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi data tentang pasar, konsumen, dan pesaing untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.
- Preferensi : Pilihan atau kesukaan konsumen terhadap produk, layanan, atau merek tertentu dibandingkan dengan yang lain.
- Mikro : Tingkat analisis yang fokus pada unit kecil atau individu, seperti perilaku konsumen individu atau kinerja produk tertentu.
- Efisien : Kemampuan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan penggunaan sumber daya yang minimal, termasuk waktu, tenaga, dan biaya.
- Produktif : Tingkat output atau hasil yang dihasilkan dari input atau usaha tertentu, sering kali diukur dalam konteks bisnis atau ekonomi.
- Analisis : Proses memeriksa data atau informasi secara mendalam untuk memahami pola, hubungan, atau tren yang mendasarinya.
- Hipotesis : Pernyataan atau dugaan sementara yang dibuat berdasarkan pengamatan awal, yang kemudian diuji melalui penelitian atau eksperimen.
- Efektivitas : Tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan, sering kali diukur dalam konteks kinerja atau dampak.
- Optimalisasi : Proses membuat sesuatu seefisien dan seefektif mungkin, sering kali melalui penyesuaian atau perbaikan berkelanjutan.
- Visualisasi : Teknik menampilkan data atau informasi dalam bentuk grafis atau visual untuk memudahkan pemahaman dan analisis.



Universitas Al-Azhar Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Binus Quality Management Center. (2014). In-Depth Interview (Wawancara Mendalam). Diakses pada 1 September 2024, dari <https://qmc.binus.ac.id/2014/10/28/in-depth-interview-wawancara-mendalam/>
- [2] Exsight. (2023, May 10). Importance Performance Analysis (IPA): Cara mudah tingkatan kepuasan pelanggan. Exsight. <https://exsight.id/blog/2023/05/10/importance-performance-analysis-ipa/>
- [3] Mutu Certification. (n.d.). Pengertian dan tujuan survey adalah. Diakses pada 1 September 2024, dari <https://mutucertification.com/pengertian-tujuan-survey-adalah/>
- [4] Oktaviani, M (2021). Pemberdayaan Masyarakat Bersama Garda Nusantara Meningkatkan UMKM di Wilayah Jawa Barat. Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat, journal.um-surabaya.ac.id, <https://journal.um-surabaya.ac.id/HMN/article/view/10181>
- [5] Rahmantlya, YEK, Djuniardi, D, Santosa, S, Novianti, R, & ... (2024). RISET PASAR., repository.penerbitwidina.com, <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/567705-riset-pasar-a86b0936.pdf>
- [6] SurveyCenter. (2023, Oktober 21). Mengukur Efektivitas Riset Pasar: Panduan Praktis. Diakses pada 1 Oktober 2024, dari <https://surveycenter.co.id/mengukur-efektivitas-riset-pasar-panduan-praktis/>
- [7] ESB. (n.d.). Cara riset pasar yang bisa dicoba oleh pemula. ESB. diakses pada 18 September 2024, <https://www.esb.id/id/inspirasi/cara-riset-pasar-yang-bisa-dicoba-oleh-pemula>
- [8] "BAB III." Repository STEI, n.d., <http://repository.stei.ac.id/2948/4/BAB%20III.pdf>. Diakses pada 1 September 2024
- [9] Tidak ada penulis. (n.d.). Wawancara. Diakses pada 1 September 2024, dari <https://bantuan.simpkb.id/books/panduan-pgp-asesor/ch03/3-wawancara.html>
- [10] WPS. (n.d.). Cara Menggunakan Microsoft Copilot dalam 7 Cara Sederhana. Diakses pada July 16, 2024, dari <https://www.wps.com/blog/id-ID/id-how-to-use-microsoft-copilot-in-7-simple-ways>